

Базовые seo параметры сайта

Поисковая seo оптимизация предполагает, что эпизодически необходимо проверять страницы сайта на соответствие текущим требованиям, т.к. появляются новые инструменты, с которыми желательно познакомиться и, возможно, применить, но есть и много старых, о которых время от времени необходимо вспоминать. В этом документе специалисты taot.ru знакомят вас с базовыми seo параметрами сайта.

Чтобы убедиться, что фундамент вашего сайта крепок и надежен, используйте параметры, которые необходимо проверять и исправлять регулярно. Начинать с главной страницы сайта и спускаться вниз, пока не проверите и не исправите все страницы. Похожую проверку желательно проводить регулярно, через определенные промежутки времени.

1. Синий текст, который вы видите в поисковой системе в результатах поиска по ключевому слову, образуется тегом заголовка (tag Title). А как выглядят ваши теги? Являются ли они привлекательными? Богаты ли они на ключевые слова? Если кто-то увидит ваш заголовок, захочет ли он кликнуть по нему, чтобы перейти на ваш сайт?
2. Точно ли описывается ваша веб-страница текстом под заголовком в результатах поиска (meta-tag Description)? Выглядит ли этот текст как приглашение почитать дальше? Если бы вы были случайным пользователем, кликнули ли бы по нему? Ответ на эти вопросы всегда должны быть "да".
3. Все ли ваши URL-адреса легко читаемы и понятны? Если пользователь увидит их, он сможет получить представление, о чем рассказывают страницы вашего сайта? Возьмите любую веб-страницу (кроме главной), скопируйте то, что отображается в адресной строке браузера и дайте прочитать третьим лицам. Могли бы они грубо описать содержание, не видя его, а только используя URL-адрес?
4. Если бы кто-то посмотрел на вашу страницу в течение трех секунд, он смог бы сказать вам, о чем она? Убедитесь, что заголовки статей (постов) заключены в теги H1 и H2, носят описательный характер и достаточно богаты на ключевые слова.
5. Навигация по вашему сайту проста и интуитивно понятна? Если бы вы попросили случайного пользователя, не знакомого с вашим сайтом, найти что-то на одной из ваших страниц, расположенных в глубине (например, конкретный продукт или статью), смог бы он сделать это только с помощью мышки? Если да - то отлично.
6. Оптимизированы ли изображения на сайте? Есть ли точное описание изображений и картинок? Описание, данное в IMG атрибут Alt, это то, что поисковые системы "видят" при сканировании вашего сайта. Наличие описательных IMG атрибутов Alt делает сайт более доступным и понятным как для поисковых систем, так и для посетителей.
7. Хорош ли текст ваших страниц? Является ли содержание (контент) страниц уникальным, привлекательным, информативным и захватывающим? Используете вы язык, которым пользуются ваши клиенты? Если нет - срочно обращайтесь в ТАОТ за оригинальными текстами.
8. Достаточно ли удобно устроена обратная связь? Не отпугивает ли пользователей веб-форма чрезмерным количеством полей и необходимостью ввода большого количества информации?

Seo теги (или meta-tags) как микро-реклама

Seo теги (или meta-tags), они же Seo параметры - это функциональные элементы кода страницы, которые не отображаются на экранах пользователей. Они не являются обязательными атрибутами, но несут в себе информацию для браузеров и поисковиков. Seo теги могут содержать в себе информацию о ключевых словах на странице, описание товара и пр. Это так называемая микро-реклама товара (услуги). И лучше сделать ее максимально привлекательной.

Выделим основные теги для оптимизации сайтов: *Seo-title*, *Seo-keywords*, *Seo-description*.

Seo-title (заголовок) - емкая запись, которая должна давать представление об информации на странице. Это основная фраза, которая влияет на то, как высоко данная страница будет отображаться в списке результатов поиска. Например, удачные Seo заголовки: бабушкины носки, сноубутсы Demar, трикотаж Sewel, многоразовые подгузники Непромокашка. Неудачные фразы: трикотажные платья, нижнее белье, многоразовые подгузники. Т.е. в Seo-title заголовки следует писать популярные, но не слишком общие (не высокочастотные) фразы, относящиеся конкретно к данному товару (услуге).

В поле Seo-title стоит указывать фразу, по которой покупатели ищут данный товар (услугу). Желательно, чтобы указываемая фраза не была слишком "узкой", например "Сноубутсы Демар красные для девочки на шнурках" - редко ищут так подробно. Также фраза не должна быть слишком "широкой", например "зимние ботинки для девочки" - иначе ваш сайт будет конкурировать по этой фразе с колоссальным количеством сайтов. Хорошим вариантом будет "Сноубудсы Демар для девочки" или "Сноубутсы Демар красные". Эти фразы не слишком частные и не слишком общие, в то же время достаточно точно характеризуют товар.

Seo-keywords (ключевые слова) - список ключевых слов, разделенные запятой. По последним данным ключевые слова не оказывают существенного влияния на качество поиска.

Seo-description (описание) - отображается в результате поисковой выдачи под ссылкой. Предназначено для того, чтобы побудить потенциального покупателя кликнуть на ссылку и перейти на ваш сайт.

В данной публикации специалисты [ТАОТ](#) указали базовые seo параметры сайта. Конечно же, дополнительных параметров намного больше и грамотные специалисты, готовящие контент и работающие с наполнением сайтов, о них отлично осведомлены. Но для уровня рядового владельца сайта приведенной информации более чем достаточно.

Надеемся, что данный документ оказался для вас полезен. Ну а за хорошим контентом, поддержкой и обслуживанием ваших веб-проектов обращайтесь в [taot.ru](#).