

Требования к контенту сайта

Эффективность сайта практически полностью зависит от его содержания, ведь посетитель приходит на веб-ресурс именно за полезной информацией, а не за дизайном. Качественный, интересный и уникальный [контент сайта](#) – уже половина успеха интернет-площадки.

В данном документе специалисты taot.ru расскажут об основных видах контента, требованиях к контенту, а также оценят перспективные направления работ с контентом и факторы, влияющие на стоимость данных услуг.

Что такое контент сайта и как он влияет на конверсию и продажи

Контент сайта – это любая информация, размещенная на нем. Чаще всего под контентом понимают текстовое наполнение, реже – видео- и аудиоматериалы. Без качественного и регулярно обновляемого контента практически невозможно повысить эффективность онлайн-бизнеса и вывести сайт в топ поисковых рейтингов.

Любая информация, которую сайт предлагает пользователю, должна быть полезной. Практика показывает, что откровенно рекламные статьи не пользуются большим доверием у читателей. А вот достоверный и актуальный контент экспертного типа, рассказывающий обо всех плюсах, минусах и особенностях товара, услуги или компании, наоборот, заставляет людей задержаться на сайте и, в конце концов, нажать кнопку «Купить».

На уровень продаж влияют и такие факторы, как легкость восприятия и понятность контента, использование визуальных элементов (иллюстраций, видеоматериалов), качественная внутренняя структура ссылок и размер текстов – при прочих равных условиях, более объемный контент «продает» лучше.

Важно также не усложнять потенциальному клиенту процесс покупки – все «кнопки» должны быть под рукой. И если во время просмотра контента посетитель захочет совершить покупку, подписаться на рассылку или скачать ваше приложение, он должен иметь возможность сделать это немедленно, не блуждая по сайту в поисках формы заказа.

Стоит также сказать, что сейчас алгоритмы поисковых систем выводят в топ выдачи лишь сайты с наиболее качественным контентом. Для того чтобы выявить их, разработаны специальные поведенческие факторы ранжирования – сценарии поведения посетителей на сайте, позволяющие поисковикам определить, насколько страница востребована пользователями.

Виды контента

Наполнение сайта контентом – крайне важная задача. Как уже было сказано специалистами taot.ru, качественный контент сайта – это не только тексты, но и иллюстрации, видео и аудио, а также ссылочный материал, заголовки и мета-теги.

Текстовое наполнение

Среди видов текстового контента можно выделить несколько основных:

Копирайт. Текст, созданный профессиональным журналистом или копирайтером «с нуля». Это уникальный контент, наиболее предпочтительный для поисковых систем и, конечно же, пользова-

телей. Авторский материал повышает лояльность посетителей сайта к продукту, услуге и самой компании, а значит, положительно влияет на конверсию и продажи.

Рерайт. Это переработанный вариант готового текста (не всегда, но часто для этого используется контент других сайтов). Чаще всего рерайтинг заключается в замене слов из оригинальной текстовой статьи синонимами, что не идет на пользу ни стилю, ни восприятию, ни месту сайта в поисковой выдаче. Впрочем, высококачественный рерайтинг от taot.ru, компилирующий несколько источников, может приближаться по качеству к копирайту.

Перевод оригинального текста статьи/материала с одного языка на другой. Поскольку при переводе, также как и при написании, создается авторский текст, с точки зрения поисковых машин это уникальный контент.

Копипаст. Прямое копирование статей из других источников без внесения в текст каких-либо изменений – самый простой способ наполнения сайта контентом и он же самый худший. Во-первых, сайт рискует подвергнуться санкциям поисковиков. Во-вторых, это противоречит законодательству об авторском праве, согласно которому подобное использование ресурсов является грубым нарушением и влечет за собой серьезную ответственность. В-третьих, такой контент отрицательно сказывается на репутации компании.

Примечание. Результаты многочисленных тестов и исследований показывают, что длинные тексты повышают конверсию значительно лучше коротких. Так, академический анализ зависимости количества «твитов» и «лайков» от размера текста выявил закономерность: посты, содержащие более 1500 слов, в среднем получали на 68,1% «твитов» и 22,6% «лайков» Facebook больше, чем посты, где объем контента не превышал 1500 слов. Дополнительно было проведено три исследования, в которых трафик Google AdWords привлекался к версии с большим объемом текста и к короткой версии. Во всех трех случаях объемные тексты показали лучшие результаты конверсии.

Аудиоматериалы и подкасты

К аудиоконтенту относятся любые звуковые ролики – музыка, записи интервью, подкасты, лекции, вебинары. Самый ценный аудиоконтент – тот, который клиент не сможет услышать больше нигде. Аудиоматериалы могут использоваться в качестве обучающих материалов, для повышения уровня доверия к компании и информированности о продукте. На продающих сайтах это могут быть аудиоинструкции, на имиджевых – различные презентации, лекции авторитетных специалистов и др.

Видеоматериалы

Видеоконтент – это различные клипы, видеомануалы, скринкасты, обучающие видео, фильмы, видеопрезентации, виртуальные туры и многое другое. Их можно снимать самостоятельно, брать из бесплатных источников, покупать или даже привлекать к созданию такого контента самих пользователей – например, устраивая конкурсы видеороликов. Размещение качественных видеоматериалов может повысить конверсию сайта на 85%.

Примечание. Определить оригинальность аудио- и видеоконтента поисковики пока не могут, но это отнюдь не означает, что такое наполнение сайта бесполезно. Оно заставляет посетителей проводить на сайте больше времени, что учитывается при ранжировании.

Изображения

Любой текстовый материал в идеале должен быть проиллюстрирован – это облегчает восприятие текста и увеличивает шансы на то, что он будет дочитан до конца. К изображениям относятся не только картинки, но и анимация, фотографии, схемы, скриншоты, слайды. Особенно эффективна

инфографика – она в среднем повышает трафик на 12%. Стоит вспомнить и оборот «картинка для привлечения внимания», который нередко используют в Facebook. Текст с иллюстрациями получает почти на 100% больше внимания, чем текст без картинок.

Заголовки

Заголовок сайта играет заметную роль в его продвижении – он должен быть оригинальным, ясно описывающим его содержимое, развернутым и информативным. Стоит сказать, что многие пользователи вообще не читают текст на странице сайта, а всего лишь пробегают взглядом по заголовкам, выискивая нужную информацию. И если они будут невнятными и бесцветными, страницу будут быстро закрыты.

Различают несколько видов заголовка – title, h1, h2, h3, h4, h5, h6. Title – это основной заголовок страницы. Тег title можно увидеть, наведя курсор на адресную строку. По нему поисковые системы определяют, чему посвящена страница. Он должен быть емким и напрямую описывать содержание страницы. На практике многие допускают ошибку, выбирая title со слишком широким смыслом (например, title «Услуги») или же вообще никак не связанный с содержанием страницы (типичный плохой title – «Главная»).

Тег h1 предназначен для читателей, он также описывает содержание страницы. Следует избегать перегруженности заголовка ключевыми словами, иначе, во-первых, сами пользователи моментально потеряют доверие к сайту, а во-вторых, поисковые системы могут воспринять их как спам.

Теги h2-h6 – это подзаголовки, структурирующие текст и разбивающие его на смысловые блоки. Они выполняют роль определенного скелета статьи и позволяют читателю за несколько секунд оценить материал на предмет интересующей информации.

Требования к контенту сайта

Уровень эффективности сайта определяется его содержимым, но как создать контент, который привлечет пользователей и поможет вывести сайт в топ? Существуют определенные требования, соблюдение которых поможет раскрутить сайт, сделать его более популярным, а также повысить продажи.

Уникальность текстов. Как уже было сказано выше, текстовый контент должен быть уникальным. Существует несколько бесплатных онлайн-сервисов, с помощью которых можно проверить сайт на уникальность. Нужно помнить, что уникальность сама по себе еще не гарантирует качество. Продажи повышают высококачественные, интересные авторские тексты, которые легко читаются и содержат полезную информацию.

Информативность (смысловая нагрузка). В Интернете очень много поверхностных бессодержательных статей, из которых читатель не может почерпнуть никакой полезной информации. Не стоит продолжать распространять такие материалы – они не пойдут на пользу читателям, и как следствие – сайту. Контент (и речь идет не только о текстовом наполнении) обязательно должен быть полезным, информативным и профессионально подготовленным.

Грамотность. Низкий уровень грамотности – еще одна беда многих сайтов. Тяжелый, сложный для восприятия язык, обилие стилистических и орфографических ошибок сильно подрывают доверие к ресурсу. Напротив – сайты, над которыми потрудились профессиональные копирайтеры, редакторы и корректоры taot.ru, намного более востребованы пользователями.

Подача и оформление контента. Массивный текстовый блок без разбивки на главы, без иллюстраций и вспомогательных материалов читается тяжело. Это же касается и беспорядочно разме-

щенного аудио- и видеоконтента. Продуманная верстка очень важна – она помогает акцентировать внимание читателя на основных элементах сайта, выделить наиболее важные его части, чем облегчает восприятие веб-ресурса в целом и повышает лояльность клиента.

Соответствие требованиям поисковых систем. Специалистами веб-аналитиками выявлено, что поисковые машины сегодня отошли от определения релевантности контента путем простого подсчета числа ключевых слов на странице. Вместо этого они анализируют контент-блоки – абзацы, разделы, статьи и главы – вычисляя семантические связи между словами. Поэтому преимущество получает материал, глубоко раскрывающий заявленную тему. Такой контент сайта занимает высокие позиции в поисковой выдаче сразу по нескольким запросам.

Ключевые слова. Говоря о контенте сайта, нельзя не упомянуть и о ключевых словах – именно по ним поисковые машины найдут вашу страницу. Текст должен быть в меру насыщен «ключевиками» из семантического ядра сайта (совокупности поисковых запросов, по которым осуществляется оптимизация для привлечения целевой аудитории). Чтобы текст «понравился» поисковику, он должен быть разбит на блоки (главы, абзацы, списки), содержать минимум лирических отступлений и неинформативных фрагментов. Провести seo-анализ текста можно с помощью различных сервисов для вебмастеров – как коммерческих, так и бесплатных.

Примечание. Постоянный и совершенно бесплатный источник уникального и актуального контента – это комментарии пользователей. Поэтому возможность комментировать статьи дает сайту определенные преимущества.

Направления работы с контентом сайта

Управление контентом сайта требует серьезного и комплексного подхода. Контент сайта не создается раз и навсегда – он требует анализа, обновления и контроля.

Наполнение сайта контентом. Специалисты taot.ru уже неоднократно подчеркнули влияние грамотного контента на конверсии и лояльность пользователей. Чем интереснее контент, чем больше он соответствует потребностям посетителей, тем больше времени они проведут на сайте. Обновлять контент необходимо регулярно. «Заброшенные» сайты постепенно теряют свои позиции и у посетителей, и у поисковых машин. Особенно это касается раздела новостей: когда посетитель заходит на сайт и видит, что самые последние новости датированы прошлым годом, он начинает думать, что и вся остальная информация, скорее всего, неактуальна. И даже если это не отражает действительность, первое впечатление сыграет в данном случае более серьезную роль. Очень важно также следить за поддержкой в актуальном состоянии таких разделов сайта, как контакты компании, ее история и портфолио, информация о специальных предложениях и ценах на услуги.

Анализ контента сайта. Аудит контента нужен для проверки его соответствия задачам и целям сайта. Эта услуга необходима всем, но особенно тем компаниям, чьи сайты создавались непрофессионалами. Во время анализа контента сайта специалисты могут обнаружить и исправить ошибки, устранить ненужные повторы и восполнить нехватку информации. Контент сайта анализируется и seo-специалистами taot.ru, которые проверяют соответствие текстов алгоритмам поисковиков и, при необходимости, проводят оптимизацию.

Оптимизация контента. Оптимизация контента сайта – это приведение текстового и другого наполнения ресурса в соответствие с требованиями поисковых машин. Это подразумевает и введение в тексты ключевых слов, по которым пользователи найдут сайт, и расчет оптимальной текстовой релевантности, и применение инструментов разметки страницы. Иногда требуется рерайт существующих текстов, а иногда проще и надежнее переписать их заново.

Стоимость услуг контент-менеджмента. Стоимость оказания услуг по контент-менеджменту зависит от объема, сроков и трудоемкости поставленных задач и согласовывается с каждым заказчиком индивидуально. В среднем [цена](#) комплексного наполнения сайта контентом начинается от 10000-15000 рублей в месяц, хотя эта цифра может широко варьироваться в зависимости от объема, вида работ и сроков.

Где можно заказать услуги по наполнению, анализу и управлению контентом сайта?

Некоторые компании предпочитают создавать контент самостоятельно, и обычно это приводит к тому, что сайт попросту «не работает». Другие, понимая прямую зависимость между наполнением сайта и привлечением с его помощью новых клиентов, обращаются к профессионалам.

Найти авторов и seo-экспертов можно среди многочисленных фрилансеров. Услуги таких «вольных стрелков» обходятся относительно недорого, но в данном случае никто не сможет гарантировать профессионализм, качество и соблюдение сроков. Порой компании приходится месяцами искать действительно надежных специалистов.

Гораздо проще и экономнее заказать контент-менеджмент сайта в [ТАОТ](#). Это толковые профессионалы с солидным опытом, а процесс взаимодействия отработан до мелочей.

Мы рекомендуем вам обратить внимание на [команду](#) taot.ru, которая практикует комплексный подход, включающий регулярное обновление контента, и предлагает создание высококачественных текстов любой сложности и практически на любую легальную тематику. Каждый текст, подготовленный профессиональным журналистом-копирайтером, подвергается литературному редактированию и проходит корректорскую проверку, а также анализируется на соответствие алгоритмам поисковых сервисов.

ТАОТ - это творческий подход с учетом пожеланий заказчика, классическая академичность и традиционность. При этом гарантированная оригинальность и индивидуальность, а также тематичность и выверенная семантика. ТАОТ.RU - это всегда надежность, качество и ответственность. Без исключений.