

Что такое SEO текст?

Чтобы текст, размещенный в интернете, видели больше пользователей, его должны видеть поисковые системы. Чтобы привлечь большой объем трафика, при написании текстов целесообразно использовать такой инструмент, как SEO. **Что такое SEO-текст?** Чем он отличается от обычного? Какие техники применяются в процессе его написания? Именно об этом и пойдет речь в этой статье.

Что такое SEO-текст: основные требования

SEO-текст представляет собой статью, в большей степени ориентированную на поисковые системы с целью привлечения на сайт значительного объема трафика. Такой текст должен соответствовать запросу пользователя, а также содержать ключи – слова, наиболее часто используемые в процессе поиска определенного материала. К SEO-тексту предъявляются определенные требования, которые не свойственны обычным статьям. Рассмотрим некоторые из них:

1. SEO-текст должен содержать точные и разбавленные ключи. Точные ключевые слова являются запросами в первоначально определенном виде, при этом такие «ключевики» нельзя даже склонять. К разбавленным вхождениям предъявляются не столь строгие требования – их разрешено склонять и разбавлять одним или несколькими дополнительными словами. По тексту ключевые слова необходимо распределять равномерно;
2. SEO-текст должен быть разделен на абзацы, содержащие от 3 до 8 строчек. При этом целесообразно, чтобы каждый абзац содержал законченную мысль и был смысловым;
3. Помимо основного, следует использовать заголовки второго, третьего уровней, поскольку это также оказывает влияние на поисковую выдачу. Заголовок первого уровня – единственный, заголовков второго уровня бывает обычно несколько. В отдельных случаях можно использовать заголовки третьего, четвертого и даже пятого уровней;
4. Для удобства восприятия SEO-текст должен быть структурирован, а для этого в него следует включать списки (маркированные либо нумерованные);
5. В SEO-тексте следует применять так называемые перелинковки, то есть внутренние ссылки, ведущие на прочие страницы ресурса. Это необходимо, чтобы посетитель сайта побыстрее отыскал нужные ему сведения. Также благодаря поведенческому фактору улучшится поисковая выдача, так как количество времени, проведенного пользователем на сайте, говорит об его качестве;

6. Уникальность – один из наиболее важных параметров SEO-текста. Если он не уникален, то поисковая система может посчитать его плагиатом. В таком случае либо он не поднимется высоко в выдаче, либо его забанят. Именно по этой причине уникальности придают столь большое значение;
7. SEO-текст нужно писать грамотно, так читать его будут люди, а не роботы. Именно поэтому ошибки (грамматические, пунктуационные, стилистические) необходимо исключить;
8. Следует соблюдать оговоренный в техническом задании объем статьи, который в основном определяется тематикой. Кроме того, при определении объема анализируются ресурсы конкурентов.

Кроме того, следует писать метатеги, в которых в обязательном порядке указывать запросы по теме и ключи.

Написание SEO-текстов

Написание SEO-текстов осуществляется в несколько этапов. Рассмотрим основные этапы их написания:

1. Собирается семантическое ядро, то есть данные, которые позволят оптимизировать странички сайта. Оно представляет собой определенный набор слов (их сочетаний), которые с высокой точностью отвечают теме сайта. Именно от такого ядра зависит место вашего сайта в поиске. Необходимо, чтобы его состав с максимальной точностью соответствовал запросам читателей и их предпочтениям. Чтобы грамотно собрать семантическое ядро, необходимо тщательно изучить тему, проанализировать запросы, а также подобрать ключевые слова;
2. Подбор ключей. Определив, какой будет тема страницы либо всего сайта, используя сервис Wordstat, подбираем основные ключевые слова, которые планируется использовать в тексте. На примере Wordstat рассмотрим действия, которые необходимо совершить. После открытия сайта в строку поиска вбиваем основные тематические слова. Появляются 2 колонки со схожими «ключевиками». Слева отображаются основные формы и варианты ключевых слов, справа – вариации схожих запросов. Выбираем «ключевики» с наибольшим количеством запросов за период;
3. Ищем LSI-запросы – слова, наиболее часто встречающиеся в текстах конкурентов. По ним поисковая система проводит оценку релевантности текста. Обычно LSI-слова можно встретить в текстах информационной направленности. Когда семантика собрана, следует определить, какой будет план текста. Один абзац должен освещать тему статьи либо предлагать то, как решить проблему. К числу наиболее популярных форматов SEO-оптимизированных текстов

можно отнести предложение оказания услуг, проблема и варианты ее решения, справки, различные руководства, озвучка.

Обычно небольшие SEO-тексты коммерческого характера имеют следующую схему:

- Вводная часть, занимающая не более одного абзаца (не больше 500 символов);
- Подзаголовок № 1, который, как правило, включает два абзаца. В нем обычно описывается проблема;
- Подзаголовок №2, также включающий два абзаца. Он содержит варианты решения проблемы;
- Итог. В этой части указываются контактные данные, условия сотрудничества, включая доставку и оплату. Его размер обычно – не более одного абзаца.

4. Написание статьи. После того, как информации получена и составлена структура статьи, приступают к написанию текста. В него целесообразно включить разные таблицы. Чтобы текст не был монотонным, предложения должны иметь различную длину. Дабы привлечь внимание читателя, выделяйте смысловые блоки и делайте на них акценты. Каждые пять-семь абзацев разделяйте подзаголовками второго уровня;
5. В конце тщательно проверьте статью, чтобы она не содержала ошибок. При необходимости добавьте картинки по теме.

Теперь вы знаете, **что такое SEO-текст**, основные требования к нему, а также порядок написания. Приступайте к работе.

100

<https://text.ru/antiplagiat/668d0f4f03b53>