

*Г.Б.Коміренко, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка*

*Г.Ю. Есаулова, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка*

*О.С. Шепітько, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка*

## **ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПОШУКОВОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ САЙТУ**

Коміренко Г.Б., Есаулова Г.Ю., Шепітько О.С.

Про деякі аспекти пошукової оптимізації сайту

В статті проаналізовано значення таких параметрів, як: обсяг тексту на сторінці, число ключових слів на сторінці, структура і навігація сайту, а також тега Title, мета-тегів Description і Keywords для оптимізації сайту під пошукові системи.

Ключові слова: сайт, оптимізація, пошукові системи.

Комиренко Г.Б., Эсаулова А.Ю., Шепитько О.С.

О некоторых аспектах поисковой оптимизации сайта

В статье проанализированы значения таких параметров, как: объем текста на странице, число ключевых слов на странице, структура и навигация сайта, а также тега Title, мета-тегов Description и Keywords для оптимизации сайта под поисковые системы.

Ключевые слова: сайт, оптимизация, поисковые системы.

Просування (розкручування) сайту – це комплекс різних заходів, які, передусім, спрямовані на зростання відвідуваності сайту, тобто збільшення потоку цільової аудиторії, потенційно зацікавленої або вже готової до придбання продукції або послуг, пропонованих на сайті. У список основних складових цього поняття входять: 1) оптимізація сайту для пошукових систем (пошукова оптимізація), 2) реєстрація в каталогах і рейтингах, 3) обмін посиланнями, 4) використання банерної і контекстної реклами тощо [1; 4].

Розглянемо детальніше першу складову, адже пошукова оптимізація сайту – один з найбільш ефективних способів просування ресурсу в Інтернет. Від її ефективності більш ніж на 50 % залежить вдале розкриття веб-ресурсу. Витрати на неї співставні з витратами на інші види просування, проте пошукова оптимізація значно виграє в співвідношенні витрати / результат / тривалість ефекту. Крім того, понад 80 % відвідувачів сайту приходять з пошукових систем, причому 99 % відвідувачів дають такі пошукові системи, як: Google, Yandex, Rambler, MSN, Yahoo, META. Найбільшими пошуковими системами Укрнета і Роснета є Google (дає 59,22 % і 25,71 % відвідувачів відповідно) і Yandex (15,15 % і 48,66 %). Тому для залучення потенційних клієнтів з України і Росії саме під них потрібно оптимізувати сайти [4].

Оптимізація сайту має низку особливостей, а саме:

- роботи з оптимізації виконуються з програмним кодом сайту і практично не видні користувачеві, за винятком деяких тегів і змін структури сайту;
- результати проведеної оптимізації видно після деякого часу (1–1,5 міс.), який безпосередньо залежить від швидкості оновлення баз пошукових машин, оскільки зміни, внесені на сайті повинні бути "побачені" пошуковими машинами [2].

Оптимізація сайту включає оптимальне поєднання таких параметрів, як: обсяг тексту на сторінці, число ключових слів на сторінці, структура і навігація сайту, значення тега Title, мета-тегів Description і Keywords [1; 3]. Про ці параметри і піде мова в цій статті.

*Обсяг тексту на сторінці.* Пошукові системи більш цінують сайти, насичені інформаційним вмістом. Слід прагнути до збільшення текстового наповнення сайту не тільки заради пошукових систем, а найголовніше, для відвідувачів сайту. Оптимальні сторінки, що містять 400-2500 слів або 5-25 Кб тексту. Збільшення видимості сторінки завдяки великій кількості тексту на

сторінці відбувається також за рахунок унікальних пошукових фраз, що може давати додатковий приток відвідувачів на сайт [4].

*Число ключових слів (фраз) на сторінці.* Вибір ключових слів є одним з найважливіших етапів оптимізації сайту під пошукові системи. Правильно підібрані ключові слова допоможуть користувачам легко знаходити сторінки сайту, а також підвищать їх позицію в результатах видачі за запитом. Зараз йде тенденція до оптимізації сторінок більше під ключові фрази, чим під окремі слова. Це пов'язано з підвищенням рівня інтернет-користувачів, які для уточнення пошукових запитів з ключових слів за допомогою службових символів будують ключові фрази, що значно підвищують релевантність результатів пошуку. Найкращі результати спостерігаються, якщо фраза зустрічається в тексті кілька разів саме як ключова фраза (тобто всі слова разом в тій-же самій послідовності), а крім того, слова з ключової фрази зустрічаються в тексті кілька разів окремо.

Щільність ключового слова на сторінці визначається частотою вмісту слова в тексті сторінки. Вона вимірюється у відсотках. Наприклад, якщо ключове слово повторюється 5 разів на сторінці, яка містить 100 слів, то щільність цього слова дорівнює 5 %. Щільність нижче 5 % приведе до того, що пошукова система не надаватиме належної уваги цьому слову. Занадто висока щільність здатна включити спам-фільтр пошукової системи (тобто рейтинг сторінки буде штучно занижений в результатах видачі пошуку із-за надмірного вживання ключової фрази або слова). Оптимальною вважається щільність ключового слова 5–7 %. Причому необхідно враховувати, що чим ближче до початку документа перебуває слово або фраза, тим більшу вагу воно має для пошукової машини. Ключові слова або фраза в тексті внутрішніх посилань також додають деяке (невелике) значення внутрішнім сторінкам сайту. При цьому слід пам'ятати, що кожен сторінку потрібно оптимізувати під конкретну ключову фразу [1; 2].

*Структура і навігація сайту.* При організації сайту необхідно уникати підкаталогів. Якщо сайт має невелику кількість сторінок (до 20-ти), то їх треба

розташувати в кореновому каталозі. Для пошукової системи такі сторінки найбільш важливі.

Необхідно приділити найбільшу увагу головній сторінці, адже саме вона має найбільше шансів потрапити на високі місця в пошукових системах. Також слід враховувати, що для пошукових машин найбільш цінною є верхня частина сторінки. Тому треба уникати чисто графічних заголовків сторінок. Рекомендується комбінувати графічне зображення з простим текстом.

Сайт, як правило, має систему навігації, якість і зручність якої безпосередньо залежить від того, наскільки ясною і продуманою є його логічна структура. Правильно вибрана навігація сайту дає низку переваг веб-ресурсу, як перед пошуковими системами, так і перед відвідувачами сайту. Для пошукових систем правильна навігація дає можливість швидше і якісно проіндексувати сайт і внести його дані до пошукової бази (пошуковий робот індексує сайт переходячи за посиланнями сайту). Посилання сайту грають важливу роль в оптимізації сайту під пошукові запити. Для пошукових систем вони є своєрідними якорями, від яких вони відштовхуються і переходять до інших розділів або сторінок, тематично пов'язаних з цим посиланням.

Текстові і графічні посилання враховуються в побудові ключових запитів для сторінок сайту, їх значення сприймається пошуковими системами як ключові фрази на сайті. Текстові посилання повинні бути короткими і нести максимальне смислове значення як для відвідувача сайту, так і для пошукових систем. Для оптимізації посилання рекомендується використовувати атрибут Title тега <A>. Цей атрибут містить опис цього посилання і створює спливаючу підказку. Його необхідно також постачити ключовими словами.

Елементи навігація, що реалізовується у вигляді графічних зображень (графічні посилання), не мають смислового значення для пошукової системи, якщо вони неоптимізовані та не забезпечені змістовними і коректними тегами Alt. Оптимізація графічних посилань дає неабиякий приріст відвідувачів і підняття позицій за ключовими словами в пошукових системах.

Статичні сайти при відвідуваннях пошукового робота мають перевагу перед сайтами з динамічним ядром, тому що легко і швидко індексуються. Якщо сайт динамічний, то необхідно створити карту сайту або продублювати навігацію на HTML. Не можна розташовувати посилання, як внутрішні, так і зовнішні, усередині скриптів, адже пошукові машини не уміють читати скрипти і сторінка, посилання на яку розташоване всередині скрипта, залишиться для пошукового робота невідомою [3; 4].

*Тег заголовка сторінки Title.* Бажано, щоб тег Title, вміст якого є найважливішим чинником, що враховується при розрахунку релевантності сторінки, був розміщений якомога ближче до початку сторінки. Головне правило при оптимізації тегів заголовків сторінок полягає в тому, що кожна сторінка повинна мати свій унікальний Title. Адже слова, вказані в тегах Title, відображаються у вигляді посилання на сторінці результатів пошуку, натиснувши на яке, користувачі переходять з пошукової системи на сторінку сайту. Тому вміст тега заголовка сторінки повинен бути ємким і інформативним.

Оптимальна довжина вмісту тега – до 80 символів. Довший текст заголовка не тільки не несе користі для відвідувача сайту, оскільки виходить за видиму область вікна браузера, але і може бути сприйнятий пошуковою машиною як спам.

Ключові слова необхідно писати на самому початку заголовка і старатися їх не повторювати. Іноді дублювання ключових слів все ж таки допускається за умови, що елементи фрази, що повторюються, не йтимуть один за одним.

Таким чином, по значущості для визначення позиції сторінки в результатах пошуку тег Title грає найважливішу роль безпосередньо після оптимізації вмісту самої сторінки [1; 3].

*Мета-тег опису сторінки Description.* Вмістом мета-тега є короткий опис сторінки сайту, яке відображається в результатах пошуку відразу після тега заголовка сторінки Title. Ставлення пошукових систем до даного тега різне: деякі аналізують вміст цього тега і враховують наявність в ньому ключових

слів при розрахунку релевантності сторінки, інші – ні. Але, щоб не упустити навіть щонайменшу можливість підвищити рейтинг сайту, заповнювати цей тег потрібно завжди. При цьому найбільш важливі ключові слова треба розташовувати якомога ближче один до одного, але не поруч.

Досить часто тег Description заповнюється текстовою послідовністю, яка складається тільки з ключових слів. Необхідно уникати подібної надмірності і прагнути формувати зміст описового тега у вигляді правильного читабельного речення. Крім того, треба не забувати про те, що ключові слова, під які оптимізується як мета-тег Description, так і інші елементи HTML-коду, обов'язково повинні з відповідною частотою зустрічатися безпосередньо в тексті сторінки.

Для кожної сторінки бажано складати власний текст тега опису з урахуванням тих ключових слів, під які вона оптимізується.

Пошукові системи встановлюють різні норми по обмеженню довжини цього тега і залежно від цього сприймають лише задану кількість символів. Оптимальна довжина оптимізованого тега опису не повинна перевищувати 150 символів.

Таким чином, основна функція тега опису сторінки – попереднє інформування користувача про те, чому присвячена сторінка, видана в результатах пошуку. Тому текст тега повинен бути коротким, ясным, не носити яскраво вираженого рекламного характеру, оскільки найчастіше саме за цією інформацією користувач вирішує, переходити на дану сторінку або ні [3; 4].

*Мета-тег ключових слів Keywords.* З самого початку мета-тег Keywords використовувався для полегшення роботи пошукової системи при індексації сайтів. Вебмастер складав список ключових слів, які відображали тематику сайту, а робот, індексуючи його, збирав не тільки текст сторінки, але і вміст тега. При оцінці релевантності сторінок, більшу вагу, і, відповідно, вищу позицію в результатах пошуку, одержувала та сторінка, тег якої містив запрошене слово. Сьогодні ж намітилася тенденція цілковитої відмови пошукових систем від аналізу вмісту цього тега. Однак заповнювати тег

ключовими словами все-таки рекомендується. Додавати в тег Keywords потрібно лише ті ключові слова, які реально присутні на сторінці. При цьому не варто повторювати слова два і більше разів, записувати слова в множині. Послідовність ключових слів складається по мірі важливості в порядку убутання. Слова з малої літери не треба дублювати словами з великої, за винятком аббревіатур, особистих імен, назв компаній, торгових марок тощо. Зазвичай, послідовність ключових слів включає не більше 250 символів, а надлишкові символи просто не враховуються пошуковими системами.

Правило оптимального включення ключової фрази в теги можна сформулювати так: необхідно використовувати один раз ключову фразу в тегах Title, один-два рази (але не більше) помістити її в тег опису Description, декілька варіацій або версій ключової фрази включити в тег ключових слів Keywords.

Дуже важливо, щоб теги Title, Description і Keywords розташовувалися в один рядок без розривів і перенесень рядка. Звичайна практика розміщення тегів в окремих рядках часто призводить до ускладнень в роботі роботів при читанні тегів [2; 3].

Таким чином, при створенні сайту і проведенні заходів щодо його оптимізації необхідні: 1) ретельний аналіз структури і текстового наповнення кожної сторінки і сайту в цілому; 2) оптимізація кожної сторінки під 1-2 ключових фрази, які чітко відповідають її тематиці; 3) організація внутрішніх посилань; 3) оптимізація програмного коду сторінок (додавання і редагування тега Title, мета-тегів Description, Keywords) тощо. Час, витрачений на це, окупиться досягненням високих позицій сайту в результатах пошуку.

## Література

1. **Ашманов И.**, Иванов А. Продвижение сайта в поисковых системах. – Издательство: Вильямс, 2008. – 400 с.

2. **Зуев М.Б.**, Маурис П.А., Прокофьев А.Г. Продвижение сайтов в поисковых системах. Спасательный круг для малого бизнеса.— Бином. Лаборатория знаний, 2007. – 304 с.

3. **Зуенок Т.** Эффективные теги для оптимизации сайта // <http://promo.webcom.by>

4. **Основы** оптимизации сайта // <http://www.prsiterun.com/opt.html>

Komirenko G.B., Esaulova G.Y., Shepitko O.S.

About some aspects of the site searching optimization

The meaning of such parameters, as: text volume on the page, number of key words on the page, structure and navigation of sites, and also tags Title, meta-tags Description and Key words for site optimization for the searching systems are analyzed in the article.

Key words: site, optimization, searching systems.

Відомості про авторів

*Коміренко Галина Борисівна* – завідувач відділу комп'ютерної поліграфії та дизайну Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Основні наукові інтереси зосереджені навколо проблематики використання інформаційних технологій в освітній та науковій діяльності вишів.

*Есаулова Ганна Юріївна* – провідний інженер-програміст відділу комп'ютерної поліграфії та дизайну Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Основні наукові інтереси зосереджені навколо проблематики використання інформаційних технологій в підготовці фахівців з документознавства.

*Шепітько Оксана Сергіївна* – провідний інженер-програміст відділу комп'ютерної поліграфії та дизайну Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Основні наукові інтереси зосереджені навколо проблематики створення сайтів за допомогою візуальних редакторів.