

ВВЕДЕНИЕ

В книге речь будет идти в основном о том, как сделать сайт на CMS движке WordPress, который скачивается бесплатно с сайта <https://ru.wordpress.org/> и устанавливается на выбранный вами локальный или внешний хостинг. Материал книги составлен на основе обширной русскоязычной справки самого WordPress, подробных уроков Михаила Русакова, Александра Борисова, Романа Ваховского, Сергея Кобзарь, Дмитрия Дементий, Данилина, Евгения Вергуса, Грачевского и личного опыта автора. Подробные ссылки на статьи многих других авторов даны по ходу текста руководства и в приложении к книге. (июль 2018 – январь 2020).

Что такое сайт?

Прежде чем браться за создание сайта, надо чтобы в вашей голове создалось чёткое понимание что такое сайт и зачем он нужен. Есть такая поговорка: «Ясно мыслю – ясно излагаю, хорошо творю». Позволим себе небольшое отступление для новичков. Гуру это не надо. Они и так уже давно всё знают. Так вот, бродя по страницам интернета в поисках ответа на вопрос «Как создать сайт новичку?» вы, наверное, встречали много предложений и уверений что это очень легко, особенно если пользоваться готовыми конструкторами или CMS движками с интуитивно понятным интерфейсом и что с этим справиться даже школьник. Посмею разочаровать вас. Это совсем не так. Проведём небольшую аналогию.

Сайт – это место вашего проживания на бескрайних просторах интернета, своего рода дом, в котором вы живёте, что-то творите и принимаете гостей. Чтобы и вам и гостям приятно было быть в этом доме, он должен быть достаточно просторным, достаточно комфортным, много функциональным и главное информативным. Если у вас есть деньги вы можете просмотреть много предложений, выбрать и купить себе дом по вашему вкусу. Но у новичка пока нет таких денег и он решается построить такой дом-сайт сам, используя готовые конструкторские блоки. Как вы думаете: «Что построит школьник?» Правильно – дом, похожий или на скворечник, или на теремок, или на избушку на курьих ножках. Взрослый, повозившись, сможет построить небольшой одноэтажный дом, который может развалиться уже при первых толчках землетрясения. Чтобы построить небоскрёб необходимо поручить это бригаде, в которой есть архитектор, отвечающий за прочность и внутреннюю структуру здания, дизайнер, который отвечает за привлекательный внешний вид и комфорт внутренних помещений, ну, и саму строительную бригаду, с бульдозером, подъёмным краном, строительным материалом и т.д. Всеми выше изложенному можно придумать аналогию с конструкцией и содержанием сайта – будет ли он похож на скворечник, на барак (многие уже не знают что это такое), на загородный коттедж или на какой-нибудь Lux building.



ВРЕМЯ И НАВЫК

Картинки взяты с: <https://yandex.kz/images/>, Oboi.ws, Infourok.ru

Если вы новичок, не питайте особых иллюзий относительно ваших возможностей. Процесс создания хорошо функционирующего сайта не такой уж сложный, как кажется на первый взгляд многим новичкам, но и не очень простой. Конечно он потребует большого упорства и определённых навыков, которые вы приобретёте только со временем. Но самое главное – это найти хорошего наставника или хотя бы хорошее **руководство по сайтостроению!**

Безусловно, в Интернете есть большое количество бесплатных книг и видеороликов, вот только вопрос – на чём остановиться? Перебирая всё их многообразие, вы можете потратить столько времени, что вскоре забудете о своей конечной цели.

Если вы ищете дополнительные курсы – не тратьте понапрасну своё драгоценное время, блуждая по бескрайним просторам интернета. Всё это вы можете освоить, подчёрпнув знания в прекрасных, проверенных временем и десятками тысяч пользователей, бесплатных и платных Видеокурсах от известных профессионалов. Сравните их с данным руководством и сделайте свой выбор.

Приобретя эти курсы вы:

1. Избавитесь от информационного хаоса в вашей голове.
2. Вы получите чёткий и пошаговый план действий.
3. Вы определитесь с выбором тематики для вашего сайта/блога.
4. Вы узнаете о всех инструментах и сервисах для создания сайта/блога.
5. Вы узнаете, как правильно и что нужно писать в блог.
6. Вы узнаете, как поручить работу по написанию статей другим людям.
7. Вы узнаете, как продвигаются сайты в поисковых системах.
8. Вы узнаете несколько десятков способов заработка на сайтах/блогах
9. Вы узнаете, как сделать первые и правильные шаги в блогведении.
10. И, наконец, у вас УЖЕ будет свой собственный хорошо функционирующий сайт/блог.

Купив платные курсы и изучив их, вы не только научитесь создавать прекрасные сайты, но также сможете заключить с их авторами Партнёрские соглашения, и, рекламируя их курсы на своём сайте, получать комиссию 30-45% (в среднем ~2000 руб.). Две-три сделки, и вы уже с лихвой окупите свои затраты.

Евгений Попов:

Бесплатные промокурсы:

- [Мини-курс «WordPress.Базовый»](#)
- [мини-курс «Wordpress.Домен и хостинг»](#)

Основы коммерческого веб-дизайна:

- [Продающий лендинг](#)
- [Укороченный лендинг](#)
- [Ссылка на оформление заказа](#)

[45 видео курсов по цифровой обработке фото и видео материалов](#)

Михаил Русаков:

- [WordPress 5 с Нуля до Гургу](#)
- [Видеокурс по созданию сайтов на WordPress 5](#)
- [Вёрстка сайта с нуля](#)
- [Бесплатные уроки по созданию Интернет-магазина с нуля](#)
- [Создание и раскрутка сайта от А до Я](#)
- [Заработок на создании сайтов под заказ](#)

[Александр Борисов:](#)

- [3-х дневный интенсив по созданию блога](#)
- [2-х дневный вебинар - Как создать свой тренинг и продать его в сети](#)
- [InnovationBro - система дистанционного обучения пользователей](#)
- [Видеокурс "КИБЕР-БЛОГГЕР" \(электронная версия\)](#)
- [ОрдерБро - скрипт приема оплаты и партнерской программы](#)
- [Школа интернет-бизнеса Александра Борисова](#)
- [Видеокурс - "Тотальная защита Wordpress" \(электронная версия\)](#)

- [Видеокурс "ТОП-10 прибыльных интернет профессий"](#)
- [Видеокурс - "Качественное видео в блог за час" \(Электронная версия\)](#)

Василий Блинов <https://iklife.ru/> – Курс по WordPress, (частично бесплатный) и огромное количество статей, разбитых по категориям (нашёл уже после издания данного руководства).

Андрей Бернадский <https://webformyself.com/>

Трепачёв Д.П. <http://phphtml.net/>

Лучшие хостинги

Если вы уже твёрдо решили создать свой сайт (блог), то рано или поздно перед вами встанет вопрос – как и где разместить свой сайт на хостинге?

Помните! *Правильно выбранный хороший хостинг - это будущее Ваших сайтов*

Мы предлагаем вам лучшие российские хостинги по рейтингу на январь 2019 года. [Данные](https://ru.hostings.info/hostings/rating/affiliate-program#downtext) взяты с сайта <https://ru.hostings.info/hostings/rating/affiliate-program#downtext>

Хостинг	Кол-во клиентов
MotoCMS.com	Клиентов: 6400000
REG.RU	Клиентов: 1600000
Timeweb.com	Клиентов: 150000
Beget.ru	Клиентов: 150000
HTS.ru	Клиентов: 80000

С ориентировочными расценками и льготами вы можете ознакомиться заранее, перейдя по очереди на каждый из них, щёлкнув по нему левой кнопкой мыши. Также вы сможете создавать сайты непосредственно сразу, с уже предустановленным одним из конструкторов сайтов или CMS движком (в том числе и WordPress).

За среднюю по рынку цену вы получаете качественные услуги хостинга и отзывчивую техническую поддержку, помогающую решить возникающие проблемы.

На всех упомянутых выше хостингах, не нужно думать о том, как установить CMS движок, не нужно заходить на официальный сайт WordPress и скачивать архив с CMS. А далее распаковывать его вручную на хостинге. Многие хостеры автоматизировали этот процесс. При создании своего нового сайта, Вы просто выбираете в списке движок WordPress или любой другой конструктор сайтов, и он сам устанавливается в директорию сайта только по одному щелчку кнопки мыши.

1PS.RU А если у вас нет времени или желания разбираться с множеством нюансов настроек рекламных кампаний в Яндексe, Google и в соцсетях, созданием, аудитом и продвижением сайтов, и пр., тогда [получите помощь профессионалов](#) от 1PS!

Как сделать сайт на WordPress на Бегет, пошагово расписано в статьях по ссылкам:

<http://inetsovety.ru/kak-sozdat-sayt-na-hostinge-beget/>

<https://WordPressmania.ru/sozдание-sayta-na-WordPress/>

«Всё это хорошо. Но ведь с чего-то надо начинать!» – скажете Вы. И будете абсолютно правы. Начнём с изучения алгоритма создания сайта и сравнения возможностей конструкторов сайтов и CMS движков.

Алгоритм создания сайта на WordPress

Вот обязательные пункты, которые отделяют вас от готового и хорошо функционирующего проекта:

1. Определение, зачем вам нужен сайт и выбор тематического направления.
2. Изучение данной (или иной) инструкции по созданию сайта новичком с нуля.
3. Создание макета сайта и его дизайна
4. Создание семантического ядра (СЯ). Разработка структуры сайта
5. Подготовка контента (заголовки, тексты, фоны, медиафайлы).
6. Создание почтовых ящиков на Яндексе и Google. Наличие аккаунтов Яндекса и Google позволяет получить доступ ко всем необходимым сервисам.
7. Регистрация и покупка места на удалённом сервере (хостинге).
8. Покупка и регистрация доменного имени. **Подключение доменной почты** вида info@имя_сайта.
9. Установка WordPress на сервер.
10. Выбор и установка темы-шаблона WordPress, адаптивной к ПК и смартфонам
11. Базовые настройки WordPress
12. Подключение основных плагинов, необходимых любому проекту.
13. Установка и настройка Яндекс Метрики
14. Установка и настройка плагина Yoast SEO
15. Установка и настройка плагина Элементор
16. Подготовка сайта к Заполнению контентом (содержанием).
17. Создание страниц.
18. Создание рубрик.
19. Создание записей (постов).
20. Создание карты сайта (блога).
21. Установка Метрики на сайт.
22. Защита сайта от взлома. Резервное копирование сайта.
23. Проверка сайта требованиям SEO.
24. Проверка работоспособности сайта.
25. Проверка адаптивности сайта для ПК и смартфонов.
26. Продвижение молодого сайта в интернете.
27. Монетизация сайта и извлечение прибыли.
28. Установка платёжной системы на сайт.
29. Регистрация сайта в поисковых системах
30. Комплексный аудит сайта

Если вы хотите потренироваться делать сайт бесплатно и не выходя в интернет, на локальном сервере, установленном на вашем компьютере, типа Денвер, то дополнительно нужно:

31. Скачать и установить на компьютере Денвер.
32. Установить WordPress на Денвер
33. Создать и настроить сайт.
34. Перенести сайт на внешний хостинг

Выполнив последовательно шаги 1-30, вы получите работоспособный и оптимизированный сайт.

Не пугайтесь этого списка и не спешите закрывать книгу. Не пройдёт и месяца, как у вас уже будет готовый полнофункциональный сайт. Львиную долю времени у вас конечно отнимут первые четыре пункта, которые никто, кроме вас самих, лучше не сделает. Пункты 5-9, займут у вас всего два-три дня. Пункты 10-12 отнимут у вас ещё один - пару дней. Пункты 13-22 займут у вас ещё неделю (если вы будете следовать инструкции). Дальнейшее продвижение

сайта в интернете у всех занимает примерно полгода и зависит от правильности настроек сайта и от поисковых систем пока они к вам присматриваются. Все расходы отнимут у вас пункты 6 и 7. Они не такие уж большие (минимальные ~115 руб./месяц) и зависят от вашего выбора хостинга и условий предоставления услуг. Об этом мы уже говорили выше.

Совет! Не стоит новичку браться создавать сайт только потому, что это сейчас модно. Ничего путного у вас не выйдет. Чтобы сайт был хорошим он должен стать для вас необходимой потребностью. Вы должны его выстрадать и полюбить ещё до того, как он будет готов.

Удачи вам!

ГЛАВА 1. КОНСТРУКТОР САЙТОВ ИЛИ CMS ДВИЖОК

Для создания сайта новичку, без знания HTML кода, существует большое количество конструкторов сайта и CMS движков.

На вопрос что выбрать – конструктор сайтов или CMS движок – однозначного ответа дать нельзя. Всё зависит от ваших требований к сайту.

Что такое Конструктор сайтов?

Конструктор сайтов или – WYSIWYG конструктор – это онлайн софт, позволяющий самостоятельно разрабатывать веб-сайты в онлайн режиме, не имея каких-либо навыков в PHP, HTML, JavaScript и т. д. Аббревиатура WYSIWYG означает What You See Is What You Get – с английского: “что видишь, то и получишь”. Принцип работы сводится к визуальному передвижению (перетягиванию) элементов сайта так, как это пожелает вебмастер. Прямая аналогия – перетягивание иконок на рабочем столе компьютера с помощью мыши. Такие возможности достигаются задействованием современных drag and drop редакторов – что кардинально упрощает разработку веб сайтов.

Обзор конструкторов сайта дан в <http://www.webbuildersguide.com/best-builders-russia/>

Среди конструкторов сайтов лидером является конструктор Wix.

Wix.

<https://ru.wix.com/> Русская версия

Неспроста именно Wix многие называют лучшим конструктором, поскольку его возможности часто на порядок выше чем у конкурентов. Во многом это обусловлено тем, что этот конструктор сайтов существует с 2006 года и за этот период времени Wix проделал большую работу по совершенствованию своего сервиса и эта работа продолжается и сейчас. Команде Wix удалось создать действительно мощный инструмент для разработки сайтов и при этом не утратить простоту и удобство использования для пользователей. Что очень немало важно на наш взгляд. Wix использует HTML5, имеет один из наиболее совершенных веб редакторов, удобный интерфейс и самый большой выбор веб шаблонов из всех конструкторов сайтов. Все Wix шаблоны разбиты по категориям – выбор категорий также впечатляет. Таким образом можно найти подходящий шаблон почти для каждого: для музыканта, тренера фитнес зала или просто коммерческой компании. Также немаловажно, что эти шаблоны разработаны профессиональными веб дизайнерами и выглядят они соответственно, несмотря на то, что Wix все же является бесплатным конструктором сайтов и все его шаблоны – бесплатные. При этом вы можете сперва выбрать понравившийся шаблон и только потом приступить к регистрации, что также весьма удобно. Старания Wix не остались незамеченными пользователями – на данный момент на этой бесплатной веб платформе построено более 75 миллионов сайтов по всему миру. Wix конструктор сайтов

Преимущества Wix:

- Бесплатный.
- Огромный выбор шаблонов – более 1000 штук, выполненных на HTML5;
- Качество шаблонов – одно из лучших среди конструкторов;
- Наличие полностью адаптивных шаблонов;
- Широкие возможности по редактированию шаблонов;
- Функциональный и интуитивно понятный интерфейс;
- Наличие удобного Drag and Drop редактора;
- Множество готовых решений: Форум, блог, чат, мобильная версия сайта и многое другое; Отличная индексация сайтов поисковыми системами;

- Наличие “SEO-мастера”, позволяющего отдельно настраивать SEO параметры сайта;
- Доступная стоимость платных тарифов;
- Наличие работающих скидочных купонов;
- Большой ассортимент приложений в AppMarket;
- Возможность подгружать свои собственные шаблоны;
- Возможность отдельно настраивать обычную и мобильные версии сайта;
- Возможность перенести Wix сайт на другой хостинг (для платного тарифа);
- Высокий уровень работы технической поддержки.
- Наличие большого количества обучающих материалов и видео-уроков;
- Локализация конструктора на русский язык.

Недостатки Wix:

- Отсутствует возможность редактировать HTML/CSS;
- Разработка интернет магазинов доступна только для платных тарифов.

Вывод: Wix это идеальный вариант для начинающих вебмастеров, а также для тех, кто желает получить бесплатный, функциональный и красивый сайт.

Где найти шаблоны для WIX смотри [в Приложении](#).

Что такое CMS движок?

CMS движок или Content Management System – это система управления контентом (содержимым) сайта.

Большинство сайтов имеют стандартный набор функций и стандартную архитектуру. CMS движки предлагают набор таких стандартных решений, которые используя тот или иной шаблон (своего рода костяк), позволяют создавать различные проекты.

Обзор CMS движков для сайта можно посмотреть [здесь](#):

<http://ktonanovenkogo.ru/seo/dvizhok-dlya-sajta-cms-besplatnye-cms-sistemy-upravleniya-kontentom-sajta.html>

<https://internet-marketings.ru/chto-takoe-cms/>

Доля популярности CMS на мировом рынке по данным <https://webmaster18.ru/pro-cms-WordPress/WordPress-ili-joomla-chto-luchshe/> такова:

- **1-е место:** WordPress – 58,8%
- **2-е место:** CMS Joomla – 6,5%
- **3-е место:** CMS Drupal – 4,8%

WordPress

https://srs.myrusakov.ru/wp?utm_source=Blog.MyRusakov.ru&utm_campaign=wp

Благодаря тому, что «движок» этой CMS допускает подключение внешних модулей, его функциональность в настоящий момент практически ничем не ограничена, что позволяет использовать WordPress для разработки Интернет-ресурсов практически любого типа: от обычных блогов до новостных порталов со сложной структурой.

У WordPress есть масса преимуществ:



1. Огромный выбор расширений именно для WordPress, позволяющие сделать практически любой сайт. Общее число только официальных расширений переваливает за 40 тысяч! И практически все они бесплатные. Для сравнения у той же Joomla меньше 9 тысяч официальных расширений.



2. ОЧЕНЬ простое создание сайтов. Вообще, создание сайта на готовой CMS – дело очень лёгкое и быстрое, но WordPress занял лидирующую позицию в этом вопросе. И эта система по праву считается одной из самых простых в освоении. Тогда как Joomla, занимающая второе место, считается одной из самых сложных систем управления контентом.



3. WordPress – идеальный выбор для блогов и новостных сайтов. А такие сайты сейчас очень популярны в Рунете. Хотя на WordPress можно сделать и любой другой сайт благодаря огромному количеству расширений.



4. WordPress абсолютно бесплатен и у него открытый исходный код. Поэтому знатоки могут без труда создавать свои расширения для этого движка, а также просто править исходный код под свои нужды.



5. WordPress достаточно хорошо оптимизирован под поисковые системы по сравнению с другими движками. Поэтому сайты на WordPress очень часто встречаются на первых строчках результатов поиска по очень конкурентным запросам, а потому обладают очень хорошей посещаемостью.

Конечно у WordPress есть и недостатки, но они легко решаются плагинами, которых у WordPress уже десятки, а то и сотни тысяч.

Заходите на сайты, сравнивайте, выбирайте.

Терминология

Сайт — это специально выделенное место на каком-либо внешнем сервере для хранения той или иной информации и доменное имя (адрес), по которому пользователи смогут найти эту информацию через интернет на данном сервере.

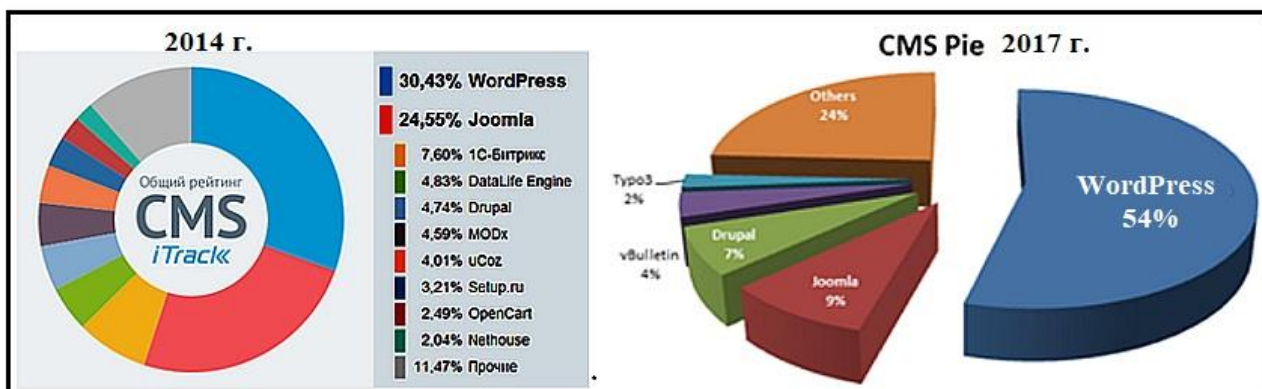
Контент – Содержимое сайта: текст, графика, видео, заголовки, обратная связь и т.д.

Блог – сайт с переменным во времени контентом

Движок сайта ([CMS](#) – это невидимый элемент сайта, который обрабатывает запросы от пользователей и переводит их на запрашиваемые страницы. Это система управления контентом сайта), специальное скриптовое программное обеспечение, позволяющее в полуавтоматическом режиме работать с базами данных и контентным наполнением сайта. Расширяется с помощью дополнительных модулей – плагинов, разделённых по функционалу и назначению.

Это своего рода универсальный [конструктор](#), подобный Lego. Имея огромный запас деталей, мы собираем из него все, что потребуется. Лишнее оставляем в коробке, придаём своей поделке именно тот облик, который требуется. А главное – всегда можем внести коррективы в изобретение.

Движков сегодня огромное количество. Вот рейтинг CMS движков в июле 2014 год(слева) и в июне 2017 (справа):



WordPress — это самая популярная система управления контентом (CMS).

- Бесплатный «движок». CMS WordPress распространяется по открытому лицензионному соглашению (GNU GPL). Вы можете свободно использовать этот продукт в любых целях, включая коммерческие.
- Практически неограниченные возможности. С помощью WordPress вы можете [создать интернет-магазин](#), личный блог, корпоративный сайт, информационный портал, отраслевой ресурс, галерею мультимедиа.
- **Тема** WordPress - это совокупность (набор) файлов-шаблонов, которые отвечают за внешний вид вашего блога в браузере. Тема – это своего рода оболочка вашего сайта. Её можно менять без потери функциональности сайта.
- **Шаблон** - более узкое понятие. Внутри одной темы может быть несколько файлов-шаблонов. Это те файлы внутри темы, которые формируют вывод информации нужным образом. Они дают браузеру информацию о том, каким образом, в каких местах нужно выводить информацию и каким образом её нужно отображать. Например, шаблон для вывода записей блога, шаблон для вывода страниц, шаблон для вывода рубрик и т.д.

Внимание! Очень часто понятия шаблон и тема объединяют, вернее не разделяют.

Хостинг – удалённый сервер, где хранится ваш сайт

Домен (доменное имя) – это иерархический адрес сайта. Домен можно сравнивать с адресом проживания. Чтобы понять, где живёт человек, нужно знать город, улицу, номер дома и квартиры. Так и с сайтом. Чтобы зайти, нужно знать его адрес.

Итак, чтобы создать сайт и выставить его в интернете, вам нужен внешний сервер хостинг-провайдера, который будет хранить ваш будущий сайт, доменное имя, по которому пользователи смогут найти ваш сайт в интернете, а также установленная программа WordPress, с помощью которой вы сможете создать и настроить ваш сайт и разместить его на сервере хостинг-провайдера.

Устанавливать сам WordPress и базы данных для него необходимо непосредственно на рабочий сервер. Сервер может быть внешний (платный или бесплатный), на котором будет храниться ваш сайт, или локальный сервер на вашем компьютере (типа Denwer), который позволит вам пройти всю полноценную процедуру создания, настройки и отладки сайта, прежде чем выставлять его в интернет на удалённый сервер.

ГЛАВА 2. ВЫБОР ТЕМАТИКИ САЙТА

Наступило время одного из важнейших шагов каждого начинающего блогера – выбор тематики блога.

Этому стоит уделить особое внимание.

Так о чём же писать?

На самом деле очень трудно сказать, что более верно – [писать блог](#) для себя и о том, о чём интересно лично тебе, или же ориентироваться в первую очередь на публику и её спрос.

Идеальный вариант, конечно, это тот, где ваши интересы и интересы пользователей интернета совпадают.

И действительно! Если писать только для себя, то вам не нужен сайт. Пишите себе на своём компьютере всё, что хотите, украшайте картинками, видео, любуйтесь.

Сайт нужен для того, чтобы свои мысли или информацию, которой вы владеете, донести до читателей. Причём, чем больше посетителей (трафика) будет на вашем сайте, тем популярней будет ваш сайт, тем большую известность (рейтинг) получите вы сами, как владелец сайта, тем выше будет ваш доход, если сайт коммерческий.

Всегда помните! Трафик для вас – это ВСЁ!

Поэтому, ещё на заре обдумывания тематики блога и его будущей структуры, вы должны учесть и принять ряд мер, чтобы ваш сайт был интересен как можно большей аудитории, чтобы он занимал наивыгоднейшую позицию в поисковых системах и, следовательно, посетителей вашего сайта было как можно больше.

Этот ряд мер называется SEO оптимизацией сайта.

Что в первую очередь надо учитывать при создании сайта.

Поисковые системы являются самым большим и самым лучшим источником интернет-трафика. Вы, наверняка, уже знаете основные из них:

- *Yandex;*
- *Google;*
- *Bing;*
- *Yahoo.*

Конечно, социальные сети, такие как *Facebook*, *VK*, *Twitter*, *Google +* и т.д., также способны привлечь целый ряд посетителей на ваш сайт. Но основным источником остаются поисковые системы.

После запуска вашего сайта, поисковые системы сканируют его, чтобы выяснить, что это за сайт, чему посвящена его тематика. Теперь, когда пользователь введёт свой поисковый запрос, поисковые системы будут сравнивать его с содержанием вашего сайта, начиная от заголовка, подзаголовка, первого параграфа, и в зависимости от точности совпадения будут отображать ваш сайт в результатах поиска на той или иной позиции. Следовательно, поисковые запросы в виде ключевых фраз в той или иной форме должны содержаться на вашем сайте. Правила распределения ключевых фраз на сайте называется SEO оптимизацией сайта на начальном этапе. Ниже мы рассмотрим основные требования к SEO оптимизации сайта.

Конкуренция постоянно растёт, и те, кто занимается SEO, несомненно, имеют явное преимущество в вопросах [продвижения сайта по трафику](#) и привлечения аудитории. Если SEO не такое уж хорошее, ваш веб-сайт может просто игнорироваться поисковыми системами.

Поэтому, выбирая тему для вашего будущего сайта, обязательно нужно привносить что-то своё, что-то новое, какую-то изюминку, то что будет выгодно отличать вас от ваших конкурентов.

В конце концов, ответьте себе на вопрос – **почему посетитель должен читать именно ваш блог?** “[О сайте \(https://ruskweb.ru/about\)](https://ruskweb.ru/about)”.

Поисковые системы – это блестящий механизм, и он постоянно совершенствуется, чтобы более эффективно сканировать сайты. Некоторые SEO эксперты считают, что сегодня ключевые слова не важны вовсе. Поисковые системы стали настолько умными, что легко ориентируются по содержанию самого текста. Однако у поисковых систем тоже есть определённые ограничения.

Нужно провести надлежащее исследование, чтобы найти ценные ключевые слова, связанные с вашей темой, прежде чем запускать веб-сайт. Даже если у вас уже есть веб-сайт, его можно оптимизировать с помощью правильных ключевых слов.

Проверить востребованность выбранной тематики можно с помощью сервиса Яндекса [WordStat «Статистика ключевых слов» https://wordstat.yandex.ru/](https://wordstat.yandex.ru/).

Ключевые слова, по которым много запросов говорят о том, что тема интересует многих. А значит и конкуренция будет очень большая, и молодому блогу будет непросто пробиться в свет.

Поэтому если это ваш первый опыт, то учтите, что вы столкнётесь с трудностью создания сайта на тему с высокочастотными запросами.

Почему SEO оптимизацией нужно заниматься ещё на стадии разработки сайта?

Обычно во многих руководствах этот вопрос обсуждают в самом конце, когда сайт уже создан. Но подумайте сами, будет ли прочным ваш дом, если вы его построите на «гнилом» фундаменте? Будут ли крепкими стены вашего дома, если в связующем растворе вы не учтёте необходимое соотношение песка и цемента? Много ли будет у вас посетителей, если неправильно выберете фасад вашего дома и расположение его основных конструктивных узлов. А переделывать ПОТОМ – ой, как сложно.

SEO (search engine optimization или поисковая оптимизация) – это совокупность всесторонних мер по внутренней и внешней оптимизации сайта для поднятия его позиций в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей.

Если вы правильно продвинете свой сайт с помощью SEO, вы будете получать огромный поток посетителей на ваш сайт и им можно что-то продавать и получать от этого прибыль.

Перечень мер довольно обширный и делится в основном на две категории:

- **SEO** – меры, принятые в обязательном порядке в процессе создания сайта
- Техническая **SEO** оптимизация уже готового сайта.

Поэтому прежде чем начать создавать свой сайт вы должны чётко представлять себе с какими проблемами вы столкнётесь потом в процессе его продвижения в поисковых системах.

Предположим у вас уже есть сайт и у него есть адрес (доменное имя). Если в адресной строке браузера ввести адрес вашего сайта, то на экране компьютера вы увидите свой сайт таким как он у вас есть. Но это работает только для тех, кто знает адрес вашего сайта. А что делать тем, кто его не знает, но вы хотите, чтобы они также попали на ваш сайт? Для этого они должны в **поисковом запросе** указать **ключевые слова или фразы**, соответствующие тематике вашего сайта и отражающие суть контента вашего сайта. После ввода их в поисковой строке браузера, тот выдаст все сайты, в которых есть данный контент и выставит их в порядке популярности и релевантности – точности соответствия контента запросу. Если контент и запрос уникальны,

вы можете сразу оказаться на первой странице выдачи. В противном случае молодой сайт может оказаться и на 10-й, и на 100-й странице. Пустой сайт без контента хотя и будет индексирован поисковыми системами, но показываться не будет, так как очень трудно подобрать ключевой запрос к пустому сайту.

Продумывая тематику вашего сайта и его конструктивное содержание от ЗАГОЛОВКА до последней точки, всегда ориентируйтесь на то, по каким **«поисковым запросам»**, а для вашего сайта это **«ключевые фразы»**, пользователи интернета смогут найти ваш сайт.

Поисковые запросы пользователей – это те слова, которые вводятся посетителем в строку поиска.

Ключевые слова и фразы вашего сайта– это те слова и фразы, которые чаще всего встречаются в заголовках и в тексте вашего сайта и отражают основную суть его тематики.

Эти слова имеют решающее значение. Именно они являются основным связующим звеном между вами, как автором сайта, и посетителями. Как следует поступить, чтобы эта связь была прочной?

Если ваш сайт нацелен на ремонт автомобиля, то слова **ремонт** и **автомобиль** являются вашими ключевыми словами и должны встречаться и в заголовке, и в тексте вашего сайта. Если ваш сайт нацелен на **ремонт коробки-автомат VOLKSWAGEN**, то именно они являются вашими ключевыми словами и ключевой фразой. И идеальным вариантом связи будет полное совпадение поискового запроса **«Ремонт коробки-автомат VOLKSWAGEN»** с ключевой фразой в заголовке вашего сайта **«Ремонт коробки-автомат VOLKSWAGEN»**. Чуть ниже мы рассмотрим этот вопрос подробнее.

Так как основная информация сайта содержится на его страницах и в статьях (постах), размещённых в соответствующих по тематике рубриках, то они и должны содержать в себе ключевые слова и фразы, наиболее соответствующие тематике сайта.

Поэтому перед написанием страницы или статьи создайте **семантическое ядро**, которое состоит из тщательно подобранных **ключевых слов и фраз**, и является основой любой внутренней оптимизации сайта: <https://profitsonline.ru/kluchevye-slova-dlya-sajta-WordPress/>.

Если сайт не удовлетворяет потребностям пользователей и не способен на должном техническом уровне конкурировать с другими сайтами, сколько бы денег вы не тратили, желаемого эффекта получить вам не удастся.

ГЛАВА 3. СОСТАВЛЕНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОГО ЯДРА

Часто мы слышим фразы: **SEO** поисковая оптимизация сайта, **SEO** поисковое продвижение сайта, **SEO** раскрутка сайта. Так что же такое **SEO**?

SEO – SearchEngineOptimization) – это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобраным запросам. И начинается это ещё с момента проектирования сайта, с создания семантического ядра.

Как создавать семантическое ядро? Поскольку однозначного ответа на вопрос не существует, приходится доверять советам специалистов и результатам частных экспериментов.

Материал, изложенный далее, не претендует на оригинальность. Он составлен на основе анализа и систематизации обширной информации, выложенной в свободном доступе на разных сайтах в интернете. За основу взяты статьи, видео обзоры и важные рекомендации специалистов, выложенные на блогах, адреса которых мы приведём ниже:

<https://1ps.ru/blog/>,

<https://webkys.info/page/osnovy-seo-poiskovye-sistemy> (Автор: Дмитрий Ченгаев),

https://www.youtube.com/channel/UCuRD_HEYU6tZ0PnwfsqZxhg – youtube канал Юрия Бошникова

<https://www.intervolga.ru/blog/marketing/seo-prodvizhenie-poshagovoe-rukovodstvo/> – блог INTERVOLGA

<https://1ps.ru/courses/books/kniga-meta-tegi-title-description-i-keywords/>

<https://1ps.ru/blog/seo/how-to-make-a-semantic-core-1/>

<https://zen.yandex.ru/media/1ps.ru/polnyi-gid-po-sostavleniiu-semanticheskogo-iadra-5c808242f65a0e00b3d4ca37>

<https://WordPress-book.ru/prodvizhenie/vxozhdenie-klyuchevyx-slov/>

<https://WordPress-book.ru/prodvizhenie/klyuchevihe-slova-dlya-sayta/>

Обновлено: Март 21, 2017 | Автор: [Роман Ваховский](#)

<https://webkys.info/page/osnovy-seo-poiskovye-sistemy>

Видео: <https://youtu.be/EZmNMqTZeC4>

Правильный подбор ключевых слов и фраз

Чтобы понятней было то, о чём речь пойдёт дальше, хотелось бы чтобы вы себе твёрдо уяснили, что «Ключевые слова и фразы» вашего сайта в отличие от таковых в контекстной рекламе это не просто отдельный список наиболее часто используемых вами слов и фраз, вставляемых в какое-то отдельное поле, они должны встречаться в разных разделах вашего сайта с определённой частотой и строго соответствовать тематике сайта.

В этой главе мы рассмотрим:

SEO-меры, принятые в обязательном порядке в процессе создания сайта

Определившись с тематикой сайта и дизайном, Исполнитель переходит к составлению семантического ядра.

Семантическое ядро – это фундамент любого сайта и связующий материал для всех его конструкций: страниц, рубрик, статей (постов). И составлять семантическое ядро нужно ещё на стадии проектирования сайта.

Составление семантического ядра (СЯ)

Семантическое ядро— это запросы из «Ключевых слов и фраз», по которым вы хотите, чтобы ваш сайт находили клиенты. Они должны наиболее полно описывать тематику и содержание вашего сайта и встречаться в разных разделах вашего сайта с определённой частотой и строго соответствовать тематике данного раздела.

Составление первичного списка запросов

На этом этапе необходимо собрать основные запросы по тематике сайта.

Сначала составьте список хотя бы из 10 предполагаемых запросов, по которым пользователи, вводя их в строку поиска, должны попасть на ваш сайт.

Это можно сделать несколькими способами:

«**Мозговой штурм**» – самостоятельно или совместно с друзьями/коллегами выделяете 10-15 минут, чтобы сесть и записать все слова и фразы, по которым хотите, чтобы сайт находили.

Эти фразы должны включать:

- все варианты названия товара или услуги, синонимы, написание марки/брендов как на латинице, так и на кириллице;
- сокращённые названия;
- сленговые названия;
- названия составных частей товара или услуг. Например, строительные материалы – кирпич, цемент, гипсокартон, сухие смеси, герметики и т.д.;
- надёжность товара или услуг (недорогой ремонт квартир, профессиональная юридическая консультация).
- Записать все слова и фразы в отдельную таблицу.

Анализ сайтов конкурентов – анализ конкуренции может дать практически всю информацию, которая нужна оптимизатору для развития собственных проектов. При анализе конкурентов можно использовать сервисы **Spywords, Similarweb, Serpstat.com, Bukvarix.com**. В этих сервисах можно выбрать конкурентов из предложенных или указать самостоятельно. Сервисы позволяют посмотреть и сравнить, как обстоят дела у вашего сайта, а как у конкурентов. Найти запросы, по которым конкуренты продвигаются и расширить своё семантическое ядро. Для этого в любой из сервисов вбиваем адрес конкурента и смотрим, по каким ключевым словам он продвигается. Смотрим на раскрученность сайта, его показатели ТИЦ и PR. **ТИЦ Яндекса и PR Google** – это тематический индекс цитирования вашего ресурса в двух ведущих поисковиках. Разница состоит в том, что ТИЦ даётся для всего сайта, а PR для каждой страницы. Узнать это можно с помощью многочисленных seo-сервисов, к примеру <https://pr-cy.ru/> или <https://be1.ru/services/> на которых используя фильтры можно посмотреть полезную статистику, на которую стоит обратить внимание.

Проанализируйте сайты конкурентов в поисковой выдаче по основным ключам (не забудьте отключить персональный поиск, смотрите в браузере в режиме инкогнито по своему региону).

Выпишите из текстов конкурентов все слова, которые могут быть ключевыми. Собрать семантику конкурентов помогут специальные сервисы serpstat.com, bukvarix.com.

Анализ контекстной рекламы – определите, какие слова используют в рекламных объявлениях ваши конкуренты. Можно проанализировать как вручную, так и с помощью сервисов, таких как, spywords.ru, advodka.com.

Расширение списка ключевых фраз можно получить, используя сервисы поисковых систем Яндекс.Вордстат, Google AdWords.

Поочередно вводя каждое слово первичного списка в строку поиска любого из этих сервисов, вы получите расширенный список уточнённых и ассоциативных запросов.

Скорее всего вы получите несколько десятков тысяч фраз, содержащих ваши 1-2 слова с добавлением ещё 1-2 слов в различной комбинации.

В выдаче выберите запросы из 2-3 слов соответствующие вашей тематике и снова введите их для анализа. Из них выберите запросы из 3-4 слов и снова проанализируйте. Дойдите до запроса из 7 слов и просуммируйте все запросы из 5-7 слов. Это и будет ваше СЯ.

По частоте встречаемости запросы делятся на три группы:

- **ВЧ-запросы** = свыше 10000. Их использование встречает большое число конкурентов.
- **СЧ-запросы** = 1000-10000. Использование таких слов является самым популярным и оптимальным методом SEO продвижения.
- **НЧ-запросы** = 100-1000. Мало конкурентов. Продвижение по НЧ достаточно эффективно.
- Необходимо учитывать сезонность и гео-востребованность запроса.

Поисковые запросы классифицируют по цели поиска:

- для нахождения какой-либо информации: как (где) купить, заказать, скачать, сделать самому
- для совершения конкретных действий: купить, заказать, скачать, сделай сам...
- уточняющие запросы: купить, заказать, скачать, сделай сам **в Москве**...

Не используйте запросы:

- не соответствующие тематике сайта;
- с упоминанием **конкурирующих** брендов;
- с упоминанием других регионов;
- с ошибками или опечатками.

Благодаря такому тщательному исследованию, вы получите довольно приличный список ключевых слов, необходимых для построения семантического ядра.

На основе разработанного семантического ядра будет формироваться окончательная структура сайта. Множество подобранных ключевых фраз, соответствующих общей тематике сайта, например, кулинарии, разбивается на узкие группы, например, мясные блюда, рыбные блюда, салаты, торты. Эти группы будут основой тематических страниц и рубрик, а составляющие той или иной группы лягут в основу текстов, например, торт Наполеон, бисквитный, шоколадный и т.д. В итоге на основе кластеризации (разбивка ключей на группы) станет понятно, какие страницы нужно добавить на сайт, а какие не следует. Для облегчения работы есть сервисы, которые производят автоматическую кластеризацию ключевых слов на основе анализа ТОП-10 поисковой выдачи – Топвизор, Seranking.ru и др. Объем семантического ядра (100? 1000? 100000?) зависит от тематики сайта, его структуры, а также конкурентов.

Как распределять ключевые фразы на сайте?

Три основных кита SEO оптимизации сайта

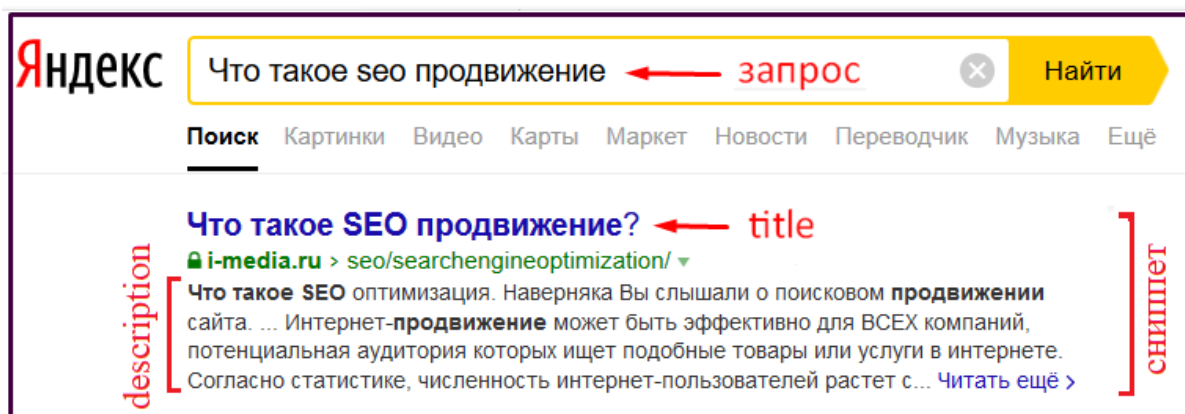
Поисковые запросы (частично или полностью) должны входить в 3 главных элемента сайта.

1. Элемент **title** (70 символов)
2. Мета-тэг **description** (250 символов)
3. Элемент **h1** (70 символов)

Именно на них в первую очередь обращает внимание поисковый робот.

1. Элемент title – это самый главный элемент для поискового продвижения.

Когда люди запрашивают какие-то страницы в поисковых системах (Яндекс и Google), у нас появляется список выдачи, различных сайтов. Первое, что мы видим - это заголовки. Эти заголовки как раз-таки и есть содержимое элемента title. Их содержимое соответствует тому, что мы видим в поисковых системах в результатах выдачи.



Важно! title - это служебный заголовок и в теле страницы он никак не отображается.

Элемент **title** находится внутри элемента **head**.

```
<head>  
<title>Заголовок</title>  
</head>
```

Если поисковая система сама формирует title для вашей веб-страницы, то она просто повторяет её Заголовок. Однако у владельца сайта есть возможность самому задать title, отличающийся от главного заголовка, с помощью, например, плагина YoastSEO при формировании сниппета.

Содержимое элемента **title** имеет одно из самых главных значений для поискового продвижения. Именно с его помощью вы можете сообщить поисковому роботу по каким ключевым словам ваш сайт будут находить в поиске и чем более точное содержимое вы укажете в элементе title, тем более точно он будет находиться поисковым роботом и более высоко показываться в результатах выдачи поисковых систем.

- 2. Мета-тэг description** – это краткое описание содержания страницы (рубрики, поста), которое расположено внутри сниппета. Желательно задавать его самому с помощью, например, плагина YoastSEO при формировании сниппета. Если его формирует поисковик, то он может использовать содержимое первого абзаца страницы, а в случае его отсутствия может взять любую, наиболее часто повторяющуюся, фразу с любого места, что не всегда релевантно содержанию страницы.

3. **h1** - это основной заголовок страницы (рубрики, поста), который виден пользователю в самом документе, в самом начале веб-страницы. Важное правило. На любой веб-странице должен быть только один элемент h1. Каждая статья, каждый материал на вашем сайте должен иметь свой уникальный элемент h1. Чтобы поисковая система могла понять, о чём эта веб-страница и по какому запросу её нужно показывать.
4. Крайне желательно присутствие ключей где-нибудь в начале первого абзаца и в подзаголовках h2.
5. Основные предполагаемые поисковые запросы должны равномерно распределяться по всему тексту, а не скапливаться на отдельных коротких участках и не превышать 5% от объёма текста.
6. Если в тексте есть подзаголовки h3-h6, полезно добавить и в них ключи, только без фанатизма.
7. Ключи не должны нарушать логичности и естественности текста.
8. Вставка ключевых слов не должна быть однообразной и однотипной. Ключевые запросы следует правильно склонять по падежам, разделять знаками препинания и другими словами, максимально естественно использовать в тексте, не нарушая читабельность статьи.
9. Усилить роль ключей можно сопутствующими фразами, морфологическими оборотами, словоформами, синонимами, тематическими вставками, цитатами, терминами и словосочетаниями, которые подчёркивают смысловое содержание текста.
10. Очень хорошо, когда ключевой запрос (или его вариации) присутствует в адресе URL страницы после слэша (/), куда обычно вставляется краткое название страницы или рубрики (обязательно на латыни).
11. Одним из важных факторов, который влияет на позиции вашего сайта в поисковых системах, является тот протокол, на котором он работает. Это может быть протокол http или протокол https.
12. Грамотно задействовать те словоформы и обороты, которые стабильно популярны среди целевой аудитории при поиске информации (высокочастотные, среднечастотные и низкочастотные запросы).
13. Если ключевое слово имеет и латинское, и русскоязычное написание (например, марки автомобилей) используйте оба разумно чередуя их в тексте.
14. Если возникают сомнения, неопределённости и спорные ситуации, следует уменьшать количество ключей, а не увеличивать его. Для поисковых систем переоптимизация является очевидным показателем низкого качества контента и сигналом к применению соответствующих штрафных мер.
15. Смотрите, читайте и анализируйте сайты конкурентов, выбившихся в Топ поисковиков.
16. Важным является и вопрос оптимизации размера изображений на ваших веб-сайтах (не более 150-200 кб), что влияет на скорость загрузки сайта, а также ключевые словосочетания, которые стоит добавить в альтернативные описания прикрепленных к тексту картинок.
 - <https://youtu.be/kfUb1woVrVw> – Ширина изображений на которую можно ориентироваться
 - <https://youtu.be/yneK5VJSIEw> – Основные факторы, которые влияют на размер изображений
 - <https://youtu.be/5IDQcYYcDnI> – Онлайн сервисы для сжатия изображений

Определение эффективности запросов

Распределять запросы на сайте нужно в зависимости от их значимости. Для этого используйте индекс KEI (индекс эффективности ключевых слов).

Рассчитать KEI можно по следующей формуле: $KEI = (P \cdot P) / C$, где P – это частота показов ключевого запроса на товар или услугу за последний месяц в ЯндексWordStat <https://wordstat.yandex.ru/>, а C – количество сайтов в поисковой системе Яндекс, которые предлагают этот товар или услугу по данному запросу.

Для определения частоты запросов в месяц (т.е. число потенциальных клиентов) обратимся к сервису Яндекс Wordstat,:

Скриншот интерфейса Яндекс WordStat. В строке поиска введено «Ремонт КПП Volkswagen». Статистика по словам:

Статистика по словам	Показов в месяц
ремонт кпп volkswagen	44

Значение 44 помечено как P_1 . В блоке «Запросы, похожие на «ремонт кпп volkswagen»»:

Статистика по словам	Показов в месяц
ремонт кпп фольксваген	358
устройство кпп	9 298

Значения 358 и 9 298 помечены как P_2 .

Скриншот интерфейса Яндекс WordStat. В строке поиска введено «Ремонт Volkswagen». Статистика по словам:

Статистика по словам	Показов в месяц
ремонт volkswagen	6 625
руководство +по ремонту volkswagen	625

Значение 6 625 помечено как P_3 . В блоке «Запросы, похожие на «ремонт volkswagen»»:

Статистика по словам	Показов в месяц
ремонт фольксваген	24 559
прицеп легковой цена	8 725

Значения 24 559 и 8 725 помечены как P_4 .

Далее проверим число страниц в поисковой выдаче, предлагающих данную услугу по запросу Ремонт КПП Фольксваген, т.е. число наших конкурентов.

Скриншот результатов поиска в Яндексе по запросу «Ремонт КПП фольксваген». В выдаче первый результат: «Ремонт КПП фольксваген в Алматы — Яндекс.Карты». В правой части экрана указано: «Нашлось 4 млн результатов». Значение 4 млн помечено как C_2 .

Таким образом, чем больше запросов P и чем меньше предложений C , тем больше KEI, тем больше трафика по ключевой фразе вы получите, тем интересней она вам. И наоборот – чем больше конкуренция C , тем меньше KEI, тем сложнее будет продвинуться в топ, тем менее интересна для вас данная ключевая фраза.

Шкала оценки KEI:

- KEI до 10 – плохие ключевые фразы.
- KEI от 10 до 100 – хорошие ключевые фразы, с наличием трафика.
- KEI от 100 до 400 – отличные ключевые фразы, которые позволяют получать значительную долю трафика.
- KEI больше 400 – ключевые фразы высшей категории с мега-порциями трафика и большим количеством аудитории.

Таким методом следует определить индекс эффективности для всех ключевых слов из вашего списка. Основываясь на полученных результатах индекса, вы можете приступить к распределению запросов постранично.

Приведём пример, чтобы наглядно представить, как работает эта формула:

Допустим вы занимаетесь ремонтом автомобиля Volkswagen и, в частности, ремонтом коробки передач для этого автомобиля. Подсчитаем KEI для следующих запросов

1. Ремонт КПП Volkswagen	$P_1=44,$	$C_1=5000000$	$KEI_1=0.00039$
2. Ремонт КПП Фольцваген	$P_2=358,$	$C_2=4000000$	$KEI_2=0.032$
3. Ремонт автомобиля Volkswagen	$P_3=6625,$	$C_3=3000000$	$KEI_3=14.63$
4. Ремонт автомобиля Фольцваген	$P_4=24559,$	$C_4=2000000$	$KEI_4=301.6$

Из приведённого примера видно, что для запроса Ремонт КПП Volkswagen и Ремонт КПП Фольцваген число запросов (44-358) настолько мало по сравнению с числом предложений (5000000), что продвигать сайт с такой ключевой фразой практически бессмысленно ($KEI \ll 1$). Наилучшим будет вариант продвижения сайта по ключевой фразе Ремонт автомобиля Фольцваген, с русскоязычным написанием марки автомобиля ($KEI = 300$).

Обратите внимание, показатель KEI зависит от тематики сайта, поэтому для некоторых тематик $KEI > 400$ слишком мал. А для узкотематических сайтов применять данную шкалу не имеет смысла.

И ещё! Подбирая запросы, смотрите на общую частоту запроса и частоту запроса в «» (оператор, который показывает количество запросов пользователей точно в таком виде введивших фразу в поиске, без минус-слов). Чем выше частота запроса в «», тем лучше, менее 5 не желательно использовать. Есть запросы-пустышки, общая частота которых высокая, но в кавычках нулевая, такие запросы лучше не использовать, т.к. их в чистом виде никто не ищет.

Виды вхождений ключевых слов

Различают несколько основных видов вхождений ключевых слов, использование которых влияет на релевантность текста.

1. Чистое (точное)

Ключевые слова такого вида используются в тексте в той форме, в которой их вводят пользователи в строку поиска. Например - «загородный дом теплоизоляция»

На статью стандартного размера достаточно 1-го, 2-х таких вхождений. В плане поискового продвижения наиболее результативно встраивать вхождение в тег title страницы и в заголовки текста.

2. Прямое

Ключевые слова в прямом вхождении отличаются от чистого тем, что они могут разбавляться знаками препинания или не являющимися ключевыми, незначительными словами. Эта форма запросов используется для придания тексту более естественного вида.

«Тех, кто имеет загородный дом, теплоизоляция должна волновать не в меньшей степени чем и т.д.»

3. Разбавленное

В отличие от прямого вхождения разбавленная форма содержит дополнительные слова, имеющие ключевое значение. Запросы такого вида придают тексту читабельность и улучшают его релевантность. Популярные поисковики ценят ключевые слова в разбавленном вхождении, поэтому они обязательно должны присутствовать в тексте.

«Тех, кто имеет загородный дом, отражающая теплоизоляция должна волновать не в меньшей степени чем ...»

4. Морфологическое

Слова в морфологическом вхождении – это запросы, используемые в разных спряжениях и склонениях. Морфологическое вхождение также может быть прямым и разбавленным. В разбавленном морфологическом вхождении помимо ключевой фразы используются дополнительные ключевые слова.

«Для утепления стен загородного дома, лучше всего купить теплоизоляционные плиты из пенополиуретана»

5. Синонимическое

В ключевом словосочетании слова могут заменяться синонимами, жаргонными словами, аббревиатурой и т.д., например, поисковому запросу «квартира в Москве» может быть сопоставлены ключевые фразы «жилье в Москве», «квартира в столице» и т.д.

6. Обратное

В этом виде вхождений ключевые слова меняются местами. Например, для ключа

«Рено автосалон»

его обратным вхождением будет

«автосалон Рено»

7. Сложное

Применение для ключевого словосочетания сразу нескольких вхождений, описанных выше, будет сложным вхождением.

В заключение следует напомнить золотое правило копирайтера – текстовый контент сайта должен быть написан для людей, то есть быть читабельным, полезным и интересным. Статья не должна включать в себя набор одинаковых продвигаемых поисковых запросов, поисковики вас за это не похвалят. Обязательно разбавляйте ключевые слова их разными вхождениями.

Наличие ключей в тексте – это только один из факторов, способных оказывать влияние на естественное продвижение проекта. Существуют также и другие немаловажные показатели, учитывающиеся при ранжировании. Правильное размещение ключевых слов может повысить шансы сайта на успех, но обеспечить безоговорочный результат оно не в состоянии.

Оптимальное количество ключей для одной страницы – 1-2 запроса с высокой частотой, 2-3 средне- и низкочастотные. Уделяйте больше внимания средне- и низкочастотным запросам.
--

Секрет оптимальной плотности ключевых слов

Поскольку в техниках и приёмах оптимизации содержится много неясностей, в руках грамотного оптимизатора остаётся только один безошибочный и точный инструмент – это [анализ конкуренции](#). Именно анализ страниц, занимающих лидирующие позиции по аналогичным запросам, может однозначно показать:

- какие объёмы текста «нравятся» поисковикам;
- какую оптимальную плотность ключей следует выдержать, чтобы страница вышла в ТОП;
- количество ключевых фраз необходимое, чтобы поравняться с конкурентами.

Анализ конкуренции может дать практически всю информацию, которая нужна оптимизатору для развития собственных проектов. Какую бы тематическую нишу мы ни выбрали, какое бы направление ни взяли, везде найдутся сильные конкуренты, на которых можно и нужно ориентироваться в «непроглядных джунглях» поискового продвижения.

Для того что бы продвинуть такой сайт в топ, и получать нормальный трафик нужно затратить немало усилий и средств в том числе и на изучение ваших конкурентов.

Как оценить конкурентов?

Очень просто. Заходим в Яндекс, пишем наше ключевое слово и смотрим сайты в топ выдаче поисковика первые 3-5 сайтов. И тоже самое делаем в Google.

На что обратить внимание?

- В первую очередь оцениваем внешний вид, сложность вёрстки, насколько сайт удобный для посетителя, как много и какого качества материал и т.д. И уже прикидываем, а сможем ли сделать лучше?
- Далее обратим внимание на посещаемость. Смотрим на счётчики, на количество комментариев к статьям, оцениваем насколько живой сайт, как часто обновляются статьи.
- И наконец смотрим на раскрученность сайта, его показатели ТИЦ и PR. **ТИЦ Яндекса и PR Google**. это тематический индекс цитирования вашего ресурса в двух ведущих поисковиках. Разница состоит в том, что ТИЦ даётся для всего сайта, а PR для каждой страницы. Узнать это можно с помощью многочисленных seo-сервисов, к примеру: <https://pr-cy.ru/> или <https://be1.ru/services/>, на которых используя фильтры можно посмотреть полезную статистику, на которую стоит обратить внимание.

Вот короткий пример семантического ядра по данной теме из самого Яндекса:

[семантическое ядро сайта онлайн](#)
[как составить семантическое ядро для сайта 2019](#)
[подбор семантического ядра сайта](#)
[пример семантического ядра сайта](#)
[сервисы для сбора семантического ядра](#)
[собрать семантическое ядро онлайн](#)
[key collector для подбора семантического ядра сайта](#)
[семантическое ядро онлайн](#)
[как посмотреть семантическое ядро сайта](#)
[семантическое ядро для интернет магазина](#)

Совет! На сайте http://seo-case.com/examples_kernel.html можно скачать примеры СЯ большого числа сайтов различной тематики.

В SEO оптимизацию сайта входит и соблюдение основных требований к тексту и контенту.

Основные требования к тексту и контенту

Текст

- текст хорошо контрастирует с фоном, его легко читать;
- нет необоснованно длинных текстов, особенно на главной странице.
- Текст должен иметь продуманное и привлекательное УТП (универсальное торговое предложение).
- Текст должен быть небольшой по объёму, не более 1500-2000 символов для главной страницы и 1000-1500 для внутренних. Информационные статьи -3000-10000 символов.
- Шрифт выбран среднего размера, например, 14-16px, Arial или Tahoma разнообразие шрифтов – максимум 2 варианта!
- Предложения простые и не громоздкие.
- В каждом абзаце не больше 4-5 строк.
- В тексте расставлены смысловые акценты
- «Смысловые крючки» (Внимание, Важно, Цитата) должны быть выделены шрифтом, цветом, рамками, списками, картинками.
- Упор сделан на выгодах, которые получит клиент, если будет сотрудничать с вами и которых нет у конкурентов.
- Опирайтесь в тексте фактами и конкретными цифрами: *сколько, когда, в каком размере*, а не *«Добро пожаловать», «кратчайшие сроки», «только у нас», «лучшие цены», «хорошие скидки» и «богатый опыт работы».*
- Проверяйте уникальность ваших текстов на сайтах: <https://text.ru/> и <https://etxt.ru> . Копируйте ваш текст в окно проверки и нажимайте кнопку «проверить». Через некоторое время программа выдаст результат – уникальность в процентах, а также подчеркнёт те места в тексте, которые не являются уникальными.
- Плотность важных ключевых слов от 2% до 5%. Тошнота текста от 5% до 9%. Используйте сервисы от [Advego](#) и [PrCy.ru](#)
- Избавиться от штампов поможет [Главред](#). Текст должен быть выше 7.2 баллов от сервиса <https://glvrd.ru/>. На сайте должны быть только интересные и полезные тексты.
- Все тексты на сайте уникальны минимум на 85%. Для проверки контента можно использовать онлайн-сервисы, вроде <https://text.ru/>, либо установите программу от [Advego](#).
- Каждый текст должен заканчиваться призывом к действию (позвоните, напишите, спросите, уточните, закажите, посмотрите в каталоге). И не забудьте рядом указать способ, которым это действие можно совершить (номер телефона, адрес электронной почты, специальная форма для контакта, ссылка).

Проверка на юзабилити

Главная страница:

- понятна ли тематика сайта: пользователь должен за 10 секунд понять, о чем сайт, что ему здесь предлагают купить или сделать;
- если есть УТП (уникальное торговое предложение), главная страница должна его транслировать.

Интерактивность:

- сайт должен быстро загружаться;
- пользователю должно быть понятно без наведения мыши, на что можно кликнуть, а на что нет.

Навигация:

- глобальная навигация есть на каждой странице;
- текущая позиция во всех навигационных меню выделена;
- с любой страницы сайта можно в 1 клик попасть на главную страницу (лучше, если есть ссылка с логотипа).

Дизайн:

- чем важнее элемент по смыслу, тем заметнее он на странице;
- изображения (и другие визуальные образы) соответствуют контенту.

Ниже ([в главе 29](#)) мы ещё вернёмся к вопросу SEO оптимизации уже готового сайта.

ГЛАВА 4. СОЗДАНИЕ МАКЕТА САЙТА И ЕГО ДИЗАЙНА

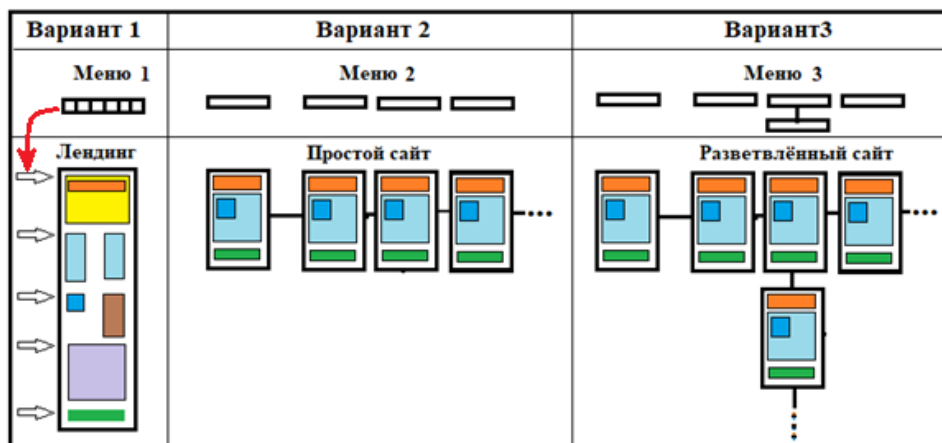
Прежде чем разрабатывать макет сайта, вы должны хорошо представлять себе, во-первых, о чём будет этот сайт и, во-вторых, из каких элементов он должен состоять.

Структура любого сайта состоит из следующих основных элементов:

1. **Главная страница** с фоновым изображением или фоновым видео, с меню сайта, логотипом фирмы или владельца, заголовком и целевой статьёй с мультимедийным сопровождением, отражающими основную тему сайта, футером (подвалом), расположенном в самом низу страницы и чаще всего содержащим: контакты, навигацию, правовую информацию. Дополнительно на главной странице в отдельном поле (чаще слева или справа) могут быть размещены различные рубрики, содержащие периодически обновляемые записи (посты) по тематике сайта, что делает из сайта блог, различные новости, карта сайта.
2. Дополнительные уточняющие тематические страницы типа «Наши услуги», «Наш товар», «Характеристики», «Сертификаты», «О нас», «Контакты» и др., содержащие статьи, мультимедиа, кнопки, таблицы,
3. Обратная связь
4. Карта сайта (если сайт многостраничный)
5. Гиперссылки на внешние ресурсы и внутренние между элементами сайта.

Разработка макета сайта

Создание хорошего сайта начинается с разработки его **макета**, подборки контента (готовые тексты, заголовки, таблицы, фоновые сцены статические или анимированные, картинки, мультимедиа), разработки дизайна и размещения контента.

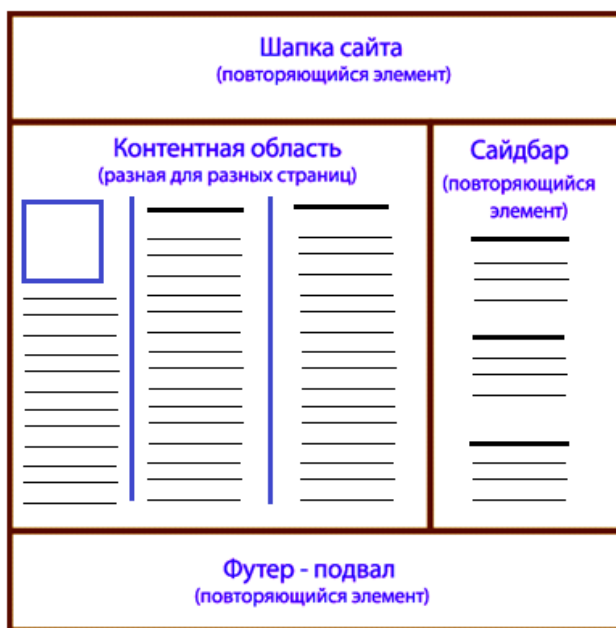


Макет сайта можно подготовить в таких графических редакторах как Paint.net или Photoshop. Последний лучше, так как обладает большими возможностями. Готовый макет сохраняется в файл формата **.PSD**, что в ряде случаев позволяет просто перенести файл макета на страницу CMS движка.

На сайте <http://www.internet-technologies.ru/templates/> –можно найти много готовых шаблонов в разных форматах на разные темы. Вам нужно выбрать один из шаблонов. Из списка материалов, прилагающихся к этому шаблону, вам нужен только файл PSD. Для того чтобы бесплатно скачать нужный шаблон вам придется зарегистрироваться на сайте. После регистрации скачиваете шаблон, выбираете файл PSD и открываете его в программе Photoshop.

Подробнее о создании проекта в фотошопе можно посмотреть на сайте: <https://www.seostop.ru/sozdanie-saita/html-css/shablon.html>

Обычно эта часть проекта требует длительной и серьезной проработки и отнимает много времени. Однако в дальнейшем это очень облегчит саму процедуру создания сайта.



На сайте <http://design.megagroup.kz/solution/base> можно посмотреть дизайн, демо версии и купить (или заказать) готовые сайты разной тематики (42000 тг).

Совет! Если вы не сильны в Фотошопе и нет дизайнерских навыков, впишите в поисковый запрос любого браузера фразу «Шаблоны сайтов на WordPress» или «Красивый сайт картинка» и браузер выдаст вам миллион картинок. Под картинками будут адреса сайтов. Открывайте, смотрите и выбирайте что вам по душе. Меняйте контент на свой. И у вас получится новый, теперь уже ваш сайт.

ГЛАВА 5. ПОДГОТОВКА КОНТЕНТА (ЗАГОЛОВКИ, ТЕКСТЫ, МЕДИАФАЙЛЫ).

<https://www.kp.ru/guide/kontent-saita.html>

Контент — именно то, за что люди идут в ваш блог или на сайт из поисковых систем. Чем качественнее содержимое страниц и записей, чем точнее они отвечают на вопросы пользователей, тем лучше.

Весь необходимый материал собираем в отдельную папку «Контент» или «Промоматериалы». Эти папки содержат пронумерованные подпапки, в которых хранится контент для отдельных страниц и записей, чтобы его было проще и быстрее использовать. Продумываем ключевые фразы, заголовки и текст статей. Соблюдаем основные требования к контенту:



- Результаты многочисленных тестов и исследований показывают, что длинные тексты повышают конверсию значительно лучше коротких.
- Желательно, чтобы предложения были 15-20 слов и не содержали страдательный залог.
- Заголовок сайта играет заметную роль в его продвижении — он должен быть оригинальным, предельно конкретным, ясно описывающим его содержимое, развернутым и информативным.
- Различают несколько видов заголовка страницы — title, h1, h2, h3, h4, h5, h6.
- **Title** — это основной служебный заголовок страницы. Он не должен повторять соответствующие заголовки меню (Услуги, Главная и т.д.). Тэг **title** можно увидеть, наведя курсор на адресную строку. По нему поисковые системы определяют, чему посвящена страница.
- Любой текстовый материал в идеале должен быть проиллюстрирован — это облегчает восприятие текста и увеличивает шансы на то, что он будет дочитан до конца. К изображениям относятся не только картинки, но и анимация, фотографии, схемы, скриншоты, слайды.

- Тег h1 предназначен для читателей, он описывает заголовок и содержание страницы. Следует избегать перегруженности заголовка ключевыми словами, иначе, во-первых, сами пользователи моментально потеряют доверие к сайту, а во-вторых, поисковые системы могут воспринять их как спам. Теги h2-h6 – это подзаголовки, структурирующие текст и разбивающие его на смысловые блоки. Они выполняют роль определённого скелета статьи и позволяют читателю за несколько секунд оценить материал на предмет интересующей информации.
- Чтобы текст «понравился» поисковику, он должен быть разбит на блоки (главы, абзацы, списки), содержать минимум лирических отступлений и неинформативных фрагментов.
- Современные поисковые машины сегодня отошли от определения релевантности контента путём простого подсчёта числа ключевых слов на странице. Вместо этого они анализируют контент-блоки – абзацы, разделы, статьи и главы – вычисляя семантические связи между словами. Поэтому преимущество получает материал, глубоко раскрывающий заявленную тему. Такой контент сайта занимает высокие позиции в поисковой выдаче сразу по нескольким запросам.
- Для каждой страницы сайта и записи (поста) составляем ключевые слова и фразы для правильной индексации сайта поисковиками. Лучше всего ключевые слова и фразы включать в заголовки статей и в первый абзац. Готовим внутренние и внешние гиперссылки. Текст должен быть в меру насыщен «ключевиками» из семантического ядра сайта (совокупности поисковых запросов, по которым осуществляется оптимизация для привлечения целевой аудитории).

Как правильно расставлять мета-теги H1, H2, H3...H6

Для поисковых систем, основную роль, в вопросах продвижения сайта, играют сначала заголовок Страницы H1, затем заголовки H2 и затем заголовки H3-H6.

Заголовков H1 может быть только один. Например, **Как сделать сайт**. Он является наиболее значимым заголовком, поэтому в теги H1 принято заключать основной поисковой ключ (1-3 слова), желательно разбавленный нейтральными словами, т.е. разбавленный title. Основной поисковый ключ необходимо повторить 2-3 раза в тексте, лучше в первом абзаце, выделив его жирным шрифтом или курсивом (**как сделать сайт** или *как сделать сайт*)

Заголовков H2– следующий по значимости заголовок, с помощью которого выделяют подобранный к основному запросу низкочастотный запрос (3-7 слов). Например, **Как сделать сайт на WordPress**. Их должно быть не более 3-5 на страницу (по некоторым оценкам – сколько угодно).

Подзаголовков H3-H6 –используют по ниспадающей в основном для красивой структуризации текста. Их может быть сколько угодно

Провести SEO-анализ текста можно, в частности, на сайте <https://advego.com/> .

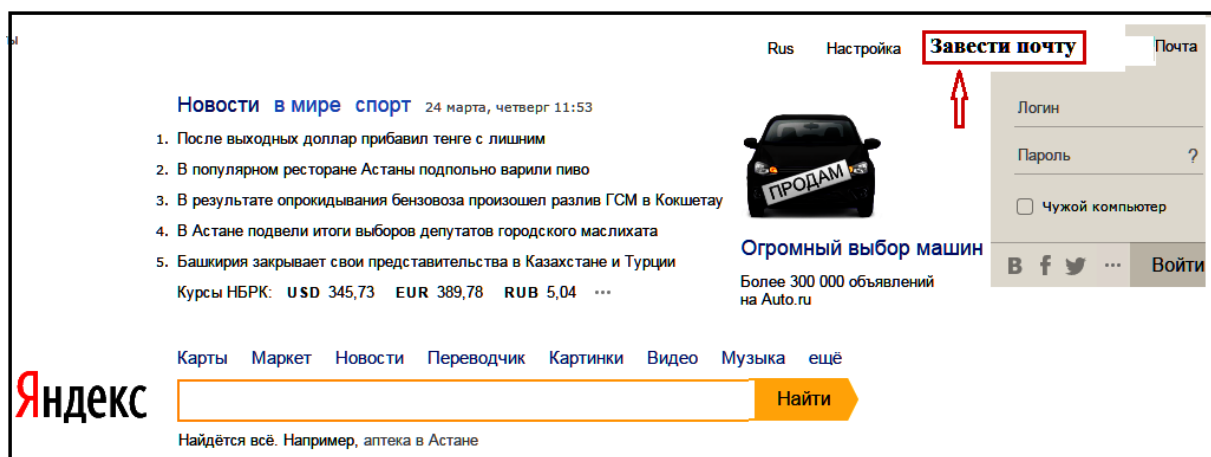
ГЛАВА 6. СОЗДАНИЕ ПОЧТОВЫХ ЯЩИКОВ НА ЯНДЕКСЕ И GOOGLE.

Начиная с этого момента впереди вас ждёт очень много регистраций с логинами и паролями.

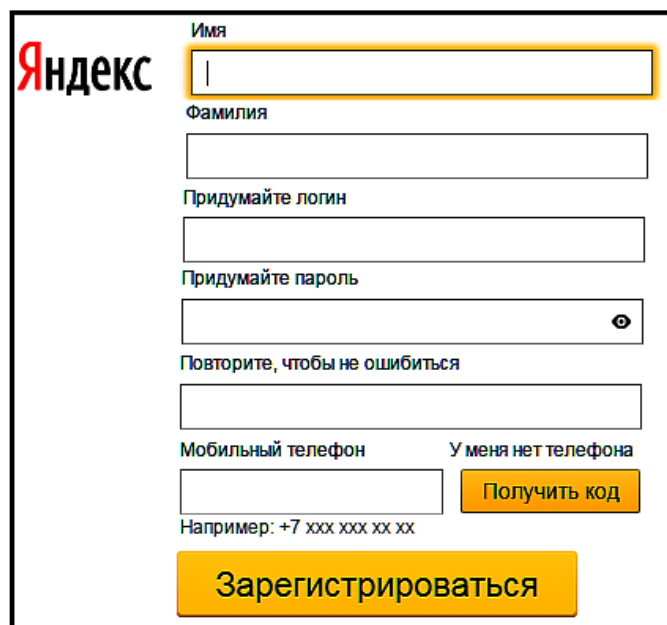
Совет: Настоятельно рекомендуем вам создать отдельный вордовский документ с перечнем сайтов регистрации, логинами, паролями и почтовыми ящиками к ним. Скриншотами фиксируйте все моменты регистраций.

Создание аккаунта в Яндексе.

Заходим на стартовую страничку поисковой системы Яндекс и жмём «Завести почту».



В открывшемся окне заполняем поля. ФИО и телефон заполняем обязательно свои для решения возможных проблем или споров в дальнейшем.



Жмём «Зарегистрироваться». Вводим капчу – контрольные цифры или слова



Получаем сообщение, что регистрация завершена.

У нас теперь есть свой почтовый ящик Яндекс, имя и пароль которого можно использовать для входа во все сервисы системы Яндекс. Сохраните их.

Создание аккаунта в Google/

Работа с Google AdWords начинается с регистрации и создания аккаунта. Зайдите на сайт регистрации:

<https://accounts.google.com/signup/v2/webcreateaccount?continue=https%3A%2F%2Faccounts.google.com%2FManageAccount&flowName=GlifWebSignIn&flowEntry=SignUp>

Заполните необходимые поля.

Нажмите *Войти* для уточнения или изменения настройки своего аккаунта. Нажмите *Далее* для продолжения работы.

У нас теперь есть свой почтовый ящик Google, имя и пароль которого можно использовать для входа во все сервисы системы Google. Сохраните их.