

Поисковое продвижение сайта: что это такое

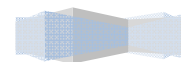
Практически все владельцы интернет-сайтов рано или поздно начинают задумываться о привлечении на сайт посетителей, а вместе с этим и о способах рекламы и продвижения сайтов в сети интернет.

В настоящее время существует масса способов привлечения на сайт посетителей, но одним из самых востребованных является поисковое продвижение сайтов. Поисковое продвижение сайтов – выведение сайта на высокие позиции в результатах выдачи поисковых систем. Одними из самых популярных поисковых систем в России считаются следующие: **Яндекс, Гугл, Рамблер.**



Цель любой поисковой системы – хранение в своей базе массы информации о различных веб-ресурсах, ее структурирование и выдача списка сайтов которые максимально соответствуют запросам пользователей.

Например, пользователь будет искать информацию о рыболовных лодках. Он введет в поисковой строке запрос «*рыболовные лодки*» и сделает запрос к базе поисковой машины. В результате на экране появится список тех сайтов, которые содержатся в базе поисковой машины и которые максимально отвечают запросу пользователя.



Поиск Почта Карты Маркет Новости Словари Блоги Видео Картинки ещё

Яндекс
Нашлось
2 млн страниц

рыболовные лодки

в найденном в Санкт-Петербурге

Найти

регион Санкт-Петербург

1. Нева-Сеть **Рыболовные лодки** Санкт-Петербург. Цена **лодки** для рыбалки
Жизнь на суше - это бесконечная борьба. Может быть, именно поэтому люди так любят побывать на воде, порыбачить в лодке, которая никому не должна подчиняться. Как следует из названия, рыболовные лодки этой серии сделаны для соревнований.
www.fishercraft.ru/categories/4 Санкт-Петербург [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

2. Новая серия **рыболовных лодок**
лодки и катера, лодочные моторы, навигаторы GPS, эхолоты, рыболовные снасти, на горьком опыте... Производители продолжают искать новые формы и новые технические решения в области рыболовных лодок.
www.float.ru/.../new_serial_boats.htm Нижний Новгород [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

3. Катера и **лодки** для рыбалки - **рыболовные лодки** и катера. Портал о рыбалке TOOO...
«Blastrop» - пластиковые прогулочные катера и рыболовные лодки. «SeaSwift» - стеклопластиковые рыболовно-прогулочные катера открытого моря.
Техники ловли | Энциклопедия рыб | Рыболовный юмор | Советы рыболовов | Современные снасти | Катера и лодки...
www.tooo.ru/fishing-boats.htm [сохраненная копия](#)

4. Продажа катеров **б/у** -... прогулочные, **рыболовные** катера и моторные **лодки**...
Трейлеры и причепы. Гидроциклы. Лодочные моторы и двигатели. Главная страница / Катера и моторные лодки. Поиск по основным параметрам: Длина: от до м. Год: от до. Страница 1 из 1.
UsedBoats.ru/view.php?grp=2 [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

5. ПрофиСнасть - надувные **лодки** ПВХ, подвесные **лодочные** моторы, **рыболовные сети**...
Подвесные лодочные моторы, надувные лодки ПВХ. Рыболовные сети, сетеполотна, дели. Невады, мерехи. Одежда для охоты, рыбалки.
+7 (412) 412-74-77 Санкт-Петербург, Обуховской Обороны просп., 86к
www.profnast.ru Санкт-Петербург [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

6. GLASTRON :: катера, **лодки** и круизеры cruiser, **рыболовные** пластиковые катера...
Прогулочно - рыболовные лодки: GT 185 Ski & Fish | GT 205 Ski & Fish | GXL 180 Ski & Fish | GXL 185 Ski & Fish | GXL 205 Ski & Fish. Спортивно - прогулочные катера: МК 170 | МК 175 | GT 180 | GT 185 | GT 205 | GT 225 | GXL 185 | GX 205 | GXL 205.
www.glastron.ru Санкт-Петербург [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Яндекс Директ
Лодки и моторы
HONDA, MARKO BOATS, СТРИНГЕР. "Лодка + Мотор" - скидка 10%!
[Адрес и телефон](#) · www.raif-art.ru

Рыболовные катера BostonWhaler
Моторные лодки для рыбалки. Качество, надежность, современные технологии
www.bostonwhaler.ru

Катера из алюминия - производство
Катер серии "Pilot" на продажу. Изготовление катеров из алюминия
[Адрес и телефон](#) · metcenter.ru

Рыболовные лодки!
Покупка/продажа новых и бу вещей на сайте объявлений Avito. Спешите!
www.avito.ru

моторные надувные Лодки ПВХ
Широкий выбор Nissamagan, Badger, Посейдон, Мнев. Доставка РФ СНГ. Гарантия
[Адрес и телефон](#) · www.e-trex.ru

Ищешь Лодку?
Мы знаем, где Лодка дешевле! Жми сюда!
www.gorbushka.ru

Лёгкие алюминиевые лодки Доставка
Лодки весом 20-40 кг. на багажник, от 28 тыс.руб., доставка в СПб - бесплатно
www.malutka.org

[Все объявления](#) 18 →

[Разместить объявление по запросу «рыболовные лодки»](#)

Цели поискового продвижения

Безусловно, у сайта, который находится как минимум в первой десятке результатов поиска, есть гораздо больше шансов заполучить посетителя. Одной из целей поискового продвижения является выведение сайта как можно «выше» в результатах поиска, то есть на ближайшие две страницы выдачи. Более того, задача не просто вывести сайт по одному возможному запросу, а по целой группе запросов.

Представьте, что посетитель набрал запрос «*рыболовные лодки*». Он не нашел нужной информации на первых двух страницах и решил переформулировать запрос, сделав его более отвечающим цели поиска, например «*рыболовные лодки купить*». Наверняка, он получит гораздо более точную информацию, но столкнется с тем, что ему придется еще более сузить поиск введя «*рыболовные резиновые лодки купить*». И последний запрос приведет его к цели.

В общей сложности, только по данному запросу пользователь может ввести **много различных вариаций запросов**, таких как:

- «рыболовные лодки»
- «рыболовные лодки купить»
- «рыболовные резиновые лодки купить»
- «резиновые лодки для рыбалки»
- «купить лодку для рыбалки» и т.д.

Согласитесь, что если бы ваш сайт находился в ТОП10 результатов поиска по всем этим запросам, то количество посетителей было бы гораздо больше. Но, есть также понятие

«целевых посетителей», то есть тех, которые задаются некой целью, например «купить резиновую лодку для рыбалки» и, соответственно, вводят группу **целевых запросов**.

Именно эту группу запросов нужно четко определить для своего сайта. Это так называемое "**семантическое ядро**", т.е. тот набор целевых словосочетаний который отражает основную мысль сайта и которое притягивает к себе ваших будущих посетителей.

Поисковое продвижение, таким образом, решает ряд задач:

- вывод сайта в ТОП10-30 выдачи поисковых запросов;
- вывод сайта в ТОП по максимальному количеству «целевых запросов»;
- увеличение количества посетителей сайта.

Но стоит заметить, что **поисковое продвижение может увеличить поток посетителей на сайт, но не может гарантировать рост продаж**. Посетителя мало привлечь высоким местом в выдаче, его нужно соблазнить, побудить к покупке уже на самом сайте, а за это отвечают совсем другие процессы, такие как удобство и качество самого сайта, грамотно и соблазнительно поданный материал на сайте (информация, изображения), проведение различных акций и т.д.

Вы должны хорошо понимать: задача поискового продвижения не в увеличении уровня продаж, а в обеспечении потока посетителей. Чем вы будете побуждать посетителя вашего сайта к покупке – это вопрос маркетинга, а не поискового продвижения.

Методика поискового продвижения или за что платятся деньги

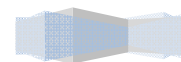
Итак, после того, как мы разобрались, какие цели и чего ожидать от поискового продвижения, самое время разобраться в том, что могут включать в себя работы по продвижению сайта в сети Интернет.

Поисковое продвижение – это выведение сайта в ТОП выдачи, с этим мы разобрались. Как раз в этот момент назревает вопрос *«а почему одни сайты находятся в выдаче выше других, почему поисковая система каким-то сайтам отдает больше предпочтения, чем другим?»*.

Очевидно, что у поисковой системы существует некая система оценки сайтов. Попадая в базу поисковой машины сайт, буквально, расчленяется на составляющие и оценивается со всех его сторон.

Что же может быть оценкой?!

Возможно, Вы удивитесь, но, современные поисковые машины, например, такие как Яндекс и Гугл оценивают сайт по более чем **1000** критериев!!! Это не десяток очевидных составляющих, как это было раньше, это уже 1000 показателей, по которым поисковая система ставит «оценку» вашему сайту.



Вы зададите вопрос «какие же это критерии и как по ним оценивает сайты поисковая система?»

А вот это, как раз, «**секрет поисковой системы**». Именно разгадкой таких секретов и занимаются те, кто продвигает сайты. Догадаться о том, как производится оценка сайта можно только методом проб и ошибок, постоянными наблюдениями и практикой. Поэтому в сети существует много форумов, дискуссий, где идет обсуждение того, что происходит в поисковой системе, какие были замечены изменения, что оказывает влияние на тот или иной результат.

В сети даже появилось постоянное телевидение, которое затрагивает тему продвижения сайтов в сети – SeoPult.tv

Поисковые системы радуют за качество

Отчасти, в ответ на такое бурное исследование со стороны «продвиженцев» поисковые системы стали внедрять новые алгоритмы, которые еще более усложняют оценку сайтов, доводя ее до совершенства и затрагивающую массу аспектов. Поисковая система стремится выдавать пользователю качественную информацию. Поэтому сайт должен быть хорош со всех сторон: качественная сборка, уникальный текст оптимизированный под поисковые запросы, грамотная структура и подача материалы и многое другое.

Современный сайт оценивается комплексно, затрагивая вопросы оценки с маркетинговой точки зрения.

Но все же существует **ряд показателей**, своего рода ядро показателей, которые являются приоритетными в оценке сайтов. Некоторыми из таких явных показателей оценки являются:

1. Возраст доменного имени
2. Возраст сайта (чем больше, тем авторитетнее сайт)
3. Правильное оформление страниц и объем информации на сайте
4. Количество ссылок на ваш страницы вашего сайта с других веб-ресурсов и др.

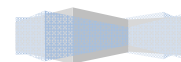
В данном списке особое место занимают 3 и 4 пункты. Именно с правильного структурирования информации на сайте и наращивания ссылочной массы начинается поисковое продвижение.

Что за расчеты предоставляют вам при оценке стоимости продвижения

Мы говорили о том, что для сайта выгодно, чтобы на него попадали посетители не по одному, а по целой группе целевых запросов.

Откуда их взять на вашем сайте?

Пользователь поисковой системы вводит некий **текст (!)** в строку поиска, например, *«купить резиновые лодки»*.



Очевидно, чтобы ваш сайт попал в результаты поиска на вашем сайте должен быть **текст** содержащий такие поисковые слова, а может, даже целиком и такую фразу. То есть **нужен текст!**

Теперь представьте, что для сайта важна группа целевых запросов, следовательно, **нужна группа текстов**, которые будут содержать такие целевые запросы (слова, словосочетания). Опять же: **нужны тексты!**

Что делать или что делается?

Первое, что сделает профессиональная команда по продвижению – составит группу целевых запросов, которые могут привлекать посетителей и поставит задачей переструктурировать ресурс таким образом, чтобы наполнить его текстами, содержащим выбранные целевые запросы.

На написание текстов идет часть бюджета по продвижению сайта. Идеальным является вариант, когда *на 1 запрос пишется 1 текст*.

Вы можете сказать «я могу написать текст сам без проблем». Сразу хотим остудить ваш пыл: объем текста (количество знаков), процентное соотношение ключевых слов в тексте, их расположение, наличие ключевых слов в заголовках страниц – это особенно важно. В интернете нужен не просто текст, а оптимизированный текст, то есть текст работающий на какой либо поисковый запрос. При этом текст должен быть читаемым, без переизбытка ключевых слов, нацеленный прежде всего на читателя, а не на поискового робота. И вместе со всем этим он должен работать на продвижение. Вы, действительно, готовы к написанию такого текста?

Лучше доверить написание текстов профессионалам. За переоптимизацию (излишнее усердие), страницу могут, вообще исключить из поиска. В сети существуют биржи копирайтеров и веб-ресурсы на которых вы можете заказать написание текстов для своего сайта. Особо выделяются следующие:

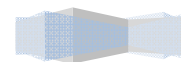
TextBroker.ru - биржа копирайтеров

TextProm.ru - услуги по написанию текстов

Следует еще не забывать о том, что текст нужно правильно разместить на странице сайта, оформить информацию в тегах заголовка страницы, на самой странице и т.д. Это все входит в первый этап работ по продвижению и чаще всего называется «оптимизацией сайта».

Что дальше?

Итак, сайту составлено семантическое ядро (выбран список запросов), написаны оптимизированные тексты и размещены правильно на страницах сайта, теперь самое время заняться перелинковкой страниц.



Перелинковка – это фактически наличие ссылки с одной страницы вашего сайта на другую страницу этого же сайта. Перелинковка имеет целью проложить некий путь как для пользователя сайта, так и для поискового робота, для того, чтобы он смог собрать информацию со всех страниц веб-ресурса и поместить их в базу. Перелинковка также помогает распределить некий вес между страницами сайта. Если говорить проще, то при условии, что на какую-то страницу сайта другие ссылаются много раз, то они как бы передают часть веса последней, увеличивая ее вес во много раз, а значит и ее значимость. Это все учитывает поисковая система.

Нужны ссылки

Тексты написаны и размещены на сайте, страницы перелинкованы таким образом, что они помогают роботу путешествовать и собирать информацию на сайте, но так же и определять «весомость» каждой страницы по принципу «чем на какую-то страницу больше ссылаются с других», то ее вес (значимость) выше!

Еще один фактор, который придает значимость странице – **тематическая ссылка**. Следует не просто ставить ссылку с текстом *«почитай следующую статью»*, а обязательно в тексте ссылки размещать ключевое слово, играющее основную роль для той страницы на которую ссылаются.

Иными словами, если у нас есть страница с текстом написанным с целью продвижения поискового запроса *«резиновая лодка для рыбалки»*, то текст ссылки другой страницы должен содержать этот ключевой запрос, например *«а здесь вы можете узнать про резиновую лодку для рыбалки»*.

Ссылки на своем сайте распределенные между собой дают очень большую пользу, но их всегда будет мало. Вернее, только их одних мало.

Поисковая система любит, когда на ваш сайт ссылаются с других ресурсов, она любит, когда о вашем сайте говорят... и этот фактор, пожалуй, был и остается одним из приоритетных. Именно отсюда возникло понятие **«покупка ссылок»**.

Что такое «покупка ссылок» и зачем она нужна?

Мы говорили, что необходимо размещение ссылок на своем сайте с одной страницы на другую, но этого мало для того, чтобы передать значимость страницы. Возникает вопрос **«где же брать ссылки, которые можно направить на страницы своего сайта для поднятия ее веса (значимости)»? Ответ очевиден – на других сайтах!**

Все гениальное просто: нам нужно разместить ссылку, которая будет вести на ту страницу нашего сайта, которой мы хотим повысить значимость. И при этом надо не забывать, что текст ссылки должен обязательно содержать ключевое слово, которое является основным на странице вашего сайта.

Теперь возникает вопрос: **«сколько надо поставить таких ссылок?»**

Очевидно, что ответ «чем больше – тем лучше» вас не удивит. Основной вопрос **«где найти такое количество сайтов, на которых можно разместить такое огромное количество ссылок?»** Искать сайты готовые разместить ссылку на ваш сайт методом поиска, переписки с владельцем – абсурдно. Ваши конкуренты могут иметь в общей массе

уже тысячи ссылок на свои страницы. И их нужно банально обогнать, вам может понадобиться одна тысяча сто ссылок, чтобы обогнать конкурента. Где же их взять?

Биржи ссылок

Ссылки на ваш сайт покупаются через биржи ссылок. Биржи ссылок – это некие ресурсы, где зарегистрированы тысячи сайтов готовых разместить на своих страницах ссылки на ваш ресурс за определенную плату.

В настоящее время есть ряд бирж, которые особенно выделяются на рынке: sape.ru, seopult.ru, rookie.ru и др.



В задачу специалиста по продвижению входит оценка необходимого количества ссылок, которое может способствовать выведению страницы вашего сайта в ТОП результатов выдачи и их стоимость.

Как определить сколько нужно ссылок?

В этом случае необходимо произвести анализ сайтов конкурентов при помощи специальных программ продвижения, например, таких как Yazzle.



Данная программа предоставляет полную информацию о том, какими характеристиками обладают сайты конкурентов, какие у них показатели, сколько ссылок ведут на ресурс вашего конкурента и даже, какой бюджет на покупку ссылок он тратит.

Однако, чтобы пользоваться программой надо обладать более глубокими знаниями оценки сайтов. Просто нажатие кнопки в ней не даст вам никакого понимания ситуации. Пользоваться данной программой может специалист с глубокими знаниями и опытом.

После оценки необходимого ссылочного бюджета на бирже ссылок запускается кампания, производится ввод денег и начинается закупка ссылок.

Когда ждать результат?

Результат не бывает мгновенным. Чтобы робот собрал новую информацию о вашем ресурсе ему следует обработать миллионы других ресурсов и их данных. Это все происходит постепенно. Робот собирает новую информацию с вашего сайта, постепенно встречает и передает информацию о количестве новых ссылок, возникающих на других сайтах и ссылающихся на ваш ресурс, передает данные для анализа в поисковую машину и постепенно меняет представление о вашем сайте (при грамотной работе – в лучшую сторону).

Как следить за результатами, когда узнавать об изменениях

В первую очередь необходимо снять начальные позиции сайта по запросам семантического ядра. Для этого можно воспользоваться бесплатной программой Site-Auditor или платным сервисом site-position.ru



Бесплатную программу для оценки сайта и его позиций **Site Auditor** вы можете бесплатно скачать ее с сайта разработчика и установить на своем компьютере.

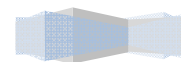
Затем следует наблюдать за так называемыми **апдейтами** – обновлениями поисковой базы. Когда они происходят можно узнать с замечательного бесплатного сервиса **SeoBudget**. На данном сайте можно зарегистрироваться и подписаться на рассылку информации об обновлении поисковой базы Яндекса. Как только вы получаете информацию о новом апдейте, можно делать запрос на проверку позиций в Site-Auditor или сервисе site-position.ru и следить за тем, как они меняются.



Примерно такую же работу для вас делает специалист, но, естественно, используя собственные более глубокие средства анализа сайта. А дальше начинается слежение за ростом позиций, анализ происходящего, принятие оперативных мер и т.д.

Неужели это все?

Мы рассмотрели **только основные** составляющие работы по продвижению сайта. Вариантов достижения той или иной цели существует множество. Например, наращивание ссылочной массы достигается далеко не только закупкой ссылок, а еще и распространением тематических статей, пресс-релизов в сети. Как и в случае с ссылками существуют «биржи статей», где вы покупаете размещение целой статьи содержащей ссылки на ваш ресурс на другом сайте. Распространение статей со ссылкой на ваш сайт является одним из приоритетных направлений в настоящее время. Дело в том, что поисковые системы стали оценивать «среду» в которой размещена ссылка на ваш сайт. Если чей-то ресурс посвящен резиновым сапогам и на нем просто размещена фраза «резиновые лодки здесь», которая является ссылкой на ваш сайт, то согласитесь, значимость такой ссылки крайне мала. Гораздо значимее ссылка становится в окружении тематического текста. Именно поэтому, для наращивания эффективной ссылочной массы стали распространять не просто ссылки, а целые статьи. Самыми известными биржами статей являются: LIEX.ru, Miralinks.ru и SeoZavr.ru





Умелая комбинация различных способов таких как продвижение ссылками и статьями дает серьезный и стабильный эффект, а в некоторых случаях значительно сокращает бюджет на продвижение сайта. Но, конечно, перечисленные методики – это далеко не все, что делается для продвижения веб-ресурса. Существует целый спектр задач которые ставит специалист в работе по продвижению сайта в сети. Их решение требует серьезных знаний и опыта.

Но для понимания темы с точки зрения клиента, мы дали достаточно информации, чтобы вы могли понять, что во всех случаях на продвижение сайта требуются денежные средства, которые тратятся на написание статей, покупку мест размещения ссылок на ваш сайт, на пользование платными ресурсами оценки сайта, а также за всю проделанную работу специалиста. **Никакие знания и опыт не помогут избежать расхода денежных средств.** Теперь вы знаете за что платитесь деньги при продвижении сайтов.

Подведем итоги: что включает поисковое продвижение

1. Специалист по продвижению, прежде всего, проведет аудит вашего сайта, то есть соберет некую информацию о ресурсе и оценит его с точки зрения готовности к продвижению
2. Также будет произведен анализ конкурентов и того, что, возможно они делают для продвижения своих сайтов
3. Составляется семантическое ядро ключевых запросов по которым можно получить посетителей на сайт.
4. Производится написание десятка и более оптимизированных текстов, правильное их размещение на сайте, перелинковка между собой, корректировка кода HTML сайта, который также оказывает влияние на результаты продвижения сайта.
5. Проводится ряд мероприятий по наращиванию ссылочной массы: закупка ссылок на биржах, написание и распространение статей, пресс-релизов содержащих ссылки на ваш сайт.
6. В течение всего периода производится наблюдение за ресурсом, предоставление отчетов и анализ данных

Продвижение по факту: для тех, кто еще верит, что можно НЕ платить за услуги

А теперь несколько слов о «**продвижении по факту**». Если вы внимательно читали нашу статью, то вы могли понять, что продвигать сайт «**бесплатно**» на уровне только каких-то волшебных знаний – просто не реально.

Платить за работу уже придется на стадии написания оптимизированных текстов. Полагать, что кто-то готов написать 20-30 объемных статей на ваш сайт бесплатно – абсурдно. Стоимость одной статьи на сайт в среднем варьируется от 600 до 1000 рублей. Даже обратившись на биржу копирайтеров free-лансеров, вы нигде не встретите услугу «**напишу текст бесплатно**». Анализ сайтов конкурентов требует не одного дня

кропотливой работы, сбора и анализа всех составляющих, оценку бюджета на продвижение каждого из ваших конкурентов.

Наращивание ссылочной массы – это ни что иное как покупка ссылок на бирже, покупка мест под статьи о вашем сайте на других ресурсах, покупка написания и размещения пресс-релизов... «Покупка» в данном случае – первое, что необходимо будет делать. Как правило, бюджет на реализацию закупки ссылок, начинается с суммы не ниже 20000 тысяч. Как вы думаете, кто-нибудь готов платить за вас эти деньги только в надежде, что вы станете их клиентом?

Запомните: за все, что вы хотите получить в сети придется платить **ПЕРЕД**, а не **ПОСЛЕ**.

Именно поэтому, компания по продвижению, заключая с вами договор на обслуживание всегда будет заявлять о необходимости внесения на ее счет «страховочной суммы» объясняя ее как некую «финансовую подушку» на случай последнего месяца продвижения, если вы не захотите продолжать работу. Именно эта «страховочная сумма» является не последней, а первой, которая позволит начать работы. И она станет последней за месяц до окончания работ. Эффект от закупки ссылок исчезнет не сразу, именно поэтому, когда вы прекращаете пользование услугами, закупку останавливают за месяц до окончания работ. Ни одна компания не будет работать себе в убыток. Продвижение по факту возникло только в России и в странах бывшего СССР. Тогда, когда цивилизованный западный мир давно понял, что за все надо платить, и это давно стало нормой, в сознании наших потребителей не только сетевых, но и других услуг укоренилась мысль «меня обманут». И что самое интересное, это, своего рода, правда.

Продвижение по факту с обязательной оплатой **«страховочной суммы»** - это ни что иное, как просто выход из сложившейся ситуации, когда заказчик платить не хочет, а исполнитель не может не заплатить за проведение работ в сети.

Бесполезно искать компанию, которая сможет предложить что-то сделать бесплатно и доказать свою состоятельность заниматься вашим ресурсом. Уверюем, она найдет способ как обеспечить свою работу деньгами, потому что это необходимо.

Если у вас остались сомнения, предлагаем пройти весь путь продвижения сайта самостоятельно, но, как ни банально это звучит, в этом случае вам придется приобрести знания, за которые тоже придется платить.

[автор статьи: Ольга Цыганкова (директор студии ООО "Интелвебс", Санкт-Петербург), при копировании статьи или ее фрагментов ссылка на источник обязательна]

