

Глава III. Внутренняя и внешняя оптимизация сайта

Этот раздел посвящен внутренней и внешней поисковой оптимизации, а также факторам влияющим на ее улучшение.

Часть III/1. Внутренняя оптимизация сайта, что это?

[Автор: Brabus](#)

Многих начинающих оптимизаторов беспокоит вопрос внутренней оптимизации сайта. Я сам еще не так давно и понятия не имел, что это определенно один из самых важных аспектов оптимизации сайта, считая что достаточно, просто написать сайт, прогнать его по закладкам, каталогам и т.д.

Но сегодня я хотел бы остановить внимание тех, кто не совсем еще понимает что такое внутренняя оптимизация и как она влияет на ранжирование сайтов в ПСях (поисковых системах). Определенно могу сказать, что при правильной оптимизации страниц сайта по НЧ запросам, Вы самостоятельно, бесплатно, можете вытащить сайт в ТОП 10. Хочу подчеркнуть, именно самостоятельно и бесплатно, а не с помощью третьих лиц за деньги. Просто необходимо соблюдать не сложные, но строгие правила оптимизации.

1. Составьте список ключевых запросов (семантическое ядро) для сайта. Поможет Вам в этом сервис [Яндекса](#) и [Гугла](#).
2. Если ключевых фраз много, разделите их использование по разным страницам сайта, по 2-3 ключа на страницу. Желательно что бы страницы были 2-го или 3-го уровня. Т.е. что бы пользователь мог добраться до материала не более чем в 2 или 3 клика.
3. Распределив ключи по страницам, наполняйте страницы контентом в соответствии тематики ключевых фраз. Напишу сразу, если контент будет не читаемым (т.е. состоять из одних ключей и не иметь никакого смыслового значения), Вы сразу можете забыть о ТОП поисковиков. пишите уникальный смысловой, тематический материал. Не скупитесь в размерах, пишите чем больше тем лучше. В среднем (конечно все зависит от тематики) 2000-4000 символов.
4. Указывайте ключевые фразы в контенте, не чаще чем через 2 предложения, старайтесь так же указывать ключи в разных словоформах, например: **оптимизация страниц сайта** на форуме и тема форума о **оптимизации страницы сайта, релевантные страницы и релевантность страниц**. Надеюсь мысль Вы уловили. Выделяйте ключи атрибутами `` и `<i>` но не перебарщивайте 2-3 раза на странице будет достаточно.
5. Если на странице присутствуют графические объекты, то ключи можно прописать в тегах `<alt>` и `<title>` у изображений. Так же порекомендую использовать на странице графику не большого объема, формат gif, это ускорит загрузку страницы.
6. Как только материал готов, ключи прописаны, обратите внимание есть ли у Вас на странице заголовок `<H1>`? Должен быть. Причем в единственном экземпляре. Этот заголовок должен венчать весь материал на странице и обязательно содержать ключи. Например: `<h1>Релевантность страниц во внутренней оптимизации страниц сайта</h1>`
Если Ваш материал на этой странице содержит несколько подзаголовков, то для них есть `<h2><h3><h4>` и т.д., но помните, что после каждого заголовка должен быть хотя бы абзац текста.
7. Теперь обращаем внимание на самый главный (на мой взгляд) элемент внутренней оптимизации, `<title>` название страницы, которое отображается в самом верху интернет браузера. В разных Движках он прописывается по разному, поэтому пропустим этот момент. Главное что Вы должны знать, это значимость титла.
Принцип его написания схож с написанием заголовка `<H1>`, желательно что бы он был осмыслен и содержал ключи данной страницы. Обращаю Ваше внимание на то, что слова повторяющиеся в титле теряют свою значимость уменьшая свое влияние на ранжирование. Если мы к примеру написали заголовок так `<h1>Релевантность страниц во внутренней оптимизации страниц сайта</h1>` то титл пишем так `<title>Релевантность страниц во внутренней оптимизации сайта</title>`. Из него мы убрали повторение слова **страниц**, тем самым сохранив его значимость как часть ключа.

8. Теперь обратим внимание на навигацию, она удобна? посетитель не заблудится в дебрях страниц Вашего сайта? Значит все сделано правильно. Сделайте перелинковку, это внутренние ссылки на страницы сайта. Грамотная перелинковка, позволяет даже поднять пр. Обычно перелинковка делается по схеме: Ссылка с главной на раздел, с раздела на материал, а с материала на главную. Более подробно о перелинковке можно почитать этот [пост](#), нашего форума.

9. После того как Вы закончили работу над материалами, создали нужное количество страниц на сайте, обязательно создайте sitemap.xml и robots.txt, это поможет ботам намного быстрее сканировать Ваш сайт и индексировать разрешенные страницы. В robots.txt обязательно закройте от индексации все дубли страниц (это одинаковые страницы с разными адресами, например разделы тегов, архивы).

10. Все исходящие ссылки (ссылки на другие ресурсы) закройте в nofollow или noindex. Хочу обратить Ваше внимание на то что здесь указаны (на мой взгляд), самые значимые факторы внутренней оптимизации. Если я, что то упустил, не дописал то это всегда можно дописать под моим постом. Я так же учусь как и все Вы. Надеюсь эта информация хоть немного упростит процесс внутренней оптимизации страниц сайта, для новичков.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

Часть III/2. Что такое грамотная внутренняя оптимизация

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



Пару лет назад внутренняя оптимизация по сравнению с внешними ссылками не имела такого уж большого значения, и можно было вывести в Топ практически любой сайт по любому запросу только за счет ссылок. Сейчас же все наоборот – сайт может выйти в Топ по многим СЧ-НЧ только за счет грамотной внутренней оптимизации, в то время как без нее любые ссылочные бюджеты будут потрачены зря. В сегодняшней статье я расскажу о том, что я вкладываю в понятие “**грамотная внутренняя оптимизация**”.

1. Правильно выбранные посадочные (продвигаемые) страницы.

Я всегда стараюсь разделить семантическое ядро на смысловые группы, и под каждую группу оптимизировать отдельную страницу. Если ключевых фраз мало, и на смысловые группы их даже с натяжкой поделить сложно, тогда нужно действовать в зависимости от специфики этих фраз – либо оптимизировать одну страницу под все запросы, либо определить под каждый отдельный запрос свою страницу. Под *спецификой запроса* я понимаю уровень конкуренции, смысловую нагрузку и количество слов в запросе (односложник, двусложник, многосложник).

2. Правильно составленные заголовки (title) и мета-описания (keywords, description) страниц.

Во первых, тайтлы и мета-описания должны быть уникальными и релевантными не только на продвигаемых страницах, но и на всех страницах, доступных для индексации поисковыми системами. Это не только послужит дополнительным аргументом в пользу общей релевантности (траста, если хотите) вашего сайта, но и поспособствует привлечению поискового трафика по НЧ запросам. К тому же, поисковые системы не любят повторяющиеся описания. В [Инструментах Вебмастера Google](#) есть [специальный раздел](#), где можно отслеживать повторяющиеся заголовки и описания.

Во-вторых, не советую пихать в заголовок более 12-15 слов – от бОльшего количества не будет пользы ни в плане продвижения, ни в плане удобства. По поводу мета-описаний – я стараюсь не ставить туда более 20 слов.

В третьих, старайтесь делать тайтлы человекочитабельными – ведь именно тайтл будет отображаться в выдаче в качестве ссылки на ваш сайт, а на ссылку с осмысленным текстом будут кликать больше, чем на перечисленные через запятую ключевые слова.

3. Осмысленный, уникальный, удобно оформленный контент.

Осмысленный контент – это контент, созданный для человека, а не для робота. После введения Яндексом

фильтра “Ты спамный” отпала необходимость размещать огромные тексты на сайтах с целью выхода в Топ. Теперь все зависит от специфики ресурса и ключевых фраз, по которым он продвигается. Если вы продвигаете интернет-магазин, подумайте, целесообразно ли размещать на посадочных страницах огромные тексты в несколько тысяч слов, или лучше поставить краткие, продающие описания? Заголовки **h1** и выделения **strong, b** и прочие усиливающие атрибуты нужно стараться употреблять там, где это нужно по смыслу, а не с каждым ключевым словом. Ключевые слова рекомендую распределить равномерно по всему тексту, а не пихать их все в первый абзац.

4. Обеспечение правильной индексации сайта.

На сайте не должно быть дублирующих друг друга страниц с одинаковым контентом, но разными URL’ами (версии для печати, страницы с идентификаторами сессий, страницы с сортировкой одних и тех же товаров в разном порядке и т.д.). Если от таких страниц избавиться невозможно, необходимо закрыть их к индексации в robots.txt. При попытке зайти на несуществующую страницу должна выдаваться 404 ошибка. Еще я стараюсь с самого начала продвижения определиться с основным зеркалом и настроить 301 редирект.

Советую также добавлять свои сайты в [Панель Вебмастера Яндекса](#) и в [Панель Инструментов Google](#) и регулярно посещать разделы с отчетами об ошибках индексации.

5. Грамотная внутренняя перелинковка страниц и каноникализация.

У меня уже есть статья *о внутренней перелинковке*, где описаны все нюансы правильной навигации и простановки ссылок с внутренних страниц, поэтому здесь на этом вопросе подробно останавливаться не буду.

6. Правильная структура страниц.

Каждая страница состоит из двух основных частей – а) *шаблонной* – меню навигации, шапка, футер и другие сквозные блоки, которые повторяются на каждой странице; б) *содержательной* – основной контент, ради которого создавалась эта страница. Шаблонная часть не должна быть намного больше содержательной части – это может не только плохо сказаться на релевантности страниц, но и привести к проблемам с индексацией сайта (выпадение целых кластеров сайта в Яндексе, перенесение страниц из основной выдачи в опущенные результаты в Google и др).

7. Грамотная верстка страниц.

HTML-код страницы должен способствовать, а не препятствовать ее индексации роботами поисковиков. С помощью div-верстки можно и нужно размещать важные блоки ближе к началу страницы, а низкосодержательные – ближе к концу.

Старайтесь делать внутреннюю оптимизацию **до** того, как начнете наращивать ссылочную массу – это экономит усилия, время и бюджет.

Часть III/3. Внутренняя поисковая оптимизация сайта

Автор: Димитрий KtoNaNovenkogo

Сегодня мы продолжим рассматривать нюансы написания статей с их одновременной оптимизацией под поисковые системы. Это довольно-таки важный момент в сложной системе создания и поддержания на плаву своего веб-проекта. Зачастую, пренебрегая такой вещью, как внутренняя **SEO оптимизация** своего сайта, и не получив в результате желаемой посещаемости своего веб-проекта, вебмастер опускает руки и бросает свой, возможно в будущем, перспективный проект.



Для того, чтобы избежать разочарования еще на раннем этапе становления проекта, вам нужно обязательно уделять должное внимание такой вещи, как **поисковая оптимизация (SEO)** и, в первую очередь, внутренней оптимизации сайта, которая не требует денежных затрат в отличие от оптимизации внешней, но способна творить чудеса при ее надлежащем использовании. Правда, внутренняя оптимизация требует затрат времени на ее выполнение, но обычно на начальном этапе развития частного проекта имеются трудности с денежными средствами, а вот времени бывает вполне достаточно.

Почему так важна внутренняя поисковая оптимизация сайта (SEO оптимизация)

Если вы пишете тексты сами, а не тырите их у других вебсайтов, то это уже очень хорошо, ибо уникальный контент всегда ценится поисковыми системами. Но просто писать уникальные тексты не достаточно, нужно еще уметь подать их поисковым системам в таком виде, чтобы ваши тексты смогли по тем или иным поисковым запросам (обычно низкочастотным) занять высокие позиции в выдаче поисковых систем.

Таким образом, вы обеспечите своему проекту самый стабильный трафик (поток посетителей) из всех существующих - **трафик с поисковых систем**. Насколько высоким будет поисковый трафик для вашего проекта - будет во много зависеть от того, насколько хорошо вы понимаете суть внутренней поисковой оптимизации текстов и насколько удачно у вас осуществлена внутренняя перелинковка страниц вашего ресурса. Я не считаю нужным вкладывать серьезные деньги во внешнюю оптимизацию, главная задача которой состоит в том, чтобы купить или *получить бесплатно обратные ссылки* с нужными анкерами.

Для того, чтобы каждая из статей вашего веб-проекта заняла высокое место в поисковой выдаче по нужным вам поисковым запросам, вовсе не обязательно покупать внешние ссылки на эту статью с нужными анкерами (текстами ссылок, содержащими ключевые слова, под которые затачивалась данный материал). Дело в том, что продвижение по низкочастотным поисковым запросам возможно и без внешней поисковой оптимизации (покупки ссылок). Если у вас будет достаточно грамотная внутренняя перелинковка страниц вашего веб-проекта и каждая из статей будет четко и правильно заточена под определенные ключевые слова, то в **топ поисковой выдаче по низкочастотному запросу** вы скорей всего попадете.

Произойдет это, конечно же, не сразу после написания уникального текста, но уже через месяц или два ваша грамотно оптимизированная статья способна начать приводить на ваш проект посетителей с поисковых систем. Т.к. запросы, по которым мы продвигаемся будут низкочастотными, то и поисковый трафик привлекаемый каждым из ваших материалов будет не большой, но в сумме, все материалы вашего проекта способны будут привлекать достаточно приличный поисковый трафик, который вполне может измеряться тысячами посетителей в сутки (у меня на данный момент поисковый трафик подбирается к цифре *1500 посетителей в сутки*, при общем трафике чуть более 2000 уникальных посетителей).

После того, как некоторые из ваших публикаций займут достаточно высокие позиции в поисковой выдаче по тому или иному запросу, вы можете попробовать поднять их в ТОП 3 по этому поисковому запросу. Дело в том, что разница в количестве посетителей, приходящих на ваш вебсайт с поисковой выдачи, может отличаться в разы, в зависимости от того, какое именно место в первой десятке вы занимаете. Подъем вашего проекта с десятого - девятого места на первое - третье может увеличить трафик по этому запросу в пять - шесть раз.

Как вы будете поднимать ваш проект в поисковой выдаче по данному запросу - это уже ваше дело. Можете еще поколдовать с внутренней оптимизацией или же разориться и купить несколько обратных ссылок на данную статью с анкерами (текстами ссылок), содержащими ключевые слова из этого поискового запроса, по которому вы хотите подняться чуток повыше в поисковой выдаче. Такой **способ поискового продвижения (SEO)** можно назвать методом от достигнутого результата. Очень многие такой метод с успехом используют, но более детально о нем мы поговорим отдельно.

Сегодня мы продолжим детально рассматривать аспекты внутренней оптимизации сайта, которые призваны обеспечить нашим материалам высокие позиции в поисковой выдаче по низкочастотным запросам. В очередной раз хочу обратить ваше внимание на важность выполнения всех требований успешности применения такого инструмента, как **внутренняя поисковая оптимизация сайта**. Тут нет мелочей, хотя, наверное, это не совсем верно, т.к. в поисковой оптимизации (SEO) все отдельные методы являются мелочными, ибо в отдельности дают в лучшем случае несколько процентов в улучшении позиции вашего проекта в поисковых выдачах по тем или иным запросам.

Но в сумме, все эти нехитрые способы внутренней оптимизации способны продвинуть ваш сайт в топ поисковой выдачи по различным запросам. Пренебрегая каким-либо из способов внутреннего SEO вы умышленно понижаете ваш проект в поисковой выдаче или же разоряете себя на покупку обратных ссылок для достижения того же самого результата.

Онлайн сервисы для подбора ключевых слов

Важным моментом при написании текстов является **выбор правильных ключевых слов**, на которые вы будете делать акцент (выделять их тегами STRONG, активно использовать их в начале текста и в заголовках). В будущем ваша статья будет бороться за ТОП поисковой выдачи по запросам, в которых будут использоваться эти ключевые слова, на которые вы сделали акцент. Я, в большинстве случаев, выбираю ключевики интуитивно, хотя, для этой цели существует довольно-таки удобный инструмент Яндекса под названием "[Статистика ключевых слов](#)".

Например, если вы точно не знаете какой именно вариант ключевого слова будет лучше, то вы можете ввести оба варианта в форму [этого сервиса Яндекса](#) и наглядно увидеть, какой вариант чаще всего вводят в своих поисковых запросах пользователи:

Яндекс **СТАТИСТИКА КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ**

по словам по регионам на карте по месяцам по нед

Ключевые слова и словосочетания

Регионы Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Уточнить регион...

Что искали со словами «поисковое продвижение» — 7344 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
поисковое продвижение	7344
поисковое продвижение сайта	6451
продвижение +в поисковых системах	4233

Выбрав этот вариант ключевого слова вы сможете побороться за топ по более часто задаваемому поисковому запросу. В противном случае, можно так неудачно выбрать ключевые слова для статьи, что даже попав в ТОП по многим сверхнизкочастотным запросам (меньше 100 запросов в месяц), существенного поискового трафика вы так и не получите. У Google тоже есть [сервис по подбору ключевых слов](#), который вы тоже можете использовать.

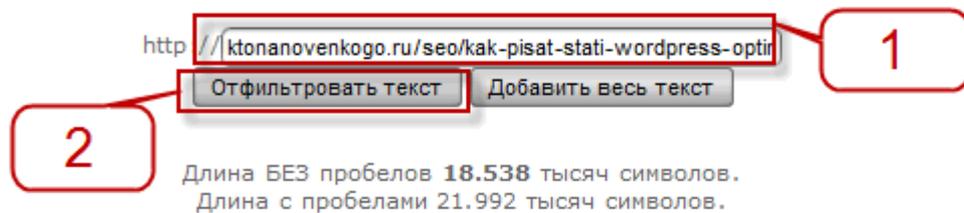
Не стоит выделять во всем тексте материала исключительно только ключевые слов. В начале текста выделите тегом **STRONG** точное вхождение ключевых слов, а дальше можно **выделять ключевые слова** в контексте какой либо фразы (т.е. выделять фразы, содержащие ключевые слова). Это мое мнение, ибо тексты мы пишем для людей и выделение жирным нужно использовать не только для продвижения статьи в поисковых системах, но и для удобства читателей, акцентируя их внимание на ключевых моментах.

Таким образом, посетителям будет легче ориентироваться в тексте. Для этой же цели я использую промежуточные заголовки, которые не только включают ключевые слова, но и помогают читателям найти интересующее их место в тексте. Конечно же, в подборе и употреблении в тексте нужных ключевых слов очень много зависит от интуиции, которая будет работать тем лучше, чем больше знаний и опыта в области поискового продвижения у вас будет.

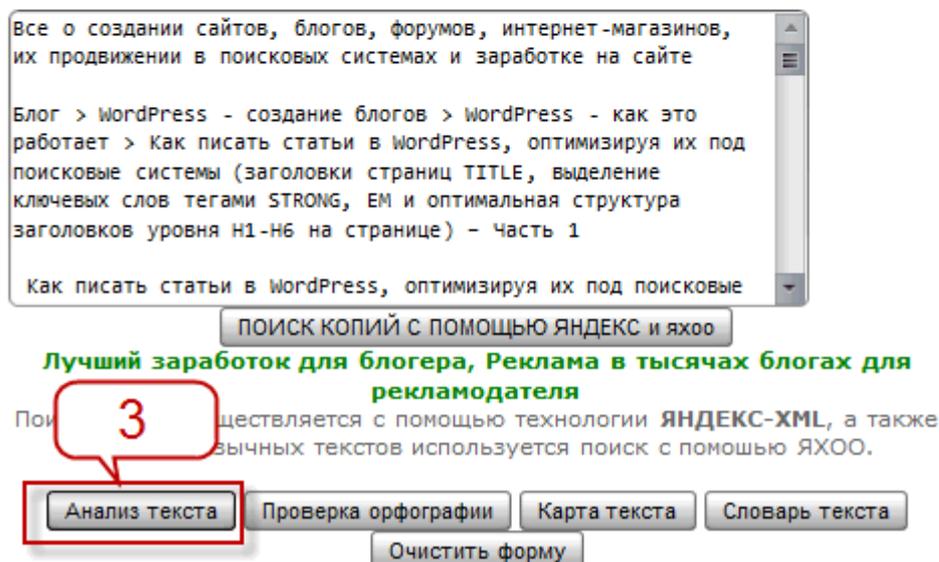
Онлайн сервис для анализа текста - частота употребления слов, тошнота страницы и многое другое

После того, как вы напишите статью, обязательно **проанализируйте ее текст** [в сервисе ISTIO](#). Если ваш материал уже опубликован, то введите его адрес в верхнее поле и нажмите на кнопку "Отфильтровать текст", в результате чего, в поле "Текст для анализа" появится текст вашей статьи и вам останется только нажать на кнопку "Анализ текста". Если материал вы опубликовать еще не успели, то в этом случае скопируйте текст и вставьте его в поле "Текст для анализа", после чего нажмите кнопку "Анализ текста":

Анализировать текст, поиск плагиата



Текст для анализа:



Откроется новое окно, в котором в области "Наиболее частые слова (БЕЗ стоп-слов)" посмотрите, какие слова являются наиболее употребляемыми в данном тексте. В идеале, в самом верху этого списка, должны находиться **ключевые слова, по которым вы хотите продвинуть данную статью**. Но зачастую наиболее употребляемыми в тексте оказываются не ключевые, а совершенно к ним не относящиеся слова. У меня во многих постах частота слов "сайт" или "страница" сильно превышает употребление ключевых слов в тексте.

Наиболее частые слова (БЕЗ стоп-слов):

Ранг	Частота слова.	Слово	Колво раз	Рел.	Длина в ядре	Процент
1	15	файл	69	8,3	6,2%	3,2%
2	15	тема	57	6,86	5,1%	2,6%
3	15	php	50	6,01	4,4%	2,3%
4	20	страница	50	6,01	4,4%	2,3%
5	24	wordpress	49	5,89	4,4%	2,3%
6	28	оформление	43	5,17	3,8%	2%
7	32	шаблон	39	4,69	3,5%	1,8%
8	35	блога	33	3,97	2,9%	1,5%
9	36	папка	19	2,28	1,7%	0,8%
10	37	категория	13	1,56	1,1%	0,6%
11	39	сайт	13	1,56	1,1%	0,6%
12	40	отображение	13	1,56	1,1%	0,6%

Ключевые слова статьи, которые реже слов-паразитов употребляются в статье

Слово-паразит, которое нужно частично заменить на синонимы в этой статье

Такая ситуация печальна тем, что в этом случае продвинуть статью по ключевым словам будет сложнее (мешают очень часто употребляемые слова, которые не являются по вашей задумке ключевыми). Продвигаемую страничку должно "тошнить" именно ключевыми словами, тогда вероятность попадания в ТОП поисковой выдачи по запросам, содержащим эти ключевые слова, будет значительно выше. Понятие "тошнота страницы" мы рассмотрим чуть позже, а пока просто примем к сведению этот факт.

Когда страницу "тошнит" именно от ключевых слов, то это хороший шанс на попадание в ТОП по поисковому запросу, содержащему эти ключевые слова. А вот если вместо ключевых слов на первых местах наиболее употребляемых слов в тексте находятся слова-паразиты, то придется от них избавиться, например, путем частичного использования синонимов вместо часто употребляемых слов-паразитов. Дело это довольно хлопотное, но нужное.

Все описанные выше действия, относящиеся к понятию внутренняя **поисковая оптимизация сайта**, мы должны делать при каждом написании статей, но даже оптимальное выполнение всех этих условий не гарантирует вам стопроцентный успех (только 99 процентов). Тем более, что даже, если вы правильно составили заголовок материала, употребив в нем ключевые слова, мета-тег заголовка страницы TITLE, который является одним из самых значимых рычагов поисковой оптимизации, может быть сформирован не оптимальным образом.

Боремся с дублированием контента на сайте

Обязательно позаботьтесь о правильном виде заголовка страницы TITLE, ибо это действительно очень важно и поисковики придают содержимому TITLE очень большое значение. Для многих движков вебсайтов так же очень остро встает **проблема дублирования контента**, когда на страничках вашего проекта с разными адресами присутствует один и тот же текст. Поисковые системы относятся к этому плохо.

В WordPress для этих целей можно использовать возможности универсального SEO плагина *All in One SEO Pack*. В нем можно активировать возможность проставления на страничках с дублями специального мета-тега CANONICAL, который укажет поисковой системе на адрес оригинала данного материала.

Я, например, так же для избежания дублирования контента в своем блоге на WordPress запретил в плагине *All in One SEO Pack* индексацию поисковыми системами страниц с временными архивами и архивами тегов, разрешив только индексацию страничек с содержанием рубрик.

В результате страничек в индексе поисковых систем стало меньше, но зато там уже не будет дублей, да и странички архивов тегов и временных архивов у меня не несут особой смысловой нагрузки, так что им нечего делать в индексе поисковиков. Лучше меньше, да лучше. Тем более, что в Google эти странички скорей всего попали бы в дополнительный (сопливый) индекс, поиск по которому не ведется.

Так же, **во избежании дублирования контента**, на главную страничку моего блога выводятся только анонсы материалов, а их полные версии открываются по ссылке "Читать далее", текст которой я сделал индивидуальным для каждой статьи. Это немного улучшает поисковую оптимизацию блога, ибо на каждую статью будет проставлена дополнительная ссылка с уникальным анкором, содержащим ключевые слова.

Так же для **борьбы с дублированием контента** можно использовать возможность файла ROBOTS.TXT.

Внутренняя поисковая оптимизация сайта (SEO): внутренняя перелинковка под низкочастотные поисковые запросы

Внутренняя перелинковка позволяет перераспределить статический вес (pagerank) между страницами вашего сайта. Честно скажу, что совсем не заморачивался с внутренней перелинковкой. В том смысле, что делал ее как бог на душу положит, а не так, как велит научный подход к вопросу. А вы знаете оптимальную схему перелинковки для продвижения сайта исключительно по *низкочастотным поисковым запросам*? Она должна сводиться к тому, чтобы внутренние странички сайта, те на которых размещены статьи, получили бы максимально возможный статический вес.

Понятие статического веса страниц используют все поисковые системы, а не только Google, просто у Google есть тулбарное значение PageRank, которое можно узнать и посмотреть, а у других поисковых систем открытой информации о статическом весе страниц нет.

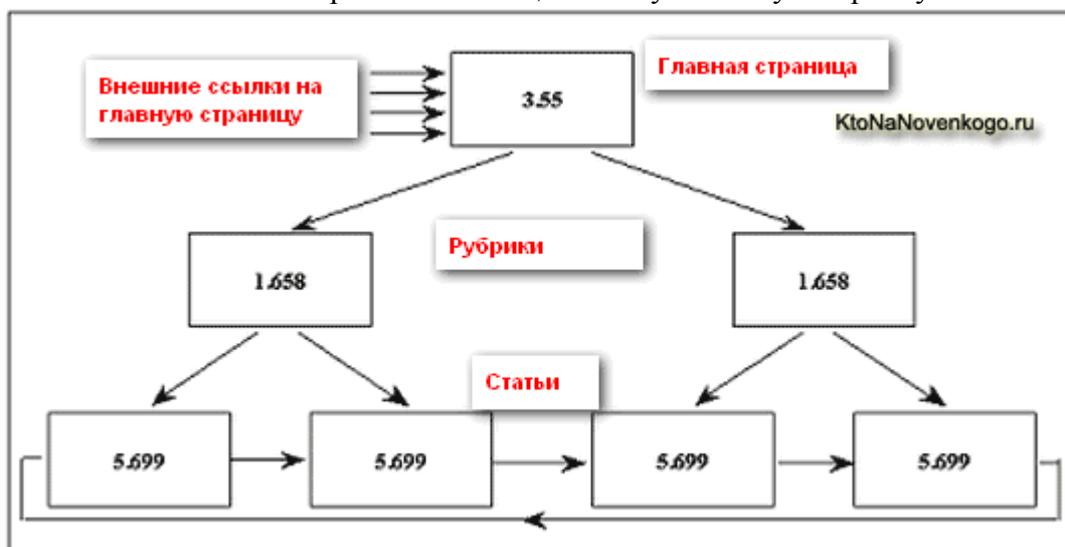
Но принцип перераспределения статического веса страниц остается примерно таким же как и в случае с Google PageRank - с одной страницы на другую передается статический вес по ссылке, но не полный, а только его часть (0.85). Все расчеты в различных схемах внутренней перелинковки выполняются за несколько итераций (повторных вычислений), пока разница между соседними вычислениями не будет достаточно малой. Тогда считают, что рассчитали статический вес передаваемый по ссылкам в данной схеме перелинковки.

В таких схемах не учитывают ссылочное ранжирование, т.к. передаваемый статический вес не зависит от текста ссылки (анкора). Так вот, в случае продвижения по низкочастотным запросам нам нужно будет **нагнать наибольший статический вес на внутренние страницы сайта**, непосредственно содержащие статьи. При обычном раскладе внешние ссылки у большинства проектов проставлены на главную, а значит нам нужно будет перераспределить статический вес передаваемый по этим ссылкам с главной на внутренние страницы.

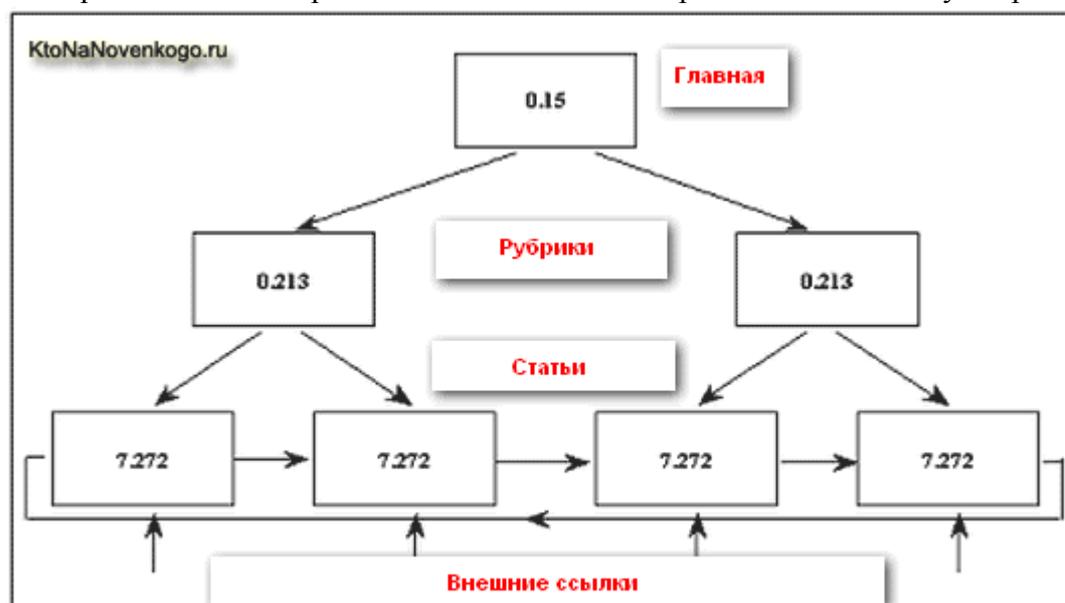
Вот так будет выглядеть **идеальная схема внутренней перелинковки под низкочастотные поисковые запросы**:



Стрелочками показаны направления ссылок. Как вы можете видеть, статический вес перераспределится в пользу страниц со статьями, убавив статический вес главной и рубрик. При простановке на главную нескольких внешних обратных ссылок, мы получим такую картину маслом:



Но наилучшим вариантом будет простановка внешних обратных ссылок не на главную, а непосредственно на страницы с текстовыми материалами. В этом случае расклад получится следующим:



Поэтому, при поисковом продвижении по низкочастотным запросам следует учитывать то, что лучше

всего покупать (или получать в результате обмена) **обратные ссылки на внутренние страницы**, а не на главную.

Но данная схема оптимальной внутренней перелинковки является сложно реализуемой, ибо нарисовать картинку это одно, а реализовать все это на реальном проекте - совсем другое. На практике считается не плохим вариантом создание небольшого блока ссылок внизу статьи (подсказывающих пользователю аналогичные по тематике материалы), в котором будут находиться ссылки на другие материалы из этой же тематики (у меня на блоге это называется "Еще по данной теме"). На страницах со статьями, ссылки на которые присутствуют в этом блоге, тоже будет размещен блок со ссылками на эти же самые материалы.

Я так же активно проставляю ссылки на другие свои материалы прямо в тексте статей - это улучшает внутреннюю перелинковку, а так же способствует увеличению количества страниц, просмотренных одним пользователем. Показатель глубины просмотра возможно учитывается поисковыми системами при составлении мнения о том или ином ресурсе.

Часть III/4. Внутренняя оптимизация сайта - 17 советов

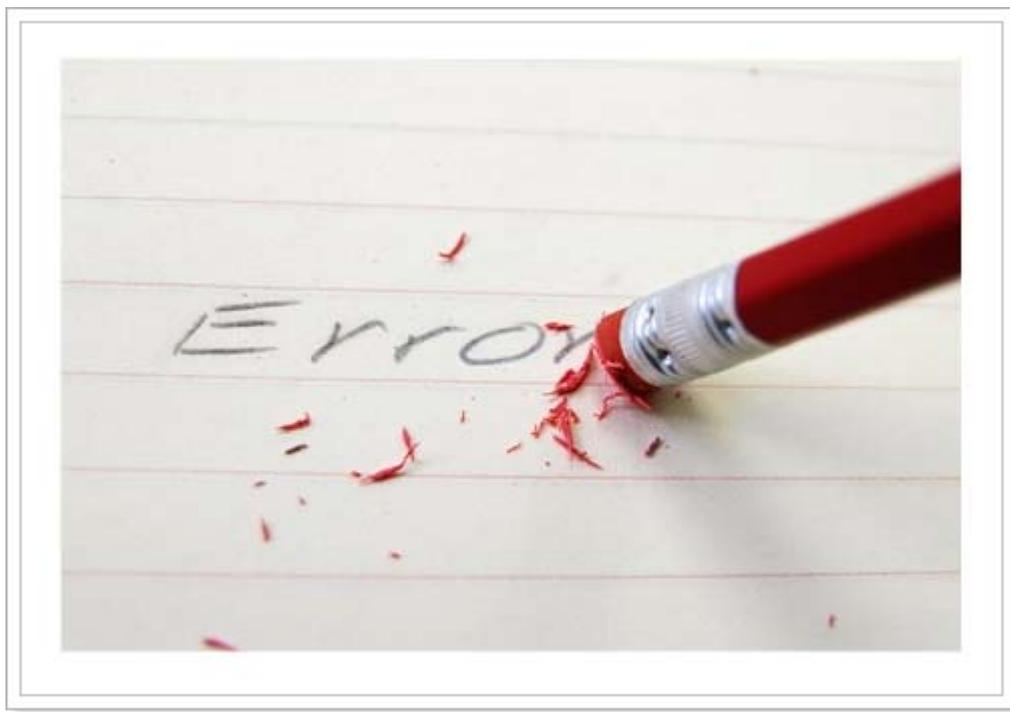
Автор: Михаил Шакин (Globator)

Перед тем, как продвигать сайт в поисковых системах, его нужно оптимизировать. Грамотная **внутренняя оптимизация сайта** позволит ему быстрее и эффективнее выбиться в верхние результаты поиска. Кроме того, следует продумать навигацию по разделам сайта- чтобы пользователи могли легко и быстро находить нужные материалы. Ниже я перечислю необходимые моменты *внутренней оптимизации сайта*.

1. Перед тем, как оптимизировать сайт, нужно определиться с запросами, по которым планируется продвигать сайт. Это можно сделать через сервис [Яндекс Директ](#) (при продвижении в Яндексе).
2. После определения запросов подбираются наиболее релевантные страницы под каждый запрос.
3. Каждая страница сайта оптимизируется под 1-2 запроса.
4. Ключевые слова должны присутствовать в тайтле и описании страницы (в форме, удобной для прочтения пользователями, а не просто как перечисление ключевиков).
5. Ключевые слова должны быть прописаны в заголовке <h1>, а также присутствовать в тексте в виде различных словосочетаний. При этом важно соблюдать меру- поисковики умеют отличать тексты, просто “напичканные” ключевиками.
6. Ключевые слова должны присутствовать в тегах и <i>, а также в текстах (анкорах) внутренних ссылок.
7. Ключевые слова должны быть прописаны в тегах alt и title у картинок.
8. Помимо верхних/боковых меню, внутренние страницы сайта должны быть дополнительно перелинкованы в футере (подвале сайта) (при этом нужно использовать ключевые слова), а также в текстах полных новостей сайта (например, после статьи идет 5 ссылок «Похожие материалы» на похожие по теме страницы сайта, что увеличивает количество просмотров страниц).
9. Адреса страниц сайта предпочтительнее делать в виде статических страниц вида <http://site.ru/page.html>
10. Кроме особых случаев все внешние ссылки (счетчики и т.д.) следует закрывать от индексации через <noindex> и rel=”nofollow”, чтобы не утекал **PR** и **ТИЦ**.
11. Самые интересные материалы сайта должны быть на видном месте, например, в разделе меню «Популярное».
12. Навигация на сайте должна быть в виде текстовых ссылок, без использования скриптов, что улучшает индексацию. При графической навигации пункты следует продублировать в тегах alt и title для тех посетителей, которые отключают графику в браузере.
13. Все страницы сайта должны быть доступны в 2-3 клика от главной.
14. Материалы сайта должны иметь иконки для того, чтобы посетители могли добавить понравившийся материал в социальные сети и сервисы социальных закладки.
15. Оформление страниц должно быть по максимуму вынесено в файл css (каскадные таблицы стилей), чтобы уменьшить объем кода и ускорить время загрузки сайта.
16. Дизайн сайта должен быть оптимизирован как под Internet Explorer, так и под Mozilla Firefox, Opera и Safari. Не секрет, что зачастую сайты в разных браузерах отображаются по-разному.
17. На сайте должна быть организована обратная связь с посетителями (комментарии, контактные формы, ссылки на e-mail - что более подходит для конкретного сайта).

Часть III/5. Лечение сайта правильной внутренней оптимизацией new

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



Многие владельцы сайтов искренне верят, что дорогой дизайн, авторский контент и известность ресурса избавляют их от необходимости следовать элементарным требованиям поисковых систем. Считается, что раз уж сайт такой хороший, то поисковик просто обязан закрывать глаза на собственные рекомендации и лить туда трафик по всем целевым запросам.

Во многих случаях так оно и есть – ни для кого не секрет, что при прочих равных условиях старым известным сайтам получить посетителей из поиска намного проще, чем новым. И то, что прощается авторитетам, для новичков может сыграть роковую роль.

Тем не менее, **даже старые трастовые сайты могут терять много трафика из-за элементарных ошибок во внутренней оптимизации.** Исправление этих ошибок не требует больших вложений, но может принести очень заметный эффект.

Именно это случилось с сайтом нашего клиента, о котором я *писала* в своей хронике на прошлой неделе. Обещала подробно описать кейс и открыть секрет успеха – выполняю обещание.

Итак, в конце июня к нам обратился владелец сайта с просьбой провести внутреннюю оптимизацию под ключ с целью облегчить продвижение по запросам (сайт находился далеко за Топ-50). В письме упоминалось, что длительные усилия других SEO-специалистов так и не дали никаких результатов, поэтому сперва мы подумали о санкциях. Но более детальный “осмотр пациента” и беглый анализ ссылочной массы опровергли это предположение – ни видимых симптомов, ни явных причин для наложения фильтра не было.

Над сайтом работала моя коллега Аня, о ее успехах в лечении сайтов я уже однажды писала [здесь](#).

Внутренняя оптимизация заняла ровно 2 недели. В пятницу, 19 июля, мы отправили отчет клиенту, а уже через 6 дней сами радовались наступившему результату.

Позиции сайта в Яндексе до и после оптимизации, регион Москва (нажмите, чтобы увеличить):

Ключевые слова	Текущая позиция	Предыдущая позиция	Изменение
... ..	12784	53	45
... ..	11782	33	289
... ..	8782	58	48
... ..	5685	69	190
... ..	2205	83	424
... ..	205	118	289
... ..	9180	132	115
... ..	8178	75	180
... ..	7125	37	38
... ..	994	69	289
... ..	237	25	126
... ..	31	51	175
... ..	532	33	167
... ..	87	32	89
... ..	87	35	181
... ..	313	34	24
... ..	120	253	81
... ..	211	58	34

Как у нас получилось так быстро вылечить пациента? Боюсь, не спалю тему и не открою большую тайну – мы просто **привели сайт в полное соответствие [Рекомендациям Яндекса для вебмастеров](#)**. Исправления ошибок внутренней оптимизации оказалось вполне достаточно для того, чтобы поднять сайт в Топ 3-5 без докупки ссылок и писем в Яндекс.

Что именно по внутренней оптимизации мы делали

1. Привели в порядок Title и мета-теги.

Перечисления запросов в заголовках заменили на человекопонятный текст. Прописали уникальные keywords и description для каждой страницы.

2. Исправили URL-адреса:

- убрали мусор с URL, сделали их короткими и отображающими суть содержания страниц;
- заменили кириллические адреса на транслит;
- сократили адреса, которые полностью повторяли содержание title.

3. Почистили контент от переспама.

Удалили спамовые конструкции и запросы с умышленными опечатками. Их было немного, но мы всегда избегаемся от таких элементов.

4. Перераспределили ключевые слова по страницам таким образом, чтобы каждой группе запросов соответствовала наиболее релевантная страница.

5. Заменили водянистые тексты на содержательное описание продукции.

Сделали так, чтобы пользователю сразу было понятно, что описывается на странице – какой продукт, какие его характеристики и т.д.

6. Правильно оформили тексты, которые не требовали полной замены.

Разместили заголовки, разделили абзацы, расставили акценты таким образом, чтобы тексты легче воспринимались.

7. Создали и залили на сервер Robots.txt с запретом на индексацию системных страниц.

Также мы внимательно проанализировали конкурентов и составили инструкции по улучшению конверсий, но до скачка сайта в Топ клиент еще не успел это реализовать.

Я прекрасно понимаю владельцев сайтов, которые не хотят вникать в технические детали и подстраивать свой ресурс под поисковые алгоритмы. Вполне справедливо ожидать от поисковика лояльности, если ты делаешь качественный web-продукт. Но, увы, мы не можем заставить поисковик подстроиться под нас – если мы хотим получить долю выгоды от поискового трафика, то должны соблюдать общие правила, нравится нам это или нет.

Часть III/6. Внешняя оптимизация – общие положения и методы

[Автор: Алексей Скорняков \(seo2z\)](#)



Статья посвящена **внешней оптимизации сайтов**, а точнее способам и методам воздействовать на продвижение сайта. Поговорим о значении **внешней оптимизации**, о тех методах, которые применяются лично мной для продвижения сайтов, о качестве анкоров и доноров.

Теория.

Отдаю предпочтение продвижению в Яндексе, так что будем опираться на эту поисковую систему. Как известно продвижение сайтов делится на 2 области – внутренняя оптимизация и внешняя. Если *внутренняя оптимизация* имеет какой то лимит, ограничивающий наши действия, то у внешней его нет. Основной сегмент **внешней оптимизации** – правильное вложение денег в продвижение. Конечно, существуют и бесплатные методы, но в конкурентных тематиках и запросах ими не обойтись. На помощь приходят сервисы, позволяющие воздействовать на продвижение акцептора на платной основе. Основная цель – получить ссылку с качественного донора с нужным анкором. Влиять ссылка будет в том случае, если она будет индексироваться ПС.

Качество доноров.

Любая входящая ссылка имеет своё качество, которое определяется множеством параметров. Из личного опыта могу сказать, что качественными рабочими ссылками на страницах донора считаю:

- Возраст домена – от 6 месяцев

В связи с множеством нововведений (алгоритмы, фильтры) в поисковых системах те сайты, которые стоят более 6 месяцев и работают – дадут рабочую ссылку. + ко всему сам возраст влияет на траст донора, а следовательно и на качество нашей ссылки

- Количество внешних ссылок – до 5

С нашей ссылкой будет 6. Именно 6 ВС считаю оптимальным количеством

- тИЦ – от 10

Конечно, доноры имеющие тИЦ = 0 тоже могут быть рабочими и качественными, но за 6 месяцев было несколько апов тИЦ, и сайты не набравшие хотя бы 10 внушают мало доверия

- Размер текста на странице – от 2000

Меньше 2000 обычно значит, что контента на странице нет. Обычно это текст шапки, сайдбаров, футера = 500-1000 символов. Конечно, при проверке вручную этот пункт можно оспорить, но при пакетной простановке ссылок советую опираться на этот пункт (например, при закупке в биржах ссылок, статей).

- Страница в индексе

Естественно проставлять ссылку со страницы, которая не в индексе ПС нет смысла. Смысл появляется только тогда, когда есть возможность отслеживать индексацию или быть уверенным в том, что она будет проиндексирована.

- Отсутствие стоп-слов в контенте страницы

Под стоп-словами подразумеваю различную ненормативную лексику, обилие открытых кодов (php, java, языки программирования). Конечно, всё индексируется, и если не противоречит законам страны, то будет продолжать индексироваться. Но страницы, контент которых состоит из кодов – лично я избегаю.

- Доменная зона

В принципе, почти в равной степени индексируются все популярные доменные зоны, но я отдаю предпочтение зонам: ru, com, net

- Уровень домена – 2 уровня
- Уровень страницы – 1, 2, 3 уровня
- Ответ сервера – 200

Есть множество других параметров, но их рассмотрим в другой статье, посвящённой отбору доноров при покупке в биржах ссылок и статей.

Качество анкера

Продвигая запрос крайне не желательно иметь ссылочную массу, анкоры ссылок которой состоят из чистого вхождения ключа.

- Чистое вхождение

Чистое вхождение ключевого слова в анкор ссылки на доноре подразумевает отсутствие лишних слов и неизменной словоформы ключа. То есть ключ “как есть”

- Морфологическое вхождение

То же самое, что и чистое вхождение, только с использованием падежей, склонений, числа и родов. Так же с вхождением дополнительных слов.

- Естественность

Естественным текстом ссылки в основном является анкор, не содержащий в себе продвигаемого запроса. Так же естественным анкором считаются слова: тут, здесь, вот, URL (сам адрес ссылки). То есть под данными односложными словами будет стоять ссылка на акцептор

Примерный процент соотношения вхождений для выбранного ключа, относительно части ссылочной массы этого ключа по моему опыту оптимален:

Чистое вхождение = 80 %

Морфологическое вхождение = 15 %

Естественность = 5 %

Основные способы получения ссылок для продвижения:

- Форумы

Подразумевает получение естественной ссылки в ходе какого-либо обсуждения.

Плюсы: естественность ссылок, бесплатно

Минусы: возможное отсутствие места (специальных разделов, тем) для простановки ссылки

- Комментарии блогов

Комментирование блогов в основном используется для повышения траста сайта, косвенно или напрямую влияющего на продвижение. Оставляя комментарий, проставляется ссылка в соответствующее поле. Анкором является имя комментатора

Плюсы: естественность ссылок, бесплатно

Минусы: большое количество ВС на странице комментирования, ожидание одобрения комментария

- Каталоги сайтов, статей

Всё же, хоть и прошли былые времена, когда прогон по каталогам сайтов приносил не плохие результаты при продвижении, но пользу от них всё ещё можно выжать. То же касается и каталогов статей. Основной недостаток – малое доверие ПС к таким донорам, которые, по сути, являются линкопомойками

Плюсы: бесплатно

Минусы: большое общее количество ВС сайта

- Социальные закладки и сети

Весьма не плохие доноры. В основном ссылки с них проставляют для продвижения НЧ запросов или ускорения индексации

Плюсы: бесплатно

Минусы: не большое количество сервисов

- Биржи ссылок

Пожалуй, самый популярный способ продвижение. Полный контроль купленной ссылочной массы, *пакетный подбор*, анализ и смена доноров.

Плюсы: отслеживание доноров, большой выбор

Минусы: платно (ежемесячно)

- Биржи статей

Качественное продвижение через биржи статей объясняется тем, что, как и в биржах ссылок, мы можем контролировать своих доноров, а так же окружать свои ссылки качественными тематическим контентом, который собственно и пишем сами. То есть основная часть контента страницы донора – наша статья, в которой проставлены ссылки

Плюсы: отслеживание доноров, большой выбор, тематический контент страницы донора

Минусы: платно

- Биржи обзоров и контекстных ссылок

Постовые, платные обзоры, контекстные ссылки – в основном являются вечными.

Плюсы: большой выбор, одноразовая плата

Минусы: дорого, нет возможности заменить донора

Часть III/7. Бесплатная внешняя оптимизация сайта

Автор: Димитрий KtoNaNovenkogo

Сегодня будет очередная статья из рубрики *Бесплатные обратные ссылки*. Последнее время в поисковой системе Яндекс наметилась такая тенденция, как снижение влияния внешних факторов продвижения (**внешней оптимизации** или попросту получения обратных ссылок на сайт) и усиление влияния внутренних и пользовательских факторов.



Сейчас *алгоритм поисковой системы* Яндекс при расчете релевантности той или иной страницы (документа) в интернете учитывает более четырех сотен разнообразных факторов. По словам представителя Яндекса (по-моему, это Садовский сказал) из двадцати наиболее важных факторов, учитываемых при ранжировании сейчас, только два фактора относятся к внешней оптимизации (влияние внешних обратных ссылок).

Внешняя оптимизация может быть бесплатной

Раньше **влияние внешней оптимизации** (обратных ссылок) было превалирующим и являлось основным и зачастую единственным инструментом, с помощью которого можно было продвинуть в Топ по *высокочастотным и среднечастотным поисковым запросам* абсолютно любой сайт, даже если его содержание и внутренняя оптимизация оставляли желать лучшего.

Оптимизаторы (Seo конторы и фрилансеры) сводили весь процесс продвижения сайта заказчика к банальной закупке обратных ссылок (внешней оптимизации) в Sape и ей подобных биржах, иногда используя какие-либо фильтры для отсева уж совсем отстойных площадок для размещения ссылок. На юзабилити и *внутреннюю оптимизацию* продвигаемого сайта никто внимания и не обращал, ибо ссылочным бюджетом можно было продавить любые недостатки внутренней оптимизации сайта заказчика.

Многие оптимизаторы и сейчас пытаются проповедовать такое же отношение к продвижению проектов, но реалии уже поменялись и сейчас недостаточно заниматься только **внешней оптимизацией (закупкой обратных ссылок)**, нужно обязательно подвергать сайт заказчика Seo анализу (для выявления и устранения огрехов внутренней оптимизации) и рассматривать его с точки зрения привлекательности для пользователей (юзабилити).

В общем, мы потихоньку идем к той схеме продвижения сайтов, которая уже давно сформировалась и устоялась в буржунете. Там Seo оптимизатор преобразовался в уважаемого всеми пиарщика, который проводит полный комплекс работ как по внешней оптимизации сайта, так и по его внутренней оптимизации, *перелинковке* и созданию удобства пользованию для посетителей. Т.о. оптимизатор берет на себя весь объем работ по комплексному развитию и продвижению сайта заказчика.

Понятно, что Seo конторы и фрилансеры довольно инертны в своем отношении к продвижению проектов и будут еще долго делать упор только лишь на внешнюю оптимизацию, но постепенно и они поменяют вектор развития. Но мы с вами, владельцы собственных проектов, можем без всякой инерции следовать в струе современных течений Seo реалий и уделять должное внимание именно *факторам внутренней и пользовательской оптимизации*, не забывая однако и о внешней оптимизации, ибо в условиях современных алгоритмов работы Яндекса (матрикснет, однако) учитывается не только влияние на продвижение отдельных факторов, но и их взаимное влияние.

И если где-то у вашего сайта наблюдается полный швах и провал, то это может существенно занизить влияние и других факторов продвижения, на которые вы потратили немало времени. Поэтому одной лишь внутренней оптимизацией и перелинковкой продвинуться на довольно хороший уровень не получится, нужно будет обязательно **задействовать внешнюю оптимизацию (обратные ссылки)**.

Но закупать ссылки в Sape я вам пока не советую, ибо начать стоит именно с *бесплатной внешней оптимизации*, которая в общем-то возможна и имеет даже ряд плюсов перед закупкой обратных ссылок в биржах типа Sape. Во-первых, такая внешняя оптимизация не потребует от вас денежных вложений, правда, повкалывать все равно придется, но при наличии свободного времени это не будет проблемой.

Во-вторых, **внешняя оптимизация за счет бесплатных обратных ссылок** подходит для продвижения по любым поисковым запросам и может стать очень полезным подспорьем именно для сайтов продвигающихся по некоммерческим запросам. Вспомните, ведь Яндекс мало того, что научился с высокой долей вероятности определять продажные Seo ссылки, но и *перестал их учитывать для некоммерческих запросов*. Во как.

Кстати, довольно интересен сам механизм определения Яндексом продажных Seo ссылок. Яндекс при этом учитывает наличие двух основных признаков продажности обратных ссылок:

1. если в анкоре внешней ссылки употребляются ключевые слова, под которые была оптимизирована ваша статья, то Яндекс может предположить, что эта ссылка была приобретена вами за деньги (пока только предположить)
2. если с сайта донора, на котором была найдена ваша внешняя обратная ссылка, будут проставлены еще другие внешние ссылки, но на сайты, отличной от вашей тематики, то Яндекс может сделать предположение, что такой ресурс занимается продажей ссылок, а следовательно и ваш беклинк вызовет подозрение

При наличии обоих признаков продажности Яндекс сделает вывод о том, что данная **обратная Seo ссылка является покупной**, но вот будут ли при этом применены какие-либо санкции по снижению веса, передаваемого по данной внешней ссылке, будет уже зависеть от того, какое мнение сложилось у Яндекс о вашем ресурсе. Если ресурс в глазах Яндекса солидный, да и к тому же продвигается по ряду коммерческих запросов, то возможно, что вес такой внешней ссылки и не будет занижаться.

Но угадать, будут ли работать и насколько эффективно продажные Seo ссылки именно для вашего проекта можно будет только опытным путем. Поэтому я вам и советую на первых порах попробовать проверить *эффективность бесплатной внешней оптимизации* с помощью обратных ссылок с профилей и блогов трастовых (жирных) ресурсов, с которых получить беклинк легальными способами зачастую бывает вообще не возможно, ибо не все сайты торгуют ссылками.

Кстати говоря, мой проект KtoNaNovenkogo.ru в какой-то мере может служить вам предметом для анализа успешности **продвижения за счет бесплатной внешней оптимизации**, ибо ни одной обратной ссылки я

еще не купил, а обмен постовыми был прекращен примерно год назад, да и не достиг он больших размахов.

Судить об успешности продвижения, наверное, можно по показателю посещаемости проекта, который напрямую, на мой взгляд, зависит от набранного ресурсом траста (авторитетности). Судить по тому, что у меня Тиц еще не перевалил на сотню, думаю будет не верно, ибо бесплатная внешняя оптимизация за счет получения обратных ссылок с профилей и не может привести к серьезному росту Тиц (тематического индекса цитирования Яндекса, акцент нужно делать на первом слове).

Эти бесплатные обратные беки с трастовых ресурсов призваны именно повышать трастовость и авторитетность вашего проекта, а траст уже в свою очередь выльется в высокую посещаемость за счет подъема в поисковой выдаче по всем поисковым запросам. Это такой существенный пинок под зад, который очень хорошо будет виден по росту посещаемости.

Некоторое время назад я стал замечать, что только что опубликованная статья на моем блоге может сразу же попасть в Топ 10 поисковой системы Google по довольно таки частотному поисковому запросу. Наверное, это и есть проявление влияния возросшего траста и авторитетности, во всяком случае, так хотелось бы думать.

Конечное же, на трастовость и авторитетность ресурса в глазах поисковых систем влияет масса факторов, но основным способом увеличения траста является именно получение внешних обратных ссылок с сайтов, имеющих высокий траст ранк, который, кстати, только косвенно и весьма условно можно оценить по значению Тиц этого проекта. Как такового коэффициента трастовости в паблике нет, поэтому приходится брать в расчет косвенные и не всегда правильно трактующие траст показатели продвижения (Траст, ТИЦ, Page Rank и Alexa Rank).

Бесплатная внешняя оптимизация за счет обратных ссылок с профилей

1. **Infuture - Тиц=700.** Регистрируемся ([_http://infuture.ru/register.php](http://infuture.ru/register.php)), подтверждаем регистрацию по ссылке из письма, после чего можно будет авторизоваться на сайте. Далее переходите на страницу редактирования профиля ([_http://infuture.ru/edit_profile.php](http://infuture.ru/edit_profile.php)) и добавляете свою внешнюю обратную ссылку в поле "HomePage".



HomePage: ktonanovenkogo.ru

Дата рождения: 05.04.1973 (37 лет)

Информация о себе: Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - советы по созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазиновjoomla, smf wordpress, html, css, VirtueMart, вебмастер, php, mysql

[Написать сообщение пользователю](#)

[-] Alexa: n/a Google: n/a Yandex: 700 | 5 [+ R T Optio

Адрес страницы профиля с бесплатным обратным линком можно получить из этого URL:

http://infuture.ru/user/ваш_логин

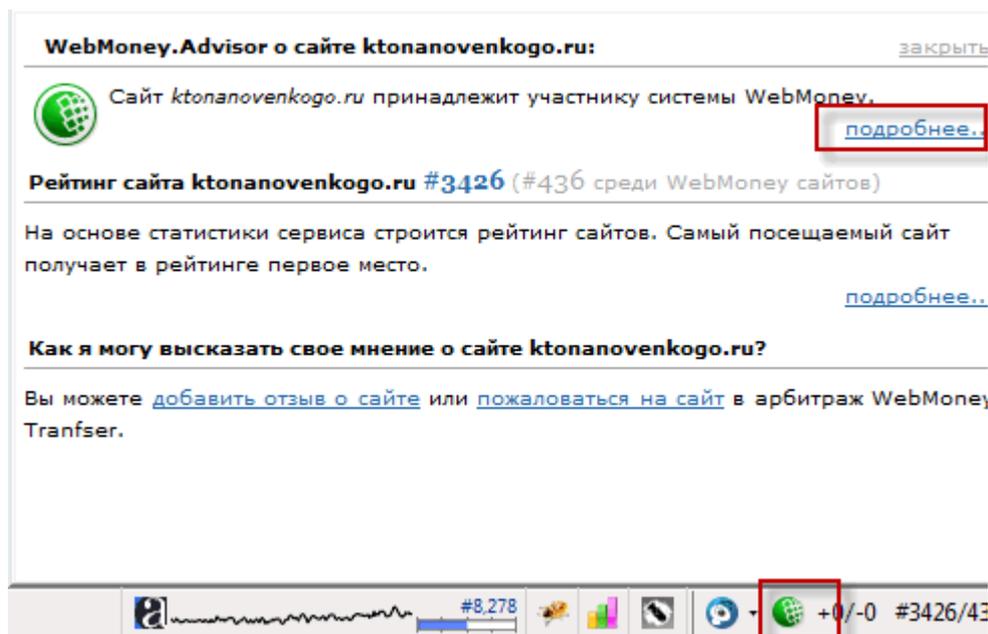
дописав в конце свой логин. Если хотите, то можете прогнать полученный URL по аддурилкам поисковых систем ([Яндекса](#) и [Google](#)), т.к. сами по себе поисковики не очень охотно и быстро индексируют страницы профилей.

2. **Nanonewsnet - Тиц=1700.** Для начала регистрируемся ([_http://www.nanonewsnet.ru/user/register](http://www.nanonewsnet.ru/user/register)), переходим по ссылке из письма и авторизируемся (пароль ищите в письме). Далее переходите на

вкладку "Изменить" - "Личные данные" и заполняете все необходимые поля, в том числе и "Сайт". URL страницы с внешней обратной ссылкой вы увидите, перейдя на вкладку "Просмотр".

3. **Advisor.wmtransfer - Тиц=325.** Если вы проделали все, что там было описано, то на ваш сайт будет проставлена еще одна бесплатная обратная ссылка, но уже со страниц WebMoney Advisor - расширения для браузера, которое позволяет получать информацию о принадлежности открываемых в браузере страниц к системе *WebMoney*.

Скачать WebMoney Advisor можно [отсюда](#). После его установки в браузер (я использую Firefox), можно будет зайти на свой сайт через этот браузер и щелкнуть по зеленому значку WebMoney Advisor в правом нижнем углу, после чего перейти на страницу своего сайта в этой системе (по ссылке "Подробнее"):



Там вы обнаружите *открытую для индексации поисковыми системами* внешнюю обратную ссылку на ваш ресурс. Можете воспользоваться аддурилками поисковых систем ([Яндекса](#) и [Google](#)) для ускорения индексации этого беклинка.

4. **Basketball - Тиц=500.** Сначала регистрируемся ([_http://www.basketball.ru/profile/registration/](http://www.basketball.ru/profile/registration/)), при этом можете сразу же заполнить все необходимые поля, в том числе и поле "Домашняя страница". После подтверждения регистрации авторизуйтесь на сайте и если захотите внести какие-либо изменения в профиль, то воспользуйтесь кнопкой "Настроить". Url страницы своего профиля можете получить из этого адреса, просто подставив в него свой логин:

<http://www.basketball.ru/us/Dimal9731.html>

5. **Darkside - Тиц=2000.** Регистрируемся ([_http://darkside.ru/forum/ucp.php?mode=register](http://darkside.ru/forum/ucp.php?mode=register)), а затем подтверждаем регистрацию по ссылке из письма и авторизуемся. Переходим на страницу редактирования своего профиля и прописываем внешнюю обратную ссылку в поле "Сайт". В самом низу окна форума ([_http://darkside.ru/forum/](http://darkside.ru/forum/)) вы найдете свой логин, перейдя по которому попадете на страницу профиля. При желании, прогоните ее по аддурилкам поисковиков.

Род занятий : Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - советы по созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов

Интересы : joomla, smf, seo, wordpress, html, css, VirtueMart, хостинг, домены, вебмастер, начинающий, web-мастер, webmaster, php, mysql

: http://ktonanovenkogo.ru

Alexa: n/a Google: n/a Yandex: 2 000 | 5 + R T Options

6. **Kuking - Тиц=1400.** Регистрируемся (_http://kuking.net/my/profile.php?mode=register), при этом можно сразу же заполнить все нужные поля, включая поле "Сайт". Подтверждаете регистрацию из письма и в самом низу на главной странице форума находите свой логин, перейдя по которому попадете на страницу профиля с бесплатной внешней обратной ссылкой. Ну, и по аддурилкам, при желании...
7. **Kmindex - Тиц=1900.** Это будет не профиль, а страница с вашим счетчиком посещений, который вовсе не обязательно устанавливать, но зато у вас появится еще одна **жирная внешняя ссылка**, открытая для индексации поисковыми системами. Заполняете форму (_http://www.kmindex.ru/reg-k.asp), после чего вас перебросит на страницу с обратной ссылкой, Url которой вам нужно будет прогнать по аддурилкам поисковиков ([Яндекса](#) и [Google](#)).

KMindex Рейтинг сайтов • Регистрация • Код счетчика

KtoNaNovenkogo.ru - создание и продвижение сайтов (http://ktonanovenko)

Пытаюсь доступным языком рассказывать о создании сайтов на различных платформах, об их продвижении и заработке на своих сайтах

Интернет

HTMI - код сч Alexa: 23 430 | kmindex.ru Google: n/a Yandex: 1 900 | 5 + R T Op