

Кажарнович В. Ф.

SEO на результат: простые и понятные методы продвижения в интернете. — СПб.: Питер, 2018. — 320 с.: ил.

Содержание

Искренне благодарю!..... 8

Введение..... 9

Часть I. Внутренняя оптимизация сайта

Глава 1. Создание семантического ядра.....14

Анализ запросов, под которые продвигаются конкуренты..... 18

Какие бывают запросы, чем различаются, какие выбирать..... 19

Кластеризация ключевых фраз и распределение
по страницам сайта.....21

Глава 2. Метатеги – наше все!.....30

Анализ сайтов конкурентов по внутренним факторам..... 30

Делаем выводы из анализа конкурентов.....36

Работа с метатегами.....37

Общие принципы составления метатегов.....38

Алгоритм работы с метатегами.....39

Оптимизация title..... 41

Как написать правильный title.....42

Оптимизация description..... 43

Как написать правильный description.....44

Оптимизация keywords..... 45

Работа с заголовками и подзаголовками.....46

Как делать не надо, когда вы оптимизируете метатеги..... 47

Глава 3. Текстовая оптимизация.....48

Анализ текстовых факторов конкурентов..... 48

Несколько слов об уникальности..... 51

Формирование технического задания для копирайтера..... 51

Как не ошибиться в текстовой оптимизации.....54

Как сделать текст читабельным и избавить пользователей
от ступора.....55

Глава 4. Увеличение посещаемости в десять раз.....	57
Шаблоны метатегов для крупных интернет-магазинов.....	57
Что дает такое внедрение.....	58
Алгоритм разработки шаблонов метатегов.....	58
Использование информационных запросов для SEO.....	60
Что такое низкочастотный хвост.....	62
Под какие запросы продвигать главную страницу.....	62
Глава 5. Подготовка сайта к продвижению.....	65
Что такое техническая оптимизация сайта.....	65
Какая CMS оптимальна для технических работ.....	66
Бесплатные CMS.....	67
Платные CMS.....	68
Разбор наиболее частых технических проблем.....	69
Глава 6. Регистрация в сервисах аналитики.....	71
Добавление счетчиков.....	71
Установка извещений о проблемах.....	74
Учет целей.....	75
Добавление сайта в кабинеты веб-мастеров.....	77
Сервисы по сбору позиций.....	78
Глава 7. Техническая оптимизация сайта.....	80
Пара слов о ЧПУ.....	80
Скорость загрузки сайта.....	82
Определение битых ссылок.....	84
Дубли страниц.....	85
Валидность HTML-кода.....	86
Ошибка 404.....	86
Глава 8. Служебные файлы.....	89
Что за зверь - FTP.....	89
Пара слов о robots.txt.....	92
Создание sitemap.xml.....	95
Определение главного зеркала и загрузка .htaccess.....	96

Часть II. Внешняя оптимизация

Глава 9. Продвижение сайта на внешних ресурсах.....	100
Ссылочная масса сайта.....	101
Что такое доноры, ссылочный вес, акцепторы.....	101
Виды внешних ссылок.....	107
Глава 10. Анализ ссылочной массы конкурентов.....	110
Критерии, по которым ссылочную массу можно считать некачественной.....	114
Разработка стратегии прироста ссылочной массы.....	116
Правильная ссылочная масса.....	120
Глава 11. Процесс покупки ссылок.....	123
Биржи ссылок.....	123
Отбор ссылок.....	125
Автоматизация анализа доноров.....	129
Условно бесплатные способы прироста ссылочной массы.....	130
Добавьте сайт в Яндекс.Справочник и Google Place.....	130
Глава 12. Социальные сети в продвижении сайта.....	133
Социальные сигналы из чужих групп.....	134
Работа с чужими группами в социальных сетях.....	137
Работа с отзывами.....	143
Пример работы с негативными отзывами о строительной компании.....	145

Часть III. Секреты успешности вашего сайта

Глава 13. Поведенческие факторы ранжирования.....	148
Показатель отказов.....	148
Время на сайте.....	151
Глубина просмотра.....	152
Возврат к результатам выдачи.....	153
Возврат на сайт из закладок браузеров.....	153
Кликабельность сниппета в результатах поисковой выдачи.....	154
Улучшаем поведенческие факторы ранжирования.....	159
Накрутка поведенческих факторов.....	163

Глава 14. Коммерческие факторы ранжирования.....	165
Контактная информация.....	165
Интеграция с социальными сетями.....	172
Ассортимент и отображение товаров.....	174
Функциональные модули сайта.....	177
Глава 15. Улучшаем сайт – увеличиваем продажи.....	179
Анализ поведения пользователей.....	181
Анализ технических особенностей, дизайна и юзабилити.....	181
Собираем все в кучу и делаем выводы.....	184
Ошибки, которые убивают юзабилити.....	185
Неуказание цены товара.....	193
Глава 16. Особенности работы с поисковыми системами.....	199
Особенности работы с Яндексом.....	199
Особенности работы с Google.....	205
Глава 17. SEOhак. Фишки, про которые вам никто не расскажет....	210
Ведение лога проекта по SEO.....	210
Эксперименты в SEO.....	213
Часть IV. Маркетинг и взаимодействие с подрядчиками	
Глава 18. Маркетинговая стратегия компании. Почему одного SEO недостаточно.....	216
Работа с конверсией.....	216
«Дожим» посетителей и стимулирование повторных продаж ...	233
Глава 19. Разработка сайта. Зачем консультация сеошника, на что обращать внимание.....	241
SEO и дизайн.....	241
SEO и программирование.....	242
SEO и контент.....	244
Глава 20. Как понять, что делают агентства, почему так дорого и на каком языке с ними разговаривать.....	246

Полезные бонусы, без которых никак...

Сервисы для автоматизации работы SEO-специалиста.....	268
Linkpad.ru.....	268
Сервисы для снятия позиций.....	273
Сервисы для кластеризации.....	279
Coolakov.....	282
Биржи контента.....	283
Где взять тексты?.....	283
Фильтры поисковых систем.....	288
Фильтры Яндекса.....	288
Причины наложения фильтра.....	292
Словарь терминов.....	308
SEO-требования при разработке сайта.....	318
Требования к системе CMS.....	318
Требования к содержанию (контенту) страниц сайта.....	318
Требования к структуре URL-адресов и сайта.....	319
Требования к навигации.....	319
Требования к обработчику ответа сервера.....	319
Требования к файлу robots.txt.....	320
Требования к XML-карте сайта.....	320