

Севостьянов И. О.

Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. 3-е изд. — СПб.: Питер, 2016. — 272 е.: ил. — (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

ОГЛАВЛЕНИЕ

Благодарности.	6
Предисловие автора к третьему изданию.	7
Введение.	8
Кто мы такие.	8
О чем эта книга.	8
Для кого эта книга.	9
Что нового в книге.	9
Онлайн-приложение к книге.	10
Почему так важно иметь цель.	10
Практикум. Ставим цель (или цели).	12
Ваш клиент. Кто он?.	12
Стиль изложения.	13
Глава 1. Подготовительный этап.	14
Анализ бизнеса и определение конкурентных преимуществ.	14
Анализ удобства (юзабилити) сайта.	17
Анализ качества обработки заявок с сайта.	34
Разработка сайта для последующего продвижения.	42
Глава 2. Анализ спроса на товары (услуги) сайта среди аудитории поисковых систем.	56
Что такое семантическое ядро.	57
Где применяется семантическое ядро.	59
Шаг 1. Сбор ядра запросов. Методика формирования семантического ядра.	59
Шаг 2. Составление списка соответствия.	74
Шаг 3. Составление задания для копирайтера.	79
Практикум.	80
Глава 3. Анализ конкуренции и конкурентов.	81
Первый метод. Изучение топ-10 поисковой выдачи по «жирным» запросам.	82
Второй метод. Анализ конкурентов «чужими руками».	83
Третий метод. Анализ конкурентов с целью определения сложности и стоимости продвижения по запросам.	83

Четвертый метод. Оценка и анализ конкурентов по коммерческим факторам.	84
Кейс: как сделать дизайн сайта, проанализировав конкурентов	87
Практикум. Смотрим конкурентам в лицо	88
Глава 4. Текстовая составляющая сайта (контент).	90
Что такое контент.	90
Что такое SEO-копирайтинг.	90
В чем специфика текстов для сайтов	91
Почему так важен контент.	91
Чем наполнить сайт.	94
«Метод вопросов» при анализе контента	96
Контент-анализ сайта и составление списка соответствия.	98
Развитие сайта в плане контента	103
Практикум.	105
Ошибки в текстах с точки зрения SEO.	107
Приемы написания качественных текстов.	114
Глава 5. Оптимизация сайта под поисковые системы.	125
SEO-аудит сайта	125
Виды и специфика проведения аудитов сайта.	145
Глава 6. Работа со структурой сайта: анализ, оптимизация.	156
Оптимизация URL документов сайта	156
Создание карты сайта	157
Внутреннее ссылочное ранжирование.	159
Разнесение на поддомены	167
Обеспечение трехкличевой структуры сайта	167
Как настроить перелинковку на сайте для получения максимального результата.	168
Глава 7. Технический аудит сайта.	185
Что такое технический аудит сайта	185
Примерный чек-лист для технического аудита	186
Полезный софт для автоматизации аудита	197
Организация бэкапов сайта.	198
Случаи из практики.	198
Чек-лист по техническому аудиту для читателей книги.	199
Глава 8. Работа с внешними ссылками.	200
Способ первый. Ссылочные статьи.	200
Способ второй. Платные ссылки	203
Способ третий. Ссылки из социальных сетей.	208

Чек-лист по ссылкам для читателей	210
Построение ЕСП для сайта	210
Глава 9. Коммерческие факторы ранжирования.	221
Многообразие коммерческих факторов. С чем имеем дело	221
Основные факторы коммерческого алгоритма «Версия "Яндекса"» от 2013 года.	222
Коммерческие факторы, явно не обозначенные «Яндексом».	234
Резюме.	235
Глава 10. Поведенческие факторы ранжирования сайтов.	236
Результаты от накрутки ПФ.	237
Как улучшить пользовательские факторы	238
Естественное улучшение ПФ. Исследуем поведение.	240
«Яндекс.Метрика» и карта кликов	243
Просмотр видео взаимодействия пользователей со страницами сайта.	243
Практикум.	244
Глава 11. Ассессорские факторы ранжирования сайта.	246
Кто такие ассессоры.	246
Как работают ассессоры.	246
Шкала релевантности.	248
Для чего используются оценки ассессоров.	248
Насколько точны оценки ассессоров	249
Как поисковик ищет хорошие сайты.	249
Оценки ассессоров: высокие, средние и низкие.	250
Признаки высокого качества (по мнению ассессоров и обычных людей).	253
Признаки низкого качества (по мнению ассессоров и живых людей).	258
Резюме. Над чем нужно работать.	264
Чек-лист по ассессорской оценке сайта	264
Заключение.	265
Приложение. Словарь терминов и понятий.	266