

Продвижение сайта контентом

В начале «жизни» проекта главная цель – создавать публикации, которые будут интересны и полезны читателю. Это не самая простая задача, и если соответствующих навыков недостаточно, то лучше заказать тексты копирайтерам. Это люди, которые точно знают, как писать материал, чтоб он понравился и читателю, и поисковой системе.

Первые 30—50 дней сайт он «висит» в интернете и ждет, когда с ним «придет познакомиться» робот поисковой системы, т.е. проиндексирует его. Когда вы только создали свой сайт, и он еще не заполнен материалами, от поисковиков его нужно закрыть.

Для чего и как закрывать сайт от поисковых систем?

Для чего и как закрывать сайт от поисковых систем? Если поисковый бот пришел на сайт и не обнаружил там никакой интересной и полезной информации, то потом он очень долго туда не зайдет и не узнает о том, что появились новые материалы. А, следовательно, если бот не пришел, то в поиске этот сайт не появится. Пока на вашем сайте не опубликуются 50—100 статей, не спешите пускать туда поисковики.

Сделать это можно двумя методами:

1. Это часто реализовано в самой сайт платформе, и достаточно просто поставить галочку в нужном месте;
2. К любому сайту пишут файл `robot.txt`, инструкцию, что роботы должны видеть на сайте, а что от них скрыто.

О последнем способе немного подробнее. Скрывать можно как отдельные материалы, так и целые разделы сайта. Есть информация, которая очень нужна и важна людям, но совсем неинтересна и даже вредна для поисковика. К примеру, у вас на страницы выложены сертификаты, документы, для вашего клиента это важно и полезно. Но поисковик решит, что это ненужная страница и исключит ее из поиска в черный список. Если таких страниц наберется более 5%, поисковик может решить, что у вас «плохой» сайт. И либо совсем исключит его из поиска, либо поместит в самый низ выдачи.

Когда вы как пользователь ищите что-то в интернете, то можете видеть, что найдено, к примеру, 25000000 результатов, они отображаются на 10000 страниц. А как часто вы дописываете хотя бы 7 страницы? Обычно люди находят ответ на первых 3-5 страницах либо вводят другой запрос. Сайт на странице 25 не будет смотреть никто. Поэтому надо еще до создания сайта представлять его структуру, и в каждый раздел написать 3-5 статей.

Не копируйте статьи с других ресурсов. Даже если это ваш материал, опубликованный где-то еще, поисковик воспримет его как плагиат. Неоригинальный контент поисковики очень не любят. Такой сайт они отправляют под «фильтр», и он перестает показываться в поиске, висит мертвым грузом. Пересказ статьи своими словами (репайт) не всегда спасёт ситуацию, особенно если он поверхностный. Современные поисковики научились не просто читать и сравнивать текст целиком, но и его отдельные составляющие.

Каким должен быть контент на сайте

Теперь несколько советов относительно того, каким требованиям материалы должны соответствовать:

1. Язык должен быть понятен читателю. Там, где можно избежать специальной терминологии, лучше сделать это. Читатель ищет реальный простой совет, (желательно в картинках либо с видео);
2. Объем статьи должен быть в среднем 3000-5000 тысяч знаков.
3. Поисковики не любят слишком короткие тексты, а «простынь» утомительна для читателя. В тех случаях, где невозможно изложить материал лаконично, разделите его на абзацы, подглавы, пункты.
4. Желательно, чтобы картинки были оригинальными и с невысоким разрешением (600-800 dpi). Большая, тяжёлая картинка будет долго загружаться, а информация в ней та же, что и в маленькой. В любом фоторедакторе, даже на мобильном устройстве, всегда можно изменить параметры иллюстраций.
5. В статье должны быть использованы ключевые слова из Яндекс и Google сервисов (<https://wordstat.yandex.ru/> и ads.google.com). Нет смысла писать материал, который люди не запрашивают его в поиске. Например, если за месяц 10 человек запросили какой-либо товар так, как у вас написано, то вы их, скорее всего, никогда не дождетесь у себя на сайте. Но и те, кто делают запросы, у которых частота измеряется сотнями тысяч или даже миллионами, скорее всего, уйдут к крупным компаниям. Для малого и среднего бизнеса оптимальная частота «ключа» – 10 000-100 000 в месяц, т.е. средняя. Проверая запросы, не забудьте выбрать регион, который вас интересует. Если вы торгуете запчастями в Москве и области, мала вероятность, что клиент из Самары относится к вашей целевой аудитории.
6. На каждую статью не более чем 3 «ключа». Не стоит усыпать ими текст. Лет пять назад было нормой подчеркнуть, сделать жирным или еще как-то выделить ключ. Эти слова и фразы должны быть интегрированы в текст так, чтоб не мешать читателю воспринимать основную информацию.
7. Правильное размещение статьи на сайте. В админ-панели сайта есть соответствующие плагины (специальные модули, отвечающие за безопасность и продвижение). Когда вы вставите статью и иллюстрацию, важно правильно заполнить соответствующие поля. В админ-панели вашего сайта, помимо заголовка и основного окна текста мы так же видим поле под уже знакомые нам ключевые слова. Вставляем их через запятую. Это могут быть не только слова, но также и фразы, каждая из которых так же оканчивается запятой. Далее следует поле «description». На основании содержимого этого метатега поисковики формируют описания страниц (превью) в результатах поиска. Сюда вставляем пару ключевых предложений из статьи. После того, как все готово, перед публикацией проверяем поле «постоянная ссылка». Это ссылка, которая будет размещена внутри вашего сайта и приведет читателя на страницу конкретного материала. Их следует делать не слишком длинными, не более 25 символов. И только на английском языке. Допустимо так же использование в них цифр, точек, тире. После публикации вы можете менять текст, картинку, а вот саму ссылку и описание менять крайне нежелательно.

После публикаций на сайте ссылка примерно в течение недели попадает в поисковую выдачу. А если вы изменили ее или вовсе убрали статью с сайта, человек заходит по ссылке в поисковой выдаче и видит: «ошибка 404». Если на вашем сайте будет хотя бы 10 таких страниц, поисковая система просто выбросит сайт из своей базы.

Тем, кто сам пишет для своего сайта или профессионально занимается написанием текстов на заказ, полезными будут книги «Слово живое и мертвое» Норы Галь и «Пиши, сокращай» Максима Ильяхова, а также книги и лекции Дмитрия Кота.

Перелинковка и тег «more»

Следует учесть, что каждая ваша статья, опрос, тест для сайта – это отдельная страница. А если это фото-блог, то очень часто и каждое изображение занимает 1, а то 2 страницы. Если в очередной статье вы пишете о чем то, что уже писали ранее и нужно обратить

внимание читателя, то, чтобы не повторяться, используем его отсылку к прежнему материалу. Фраза из такого материала будет выглядеть как ссылка, пройдя по которой, читатель сможет ознакомиться с прошлым материалом. Это называется «перелинковкой». В одном материале допустимо до 5 линков. Главное – проверяйте, чтобы все ваши ссылки работали.

Вы наверняка видели, когда написано пара строк в тексте, а ниже строка «читать далее». Такое как раз достигается тегом «more». Это удобно для читателя, но очень сильно нагружает ваш сайт. Поэтому сами думайте, нужно ли вам его использовать.