



**Думай как оптимизатор!**

**КНИГА ДЛЯ SEO-ОПТИМИЗАТОРОВ  
И ТЕХ, КТО ХОЧЕТ ИМИ СТАТЬ**

Пошаговое руководство

Бондарев С.О.

12+

Сергей Бондарев

**SEO-оптимизация  
сайта – руководство!**

«Автор»

2020

**Бондарев С. О.**

SEO-оптимизация сайта – руководство! / С. О. Бондарев —  
«Автор», 2020

Хотите научиться продвигать свой сайт самостоятельно? Тогда эта книга для вас. Из неё вы пошагово узнаете, как, что и в какое время надо делать, чтобы проект рос и приносил доход. Все приведенные в книге инструкции написаны лично автором и протестированы на 189 сайтах.

© Бондарев С. О., 2020  
© Автор, 2020

# Содержание

Конец ознакомительного фрагмента.	20
-----------------------------------	----

# Сергей Бондарев

## SEO-оптимизация сайта – руководство!

### Предисловие

Эта книга посвящена рассмотрению и изучению одной из самых важных специальностей в IT-индустрии – SEO-оптимизации. Книга написана оптимизатором для новичков, которые хотели бы освоить специальность как для себя, чтобы продвигать свои проекты, так и для будущих фрилансеров.

Именно оптимизатор стоит во главе угла при создании большинства IT-проектов. Иногда он скрывается за другими аббревиатурами. Бывает, его вообще не упоминают в проектах. Но именно оптимизатор формирует резерв, необходимый для успешного старта проекта.

Цель данной книги – рассмотреть все наиболее важные моменты в продвижении сайта как основного поля деятельности оптимизаторов, грамотно их подать, чтобы каждый пройденный модуль дополнял предыдущий. И тогда вы, читая книгу и делая с ней свои первые шаги в оптимизации, сможете создать необходимый пакет наработок для успешного продвижения в будущем.

Когда вы дочитаете книгу до конца, вы поймете, что SEO – это не про интернет-маркетинг, но про жизнь. Поверьте, все, что вас окружает, если оно удобно и пользуется популярностью, прошло через руки SEO-специалиста.

Эта книга будет крайне полезна всем, кто озадачен созданием и развитием собственного дела. Тем, кто хочет понимать, как продвинуть свой проект в сети, людям, желающим связать свою жизнь с продвижением или хотя бы его попробовать.

### Начальные знания по SEO

#### Что такое SEO

SEO – комплекс мер по оптимизации ресурса посредством внесения правок и улучшения его внешнего представления и развитию проекта путем дополнения полезным контентом и увеличения охвата полезных запросов. Эти меры направлены на управление результатами поисковой выдачи, извлечение пользы и получение трафика.

Если упростить, то SEO включает:

- Приведение сайта в порядок;
- Наполнение контентом;
- Внешнюю работу и популяризацию.

#### Кто такой SEO-оптимизатор

SEO-оптимизатор – это специалист, производящий комплекс мероприятий по доработке и оптимизации сайта под определенные целевые запросы с целью дальнейшего вывода ресурса в лидеры поисковой выдачи и получения переходов.

Именно этот специалист (в будущем вы) должен:

- Составлять стратегию развития;
- Находить нужных людей и ресурсы для достижения цели;
- Развивать, оптимизировать и улучшать проект.

Именно оптимизатор отвечает за все, что связано с развитием проекта. Он пишет задания веб-мастерам, дизайнерам, копирайтерам, администраторам сервера, владельцам площадок. Объединяет полученные от них работы и проверяет, чтобы всё работало как надо. В некотором роде SEO-шник – менеджер проекта.

**Поисковая оптимизация** (англ. *search engine optimization, SEO*) – Википедия.

#### Основные понятия SEO

**Домен** – зарегистрированный у одного из популярных регистраторов адрес сайта. Обычно это домен 2-го уровня site.ru.

## **Протоколы, по которым работает сайт**

**http://** – протокол передачи гипертекста (стандартный протокол для большинства сайтов).

**https://** – улучшенный защищенный канал передачи данных с криптографической подписью.

## **Сертификаты**

**SSL** – криптографический протокол, который подразумевает более безопасную связь. По сути, является уникальной подписью сайта, подтверждающей право пользования компанией выбранного доменного имени и секретным ключом.

Бывает нескольких видов:

- **DV** – Domain Validation – для подтверждения домена; (как раз ваш случай);
- **OV** – Organization Validation – для подтверждения организации и домена;
- **EV** – Extended Validation – для расширенного подтверждения организации и домена.

Сертификаты всех указанных типов обеспечивают шифрование трафика между сайтом и браузером. Кроме того, у них есть дополнительные опции:

- **WildCard** – подтверждает домен и все его поддомены следующего уровня;
- **SAN** – подтверждает домены по списку, указанному при получении SSL-сертификата.

Для подавляющего большинства сайтов достаточно протокола, схожего с Comodo Start SSL – для одного домена.

Для новостных изданий и блогов подходят и бесплатные сертификаты.

**Хостинг** – место для размещения сайта в интернете, предоставляемое на определенных условиях. Старайтесь выбирать хостинг под свою CMS. Делайте выбор в пользу наиболее популярных компаний, также не забывайте про запас прочности (всегда берите тарифный план чуть дороже, чем тот, которого вам достаточно).

Более точно хостинг можно определить как папку на выделенном сервере, которая принадлежит вам.

**VDS** – расширенная версия хостинга, где вы арендуете целый компьютер под свои нужды. Он может быть физическим и виртуальным. Сервер всегда требует к себе больше внимания, но вам не придется делить мощности с кем-то еще.

**Семантика** – список ключевых запросов определенной тематики, по которым люди могут найти информацию о вас в интернете.

Запросы для сайта можно посмотреть в сервисе WordStat или придумать самостоятельно.

**Частота** – количество определенных запросов в выдаче за месяц. Бывает:

- общей;
- частной «запрос»;
- точной «слово запроса».

В работе оптимизатора используются частные и точные формы запросов.

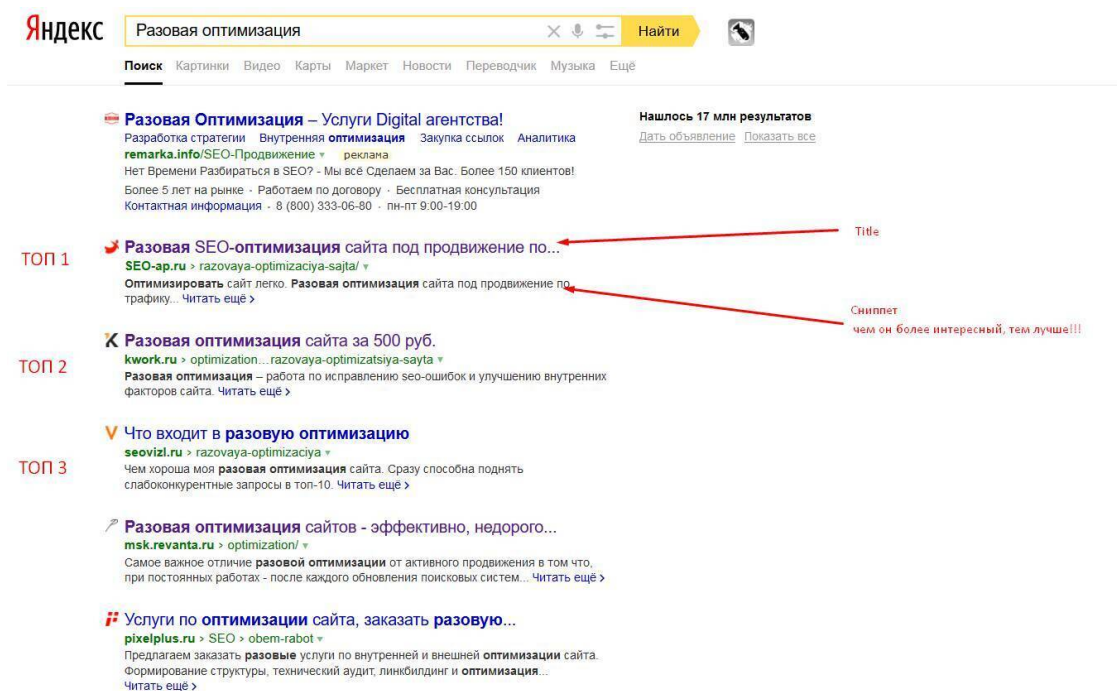
**Выдача** – совокупность сайтов, попавших в основной индекс поисковой системы и выводящихся по запросам на первой и последующих страницах.

Ваша цель – попасть на первую страницу.

**Title** – главный заголовок страницы в окне браузера. Самый важный тег в ранжировании сайта. Что туда пропишете, по тому и будете продвигаться.

Он размещается в родительских тегах `<head> </head>`.

**Сниппет** – описание сайта в поисковой выдаче. В данный момент формируется автоматически поисковой системой. При формировании используются контент страницы и пользовательский опыт.



## Кликабельность (CTR)

– соотношение количества показов к кликам в поисковой выдаче. Чем чаще на вас будут кликать (переходить), тем выше в дальнейшем вы будете показываться в выдаче поисковых систем Яндекса и Google

**Трафик** – переходы пользователей из различных источников на сайт. Нас в 90 % случаев интересуют поисковые системы Яндекс, Google и прочие. Именно с трафика мы получаем заявки и продаем услуги, товары.

**Позиции** – положение сайта в поисковой выдаче (удаление от первой строки выдачи). Чем ближе вы к ней (т.е. к ТОП-1), тем выше ваша посещаемость.

**Беклинки** – обратные ссылки на сайт с внешних ресурсов. Могут быть вечными, арендными, плохими, хорошими, тематичными и нетематичными. Мы посвятим этому отдельную главу.

**Анкоры** – тексты ссылок `<a href="">анкор (текст ссылки)</a>`. Важно, чтобы тексты ссылок были правильными. Вспомните, как вы делитесь ссылкой с друзьями.

**Ссылочный профиль** – совокупность ссылок сайта или внешних ссылок с других сайтов на ваш проект. Ссылочный профиль может быть:

- внутренний (ссылки вашего сайта);
- внешний (другие сайты ссылаются на вас).

**ТИЦ** – тематичный индекс цитируемости. На смену ему пришел **ИКС** – индекс качества сайта, не особо важный параметр. Присваивается за поведенческие факторы, посещаемость, возраст сайта и охват аудитории.

**PR** – Page Rank. Сейчас отследить его не представляется возможным, но он по-прежнему существует. Чем старше ваш сайт и чем больше на него ссылаются трастовые, старые сайты, тем выше он будет.

**Пессимизация** – понижение сайта или страницы в выдаче под действием санкций и фильтров поисковых систем.

**Релевантность** – соответствие страницы сайта определенному запросу или группе запросов.

**Спамность** – слишком большое содержание ключевых запросов в текстах на страницах сайта.

**Возраст** – интервал между первой индексацией и текущей датой (последней датой индексации).

**Индексация** – добавление собранных роботом данных в базу поисковой систем с последующей возможностью поиска и нахождения скачанной информации через поиск.

**Поисковые роботы** – сканирующие сайты в интернете. Парсеры собирают информацию для поисковой системы и различных сервисов. GoogleBot, YandexBot и другие – их великое множество. Они находят информацию и передают ее в обработку.

**Апдейт поисковой выдачи** – перераспределение позиций сайтов по результатам индексирования/ранжирования поисковой системой. Иными словами, именно в этот момент сайты растут или падают.

**Поисковой шторм** – скачки позиций (рост/падение) сайтов вовремя апдейта поисковой выдачи. Чаще ему подвержены молодые, активно развивающиеся сайты. Позиции возвращаются в нормальное состояние через 1-2 дня. Если вы просели, не стоит сразу бить тревогу. Подождите!

**Счетчики** – интегрируемые скрипты для анализа посещаемости сайта и подтверждения прав на владение ресурсом. Полезно для развивающегося сайта, но как только сайт перевалит за 100 тысяч человек в сутки, желательно удалить их с ресурса. Поисковые системы используют информацию с вашего сайта и данные пользователей явно не в ваших интересах.

**Поведенческие факторы** – отслеживаемые действия пользователей при посещении сайта. Чем они лучше, тем быстрее вы продвинете свой проект. Важно максимально проработать внешний вид сайта и подачу контента, чтобы показатели были максимально хороши.

К поведенческим факторам относят:

- Время жизни пользователя на сайте;
- Вовлеченность;
- Количество просмотренных страниц;
- Конверсии;
- Повторные посещения.

**Показатель отказа** – быстрое закрытие страницы сайта пользователем без перехода по другим страницам ресурса.

В различных метриках его определяют как закрытие менее чем через 30 секунд.

Именно поэтому в блогах вы часто видите блок «Полезные статьи».

## Похожие SEO статьи



Количество ключевых запросов на одной странице для успешного продвижения вашего ресурса  
03.05.2020



Способы повышения авторитета сайта в глазах поисковых систем  
19.04.2020



Влияние заголовков на продвижение сайта  
03.04.2020



Причины, по которым не стоит прекращать продвижение сайта во время вспышки вируса  
03.04.2020

## Конверсия

– совершение целевого действия на сайте. В зависимости от типа сайта это может быть:

- Подписка;
- Просмотр видео;
- Покупка товара;
- Заполнение форм;
- Прохождение теста;
- И прочее.

**Коды ответа сервера** – 200х, 301х, 404х, 500х. Именно благодаря им можно понять, как себя чувствует та или иная страница, и вовремя принять меры. Проверить свои коды ответа сервера можно с помощью множества сервисов. Для примера возьмем bertal.ru.

Подробнее о кодах ответа:

**200.**

Успешный запрос. Страница откроется корректно, ее содержимое увидят пользователи.  
**301.**

Постоянное перенаправление. Означает, что страница перемещена навсегда. Чаще всего это используется для смены структуры сайта. Бойтесь редиректа!

**302.**

Он временный и выкидывает старую страницу из индекса, а новую не добавляет.

**404.**

*Код ответа 404* указывает, что страницы не существует или она недоступна на данный момент. Если вы получили такой код ответа для важной страницы, обязательно проверьте, не сменила ли она адрес и не была ли удалена.

**502.**

Сервер не отвечает. С вашим сайтом, скорее всего, все в порядке. Перезагрузите сервер или напишите в поддержку хостинга.

**Юзабилити** – удобство пользования сайтом (для пользователей). От данного показателя напрямую зависит, как долго и эффективно пользователи будут проводить время на сайте.

На данный параметр влияют:

- дизайн сайта;
- контент;

- навигация и структура;
- прочие показатели.

## 2.1.

### **Ранжирование в поиске: 17 простых правил для владельцев сайтов.**

В интернете собраны миллиарды сайтов. Какие-то из них полезные, какие-то – не очень. Ранжирование существует как раз для того, чтобы отсеять плохие сайты и предоставить пользователям наиболее качественную информацию. Так как нельзя сразу купить себе место в поисковой выдаче (за исключением, пожалуй, поиска Mail.ru), приходится активно работать над сайтом, подстраиваясь под различные факторы ранжирования, развивая и популяризируя ресурс.

Факторов ранжирования очень много, и на большую их часть мы не можем повлиять. Поэтому для начала давайте поговорим о том, чего нужно активно избегать на сайте, чтобы получить лучшее ранжирование и позиционирование в своем регионе:

#### **Что не надо делать и допускать:**

- 1.«Помойные» сайты – ресурсы не для людей с безынтересным, бесполезным содержанием, нередко вредящим пользователям.
- 2.Сквозные редиректы (перенаправления) на другие страницы. Иными словами, нельзя делать дорвеи, уводящие пользователя на сторонние ресурсы при заходе на ваш сайт.
- 3.Агрессивную рекламу. Хорошим примером будут пиратские киносайты – век их недолог.
- 4.Адалт (порнотематику на неспециализированном ресурсе). Не стоит вешать баннеры с голыми людьми при продаже машин, компьютеров, мебели.
- 5.Чужой контент в промышленных масштабах (воровать вообще плохо, но если уж собираетесь это делать, то дальше в книге будет рассказано, как правильно заимствовать контент).
- 6.Контент, нарушающий законодательство той страны, в который вы проживаете (например, вы занимаетесь обслуживанием офисной техники, не публикуйте статью про взлом Wi-Fi и подбор паролей – велик шанс, что ваш сайт закроют).
- 7.Ссылки в больших количествах. Не покупайте и не продавайте, особенно если они нетематичны и некачественны. Минимум, чем вы отдаетесь, – потерей денег.
- 8.Накрутку поведенческих факторов – в 98 % случаев вы не сможете накрутить их безопасно, а те, кто вызовется помочь, возьмут весьма солидную плату. На эти деньги лучше самостоятельно раскатать сайт и наполнить его полезным контентом.
- 9.Накрученный трафик. Учтите, в России должным образом это делать не умеют, цены завышены, а те, кто предлагает данную услугу, загубили не одну сотню сайтов.
- 10.Вирусы и различные скрипты, повреждающие целостность операционной системы пользователей, собирающие личные данные, использующие мощности ПК пользователей в определенных целях.
- 11.Спам (злоупотребление) ключевыми запросами в контенте в неудобоваримой форме, пример: *недорого в Москве оленя купить*.
- 12.Многочисленные важные теги на страницах.  
*Заголовки <h1>, <strong>, <em>*
- 13.Сбои в работе сайта. Примерыб каждый выходной сайт лежит, 502 ошибка. Сайт долго грузится. Сайт постоянно выдает ошибку связи с базой данных.
- 14.Массовые прогоны по каталогам, базам сайтов и прочее. Они некачественно выполняются. Прогнанная вами информация практически не попадает в индекс. Есть шанс покрасоваться рядом с наркосайтом или порнороликами.
- 15.Негативную репутацию. Один негативный отзыв может резать до 50 % конверсии сайта. Поэтому старайтесь со старта формировать подушку безопасности для своих проектов. В сети огромное количество психов, троллей и неадекватов.

## 2.2.

### Фильтры и санкции поисковых систем

Как вычислить, что вы под фильтром? В большинстве случаев точно определить, под каким из фильтров вы находитесь, проблематично. Ниже приведены сигналы для тревоги:

– Существенное падение естественного поискового трафика (за исключением случаев, когда вы крутите контекстную рекламу по запросам из ТОПа).

– Резкое снижение позиций сайта в выдаче (неделю или две все никак не восстанавливается).

– Выпадение отдельных страниц или всего ресурса в дополнительный индекс.

– Полное выпадение сайта или отдельных страниц из индекса. И длительное ожидание добавления новых страниц в индекс (важно отслеживать работу сервера, поставщики услуг часто грешат, давая 502 код ответа роботу).

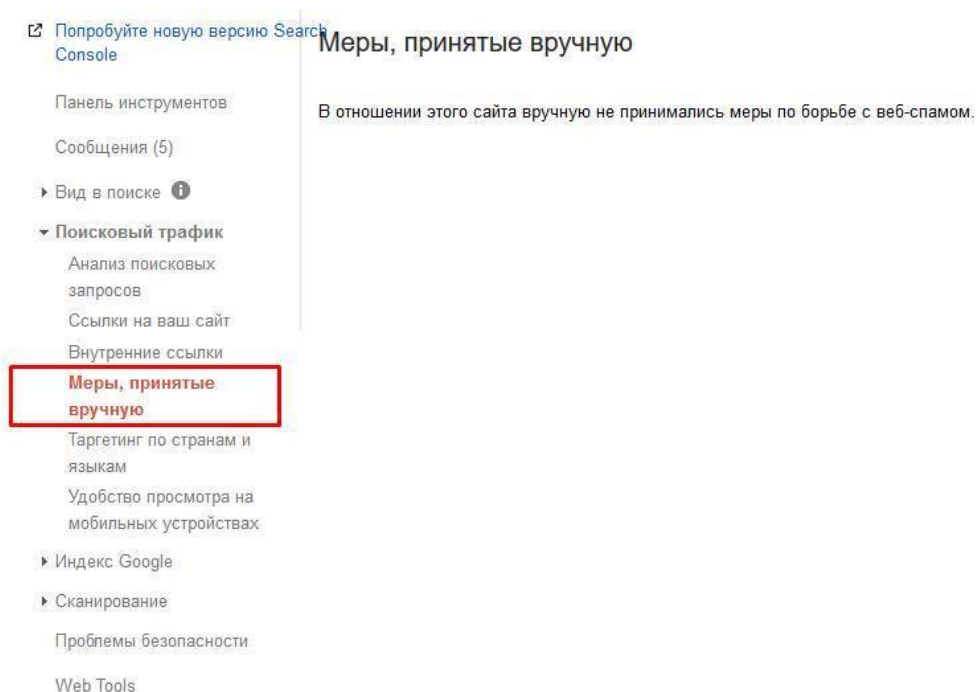
– Новые страницы сайта не попадают в индекс. Четкого интервала нет, но если в течение 30 дней в индекс не добавилась ни одна ваша новая страница, начинайте бить тревогу.

– Низкие позиции ресурса в выдаче по витальным вопросам. Например, если по запросу «фирма рога и копыта Екатеринбург» сайт вашей компании отображается не на первом, а на тридцатом месте, нужно думать о санкциях.

Причин, чтобы поместить вас в лидеры поиска, всегда очень мало, поисковой системе невыгодно, чтобы вы получали клиентов бесплатно. И если не вкладывать в ресурс силы и средства, никаких результатов вы не увидите.

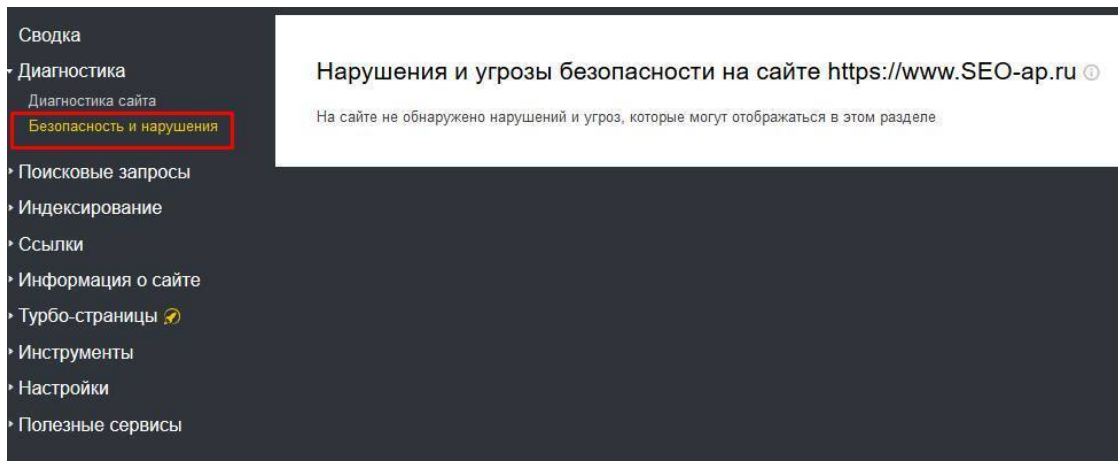
Google & Yandex webmaster – места, где можно посмотреть возможные санкции поисковых систем, наложенные на ваш сайт.

**Google Webmaster** – консоль для владельцев сайтов, предоставляющая функционал для слежения за развитием проекта.



### Yandex Webmaster

– консоль от одноименной компании для управления представлением сайта в поиске. Изначально на 80 % идентична Google webmaster, но сейчас это более функциональный инструмент для доработки сайта.



В данных инструментах отображаются не все санкции и фильтры, а лишь некоторые из них. Остальное вам придется распознать самостоятельно.

Поддержка Яндекса работает, по субъективному мнению автора, просто отвратительно. Google давно вырезали почти все каналы связи из своей базы знаний, так что со своими проблемами вы, вероятно, останетесь наедине.

### **Основные санкции и фильтры поисковой системы Яндекс**

Чтобы не попасть ни под один из фильтров, достаточно просто придерживаться разумного подхода в продвижении. Не впадайте в крайности!

Ниже приводятся основные фильтры поисковой системы и способы под них не попасть, а также методы их снятия, если вы все же попали.

#### **2.3.**

### **Основные фильтры Яндекс**

#### **Молодой домен**

Домен младше 6 месяцев. Занижается эффективность продвижения, снимается автоматически в течение 6-12 месяцев, если проект быстро развивается и имеет хорошие поведенческие факторы.

#### **АГС**

Данный фильтр, как правило, накладывается на низкокачественные сайты, а также на сайты, которые учувствуют в манипуляциях алгоритмами ранжирования путем постановки SEO-ссылок, кражи контента, подлога данных. В результате ресурс практически исчезает из поисковой выдачи. Решением проблемы будет удаление и отключение внешних ссылок, переделка сайта, уникализация и вычитка контента.

#### **Баден-Баден**

Этот фильтр накладывается за переоптимизацию, наказывает сайты, которые злоупотребляют ключевыми фразами. Целью данного фильтра является повышение качества результатов поисковой выдачи при условии понижения переоптимизированных страниц. Проверить попадание под данный фильтр можно с помощью онлайн-сервиса Advego (слишком высокая спамность). Решением данной проблемы будет создание своего полезного контента и удаление чужого, снижение спамности и тошноты текста.

### **Накрутка поведенческих факторов**

Накладывается за имитацию пользовательских действий. Решение самое простое – перестать накручивать поведенческие факторы и честно привлекать посетителей на сайт из различных источников: рассылки, поисковой трафик, реклама, сайты-партнеры.<sup>1</sup>

### **Минусинск**

Накладывается за продажу ссылок на внешние ресурсы. Обычно срабатывает, когда продаете сразу много ссылок или берете в размещение нетематичные. Не продавайте ссылки со своего сайта в больших количествах, и проблем не возникнет.

### **Аффилиат-фильтр<sup>2</sup>**

Решили заполнить первую страницу своим ресурсом, делайте это правильно. Фильтр направлен на отлавливание таких клиентов и склеивание различных сайтов между собой. Выбор будет не в вашу пользу, достаточно, чтобы совпали: тематика, IP-адреса, данные whois у доменов, хостинг, адрес и название фирмы, товары.

### **Непот-фильтр**

Фильтр борется с торговлей ссылками. Лечение – все продаваемые ссылки удалить.

### **Санкции за взрослый контент**

В случае наличия на сайте материалов категории 18+, присутствие иных материалов, не относящихся ко взрослой тематике, лишает сайт трафика. Под данную категорию попадают и промоматериалы.

Например, если вы будете продавать холодильники с голыми девушками на фоне. Звучит как бред, но поверьте на практике встречается всякое.

### **Пессимизация за мобильную версию**

Пессимизация за отсутствие адаптации к мобильному трафику. Если сайт неудобно просматривать с экрана мобильных устройств, на него накладывается данный фильтр.<sup>3</sup>

- Основные причины, по которым сайт может попасть под фильтры Яндекса:
- Продажа ссылок;
- Низкое качество контента (уникальность второстепенная);
- Нерегулярные обновления сайта;
- Нет обратной ссылочной массы;
- Трафик маленького объема;
- Контент на сайте дублируется;
- Мелкий шрифт, незаметные картинки, элементы;
- Большое количество исходящих ссылок, тогда как ссылающихся на ваш ресурс очень мало;
- Некачественные исходящие ссылки;
- Порнореклама;
- Вирусы.<sup>4</sup>

## **2.4.**

### **Основные фильтры Google**

Google – наиболее старая и совершенная поисковая система, по субъективному мнению автора. Иногда бывают случаи, когда поисковая система сама сообщает о наложенных фильтрах в разделе Google Webmaster Tools, но рассчитывать на это не стоит. Поисковой системе

---

<sup>1</sup> Внимание. Почти невозможно накрутить поведенческие конкуренту, чтобы его забанили. Забудьте об этом!

<sup>2</sup> Иногда Аффилиат-фильтр накладвается по совсем смешным параметрам. Например, в Title сайта прописано название другого сайта. Также встречаются аффилиат-фильтры на отдельные страницы. Например, при заимствовании картинок по прямой ссылке.

<sup>3</sup> Мобильная версия очень важна! Просто запомните это. В мобильной выдаче на 75 % меньше рекламы. А значит, трафика может быть больше. Посмотрите на ближайшее окружение, определите, каким устройством они пользуются чаще всего.

<sup>4</sup> Никогда не впадайте в крайности, и проблем с проектом у вас не будет!

невыгодно, чтобы вы были в топе. Вы же не будете покупать контекст, вам не нужны будут рассылки и пр.

Ранее в Wiki Google было огромное количество способов связи с поддержкой. Сейчас, по всей видимости, проведена большая оптимизация мощностей компании, связаться даже по важному вопросу со специалистом Google у вас не получится.

Как и в Яндексe, вы остаетесь один на один со своими проблемами.

Ниже приводятся основные фильтры и санкции поисковой системы Google, чтобы вы смогли составить о них представление. Знание – это сила!<sup>5</sup>

### **Песочница**

Попадают под фильтр все молодые сайты, срок – от 6 месяцев до 1 года. Вы будете ранжироваться среди таких же «зеленых» ресурсов + сайтов хуже вашего. Если активно развивать проект, то даже при данном фильтре вы будете получать хороший трафик. Аккуратнее со ссылками и накрутками, поиск пристально за вами следит и ничего не простит! Через 12 месяцев будет бум посещаемости, если вы все сделали правильно. Кстати, пристальное внимание слабеет с возрастом домена.

### **Domain name age (возраст домена)**

Второй фильтр также накладывается на молодые сайты. Возможно избежать фильтра в случае покупки старого домена с положительной историей. Главное – очень внимательно подойти к выбору домена (слишком старый тоже плох). Лучший выбор – домен плюс/минус того возраста, что соседи по рынку.<sup>6</sup>

### **Too many links at once (много ссылок сразу)**

В результате наложения TMLaO вас ждет резкое падение трафика из Google. Внешние ссылки на ресурс в этом случае теряют свой вес. Освободиться от данного фильтра можно с помощью снижения темпов наращивания ссылок и снятия предыдущих купленных ссылок.

### **Bombing (бомбежка)**

Воздействие данного фильтра частичное, поскольку он накладывается не на весь сайт, а лишь на отдельные его страницы. Лечением в данном случае станет удаление всех ссылок или смена анкера на безанкорный тип (адрес сайта, URL страницы).

```
<a href = "url">url</a>
```

### **Битые ссылки**

Накладывается данный фильтр в случае обнаружения на сайте большого количества страниц с 404 ошибкой. Стоит их своевременно удалить или вернуть к жизни, создав страницы по URL с ошибками. Всегда плохо, когда ваш сайт сыплется. Еще хуже, когда вместо 404 у вас 302. Но это уже другой фильтр – за слишком большое количество перенаправлений.

### **Links (ссылки)**

Наказание за обмен ссылками. Он же фильтр социотируемости. Сослались на сославшегося? Привет фильтр! Как починить? Убираем ссылки, ждем от 3 месяцев.

Сейчас такое встречается только на сайтах магазинов-партнеров, когда висят ссылки на сайты поставщиков.

### **Page load time (время загрузки страницы), он же Черепаха**

Причиной наложения фильтра может являться низкая скорость загрузки сайта. Скорость загрузки сайта до взаимодействия по правилам не должна превышать 7 секунд, если грузится быстрее, только на пользу. Google, как и Яндекс, постоянно врет, говоря, что скорость в ранжировании не участвует, но на деле это не так.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Автор хотел бы добавить в данный раздел фото Дональда Трампа, но это может вызвать некоторые трудности при публикации.

<sup>6</sup> При выборе старого домена важно проверить его тематичность, наличие фильтров и санкций в прошлом, репутацию.

<sup>7</sup> Скорость загрузки напрямую влияет на продвижение сайта. Чем она выше, тем лучше будет ваша медиана позиций. Ваш топ – это не конечное значение. Все может измениться.

### **Omitted results (опущенные результаты)**

Наказание за отсутствие сайта в основном поиске. Другими словами, за дубли и слабую перелинковку страниц. Лечение в данном случае состоит из переписанного контента, простановки и перделки перелинковки, исправления структуры сайта.

### **-30 (минус тридцать на барабане)**

Данный метод санкций был создан для борьбы с так называемым черным SEO. Правда в том, что черное SEO давно изменилось. Если фильтр наложен, позиции сайта понижаются на минус 30. За что наказывает фильтр: скрытый редирект, клоакинг, дорвеи. Часто накладывается на отдельные страницы и за компанию с другими фильтрами.

### **Переоптимизация**

Накладывается из-за чрезмерной оптимизации страниц — перебор с количеством ключевых слов, высокий уровень плотности ключевого слова в предложении, переоптимизация метатегов, картинок. Применяется в следующих случаях:

- большое количество ключевых фраз в документе;
- спам запросами в description, title, h1-2;
- выделение ключевых фраз другим цветом или полужирным шрифтом.

Самый любимый фильтр автора книги. Чтобы снять его, просто сделайте вычитку текстов и уберите все повторы.

### **Панда**



Самый опасный фильтр. Его наложение охватывает сразу несколько фильтров. Причинами применения являются:

- Дублирующийся контент;
- Продажа ссылок или назойливая реклама на сайте;
- Накрутка поведенческих факторов;
- Чрезмерная оптимизация.

### **Пингвин**

Аналогичен предыдущему фильтру. Причины наложения кроются в закупке большого количества ссылок за один раз.

Выйти из-под действия данного фильтра очень сложно, куда проще быть предусмотрительным и под него не попадать. Или купить новый домен. Или сменить адреса страниц сайта.<sup>8</sup>

### **За отсутствие оптимизации под мобильный трафик<sup>9</sup>**

---

<sup>8</sup> Именно благодаря этому фильтру оптимизаторы не покупают ссылки на главную страницу сайта.

<sup>9</sup> Мобильная версия сайта крайне важна. Чем проще и быстрее она будет, тем лучше ваш проект будет продвигаться в поисковой выдаче.

Постепенно мобильный интернет становится основной возможностью получения необходимой информации для пользователя. Вы носите телефон везде, а появление NFS и прочего привязали вас к мобильному гаджету намертво. Вы смотрите Youtube, TikTok, читаете книги, делаете заказы со смартфона. Многие знакомые автора даже работают с мобильного телефона.

## 2.5.

### HTML

-теги, важные для

### SEO

-оптимизации

Есть базовый список тегов HTML, важных для SEO-продвижения. 80 % из них участвуют в формировании контента страницы, остальные нужны для передачи данных поисковой системе.

Подборка HTML-тегов по степени важности:

#### Метатеги

`<title>Заголовок</title>` – заголовок страницы в окне браузера и в поисковой выдаче. Что туда пропишете, по тому и будете ранжироваться.

`<meta name="description" content="текст">` – краткое описание ресурса для поиска. Чем подробнее и понятнее вы составите данный тег, тем выше вероятность, что поисковая система использует его для формирования описания сайта.

`<meta name="Keywords" content="текст,">` – список ключевых слов, которым посвящена данная страница (в некоторых случаях полезен). Используется только в Landing Page для закрепления важных запросов за страницей.

#### Теги контента

`<h1-4></h1-4>` – (заголовки контентных блоков страниц, чем меньше цифра, тем важнее заголовок.).

`<p></p>` – абзацы, очень важный тег, напрямую участвует в подаче контента для режима чтения в браузере.

`<span></span>` – тег для выделения строки в рамках других тегов. Обычно используется для форматирования отдельных элементов.

`<b>жирный</b>`, `<strong></strong>` – теги выделения контента жирным цветом. Рекомендуется использовать тег `b`.

`<i>курсив</i>`, `<em></em>` – теги выделения текста курсивом. Рекомендуется использовать тег `i`.

`<s>старая цена</s>` – для старой информации, чтобы не удалять с сайта.

`<ins>Новая версия</ins>` – для выделения новой версии контента.

`<sub>1текст</sub>` – нижний индекс написания.

`<sup>1текст</sup>` – верхний индекс написания.

`<ul><li>` – элемент `</li></ul>` – списки маркированные.

`<ol><li>1. элемент</li></ol>` – списки нумерованные.

`<blockquote>Текст</blockquote>` – заметка или комментарий к абзацу от автора. Полезная информация, атрибут авторства `site`.

`<abbr title=""><abbr>` – аббревиатуры и их расшифровка, редко используется.

`<address>Текст</address>` – для информации об авторе или прописывания адреса.

`<samp>Текст</samp>` – для вывода контента, кодов программ, стилей и пр. Выглядит красиво.

`<kbd>Текст</kbd>` – схожий с `samp`, пишет набираемый на клавиатуре текст моноширинным шрифтом.

#### Таблицы

Таблицы – довольно сложная и в то же время интересная тема. По сей день встречаются сайты, использующие внутреннюю табличную верстку. Важно понимать основы создания таблиц и уметь их правильно читать, чтобы успешно редактировать и развивать сайт.

`<table><tr><td></td></tr></table>` – таблицы. В них также встречаются дополнительные теги для форматирования и структурирования информации.

`<tr></tr>` – строка в таблице.

`<th></th>` – заглавная ячейка таблицы.

`<td></td>` – столбец или ячейка таблицы.

Браузер	Internet Explorer			Opera			Firefox	
Версия	5.5	6.0	7.0	7.0	8.0	9.0	1.0	2.0
Поддерживается	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да

Сложности в форматировании таблиц:

`<thead></thead>` – тег для хранения одной или нескольких строк в шапке таблицы. Может быть только один в таблице.

`<tbody></tbody>` – тело таблицы, хранит основную информацию из строк и столбцов.

`<tfoot></tfoot>` – тег для хранения одной или нескольких строк внизу таблицы, подвал.

Можно обойтись без сложностей, для шапки задать свой стиль, для тела таблицы – свой, подвал тоже выделить.

Важные атрибуты таблиц:

`colspan=" "` – объединяет определенное количество ячеек.

Ячейка 1		Ячейка 2	
Ячейка 3	Ячейка 4		

`rowspan = " "` – объединяет несколько строк в одну.

Браузер	Internet Explorer		Opera			Firefox	
	6.0	7.0	7.0	8.0	9.0	1.0	2.0
Поддерживается	Нет	Да	Нет	Да	Да	Да	Да

Прочие полезные атрибуты:

`cellspacing = " "` – внешний отступ ячеек друг от друга в px.

`cellpadding = " "` – внутренний отступ от содержимого до границ ячеек в px.

`border = " "` – рамка для таблицы, ее толщина.

`width = " "` – ширина в px или % таблицы. Рекомендуется %.

height = " " – высота в px или % таблицы. Рекомендуется %.<sup>10</sup>

### **Универсальные атрибуты для тегов**

Универсальные атрибуты можно задать практически любому тегу и контенту на странице, чтобы повысить его интерактивность.

title = " " – подсказка при наведении на элемент. Используется для определений, пояснений внутри страницы.

dir = " " – направление написания текста, слева направо или справа налево.

contenteditable="true | false" – дает возможность пользователям изменять текст или элемент текста.

align = " center | left | right | justify" – выравнивание текста по центру, левому/правому краю, по всей ширине.

class = " " – атрибут для подключения стилей CSS. Задаем class.

id = " " – атрибут для подключения стилей CSS. Задаем id.

style = " " – атрибут для прописывания стилей прямо в теге.

hidden = "hidden " – атрибут скрывает элемент от пользователей, но тот при этом остается на странице. Не очень часто используется.

spellcheck = "true | false " – указывает браузеру пользователя на необходимость проверки грамматики.

### **Изображения**

 – тег добавления изображений.

alt = " " – описание изображения.

title = " " – заголовок картинка, выводящийся при наведении на нее.

width = " " – ширина изображения, лучше задавать в процентах.

height = " " – высота изображения, лучше задавать в процентах.

hspace = " " – отступ от картинка по вертикали.

vspace = " " – отступ от картинка по горизонтали.

lowsrc = " " – адрес изображения низкого качества, для мобильной версии.

longdesc = "url" – путь к длинному описанию изображения. Обычно используется на фото-стоках.

usermap = "#название навигации" – тег отвечает за формирования карты изображения. В некотором смысле так работают google maps, сайты погоды и некоторые другие проекты.

Пример:

```
<map name="Navigation">
```

```
<area shape="poly" coords="113,24,211,24, 233,0,137,0" href="inform.html" alt="Информация"> </map>
```

---

<sup>10</sup> Внимание, большинство атрибутов без проблем заменяются стилями. Автор не призывает использовать атрибуты html. Но иногда это очень удобно!



Чего только не встретишь в рамках  
HTML

! Автор не призывает использовать все перечисленные теги. Но если они вам понадобятся, вы сможете вспомнить об их существовании.

### **Ссылки**

`<a href = "url">text</a>` – так задается простая гиперссылка в тексте. Она может быть абсолютной <https://site.ru/url> или относительной `/url`.

`title = " "` – заголовок ссылки при наведении на нее.

`alt = "текст"` – описание ссылки, полезно для продвижения, но не обязательно.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.