# 2.3. Оптимізація сайту

Оптимізація сайту - це спосіб приведення сайту у відповідність до алгоритмів пошукових систем, що допоможе оцінити якість їх виконання та наповнення. Метою пошукової оптимізації є виведення сайту в топ - в перші десять відповідей, які розташовуються на першій сторінці видачі результатів пошуку. Для того, щоб пошукова система прореагувала на сайт відповідно, потрібно вивчити її алгоритм, визначити моменти, які особливо важливі і відповідно провести заходи, які відповідають виконанню цих умов.

Пошукова оптимізація з'явилася разом з появою та розвитком пошукових систем в середині 1990 років. В той час пошукові системи надавали великого значення тексту на сторінці, ключовим словам в мета-тегах та іншим внутрішнім чинникам, якими власники сайтів могли легко маніпулювати. Це призвело до того, що у видачі багатьох пошукових систем перші кілька сторінок займали сайти, які були повністю присвячені рекламі, що погіршувало якість роботи пошуковиків. З появою сучасних технологій більшої уваги приділяється зовнішнім факторам, що допомогло пошуковим системам краще ранжирувати сайти.

#### Пошукова видимість для сайту є важливою з низки причин:

* Пошукові системи є одним із основних джерел трафіку для більшості сайтів. Видимість результатів пошуку на перших сторінках дозволяє залучити більше органічного трафіку без необхідності платити за рекламу.
* Коли сайт відображається високо в результатах пошуку, він отримує більшу популярність у користувачів, які активно шукають продукти або послуги, пов'язані з напрямком сайту. Це дозволяє залучити більше потенційних клієнтів та збільшити ймовірність перетворення їх у постійних клієнтів.
* Користувачі зазвичай вважають, що сайти, які з'являються на верхніх позиціях у результатах пошуку, є більш авторитетними та надійними. Якщо сайт постійно з'являється на перших сторінках результатів пошуку, це створює позитивне враження у користувачів і сприяє підвищенню довіри до бренду або компанії.
* Якщо конкуренти успішно використовують пошукову оптимізацію, щоб залучати трафік та клієнтів, власникам сайту також слід прагнути високої пошукової видимості, щоб бути у рівних умлвах з конкурентами.
* На відміну від платної реклами результати пошукової оптимізації можуть бути довгостроковими, вона може забезпечити стабільний потік органічного трафіку без потреби постійних фінансових витрат на рекламу. Добре оптимізований сайт може підтримувати високий рівень пошукової видимості протягом тривалого часу, навіть після припинення активних оптимізаційних заходів.

Загалом домагатися пошукової видимості для сайту є важливою стратегією, особливо для онлайн-бізнесів, яка може сприяти їх росту та успіху.

## SEO оптимізація

**SEO-оптимізація (Search Engine Optimization, пошукова оптимізація).** Це процес оптимізації сайту з метою покращення його ранжирування в пошукових системах. Він включає оптимізацію контенту, мета-тегів, заголовків, URL-адрес, швидкості завантаження сторінок, структури сайту та інших факторів.

SEO - це тривалий процес, що вимагає постійного моніторингу та аналізу. Рекомендується стежити за останніми новинами та оновленнями від пошукових систем, а також використовувати надійні джерела інформації та найкращі практики в галузі SEO.

**Оптимізація контенту**. Створення унікального, корисного і якісного контенту, який відповідає запитам користувачів і інтересам цільової аудиторії. Контент повинен бути створений з використанням ключових слів, мати хорошу структуру, читабельність і містити інформацію, яку відвідувачі шукають. Важливо оновлювати контент регулярно та створювати нові пости, блоги, відео та інші формати контенту.

Структурований контент – заголовки, підзаголовки, виділені фрагменти та особливі блоки допомагає пошуковим системам краще розуміти інформацію на сайті. Створення привабливого та релевантного візуального контенту – зображень, використання описів та підписів до них, правильне заповнення атрибутів.

**Оптимізація мультимедійного контенту.** Якщо сайт містить мультимедійний контент, такий як відео та аудіо, його оптимізація збільшить швидкість завантаження сторінки. Це оптимізація розміру і формату файлів, використання доречних форматів стиснення, попереднє завантаження або стрімінг мультимедійних файлів.

**Оптимізація посилань (Link Building)**. Якість зовнішніх посилань на просувний сайт є одним із важливих факторів ранжування у пошукових системах. Вагомими для пошукової видимості є посилання від авторитетних та релевантних джерел. Це можуть бути тематичні публікації, партнерські посилання, посилання із соціальних медіа та інші. Варто уникати практик, які порушують правила пошукових систем, таких як покупка посилань та масове розміщення посилань на низькоякісних сайтах.

**Оптимізація для голосового пошуку**. З розвитком голосових помічників та пристроїв оптимізація для голосового пошуку стає все більш важливою. Запитання голосового пошуку часто мають розмовний характер, тому контент на сайті повинен бути адаптований для відповіді на такі запити.

**Локальна оптимізація (Local SEO).** Якщо бізнес має фізичну локацію або орієнтований на конкретну географічну сферу, важливо оптимізувати сайт для місцевого пошуку. Це додавання локації компанії на сторінки сайту, реєстрацію в місцевих каталогах і сервісах, отримання відгуків від клієнтів, втілення локальних ключових слів та інші заходи, які допоможуть сайту з'явитися в результатах пошуку місцевих запитів.

**Технічна оптимізація.** Пов'язана з технічними аспектами сайту для покращення його продуктивності та доступності для пошукових роботів. Це встановлення правильних мета-тегів, наявність файлів robots.txt і sitemap.xml, вказування канонічної URL-адреси, усунення помилок 404 та інші технічні аспекти.

**Оптимізація швидкості завантаження сторінок.** Швидке завантаження сторінок є важливим фактором для користувачів та ранжирування в пошукових системах. Це оптимізація розміру зображень, стиснення файлів, мінімізація використання скриптів і стилів, вибір хостингу з високими показниками роботи тощо.

**Мобільна оптимізація.** Кількість користувачів, які відвідують веб-сайти з мобільних пристроїв щороку збільшується, тому важливо адаптувати сайт для мобільного перегляду. Це створення дизайну, який автоматично адаптується до різних розмірів екранів, швидке завантаження сторінок, спрощення навігації та взаємодії з сайтом на сенсорних екранах, а також забезпечення зручності читання та доступності контенту з мобільних пристоїв.

**Оптимізація конверсій**. Це збільшення відсотка відвідувачів, які виконують бажані дії на сайті, такі як купівля товару, заповнення форми, підписка на розсилку та інші. Оптимізація конверсій включає аналіз поведінки користувача, тестування різних варіантів дизайну, тексту і навігації сторінки, спрощення процесу оформлення замовлення або реєстрації.

**Оптимізація соціальних медіа**. Активна присутність у соціальних мережах та участь у громадських дискусіях можуть допомогти у залученні трафіку до сайту та збільшити видимість сайту. Оптимізація соціальних медіа це створення привабливих заголовків для загальних посилань на сайт, додавання кнопок для поширення контенту, інтеграцію сайту з соціальними платформами для зручної взаємодії користувачів і підвищення загальної видимості через соціальні мережі. Важливими є такі соціальні сигнали, як лайки, репости та коментарі.

**Аналітика та моніторинг.** Важливо відстежувати ефективність застосованої оптимізації та вносити коригування за потреби. Використовувати аналітичні інструменти, такі як Google Analytics, щоб отримувати інформацію про трафік, поведінку користувачів, конверсії та інші метрики. Аналізувати дані, щоб визначити ефективність застосованих стратегій

SEO не обмежується лише оптимізацією сайту. Використання інших каналів просування, таких як соціальні мережі, контент-маркетинг, електронна пошта та PR, може допомогти збільшити видимість сайту та залучити більше трафіку.

## Види SEO оптимізацій

Розроблено багато прийомів, здатних маніпулювати пошуковою системою, проте, вони різняться за своєю коректністю та легальністю. Будь-яка маніпуляція певними параметрами сайту може бути розцінена пошуковиком як небажаний вплив на його результати. Такі дії прямо заборонені в ліцензіях на використання пошукових систем, тому оптимізатори і маркетологи мають просувати сайт, не порушуючи правил пошукових систем.

### Біла оптимізація

Біла оптимізація - оптимізаторська робота над ресурсом без застосування офіційно заборонених методів просування ресурсу - без впливу на пошукові алгоритми сайтів. Це передбачає роботу над самим сайтом, а саме над внутрішньою структурою, навігацією та вмістом, і роботу з зовнішнім оточенням сайту.

Біла оптимізація - це легальні професійні методи, що доповнюють один одного і надають стабільний результат. Біла оптимізація спрямована на те, щоб і відвідувачі, і пошукові машини ставили сайту високу оцінку. Це свідчить, що просувається корисний сайт, наповнений унікальним контентом. Зовнішні джерела сприяють у просуванні сайту, це можуть бути статті на авторитетних та тематичних сайтах, топіки в блогах, прес-релізи, оголошення, реклама, пости в соціальних мережах, партнерських програмах із зазначенням посилань на просувний сайт.

Рекомендується дотримуватися білої оптимізації і правил пошукових систем, щоб забезпечити довгострокову та стійку видимість у пошукових результатах.

### Сіра оптимізація (Gray Hat Optimization)

Сіра оптимізація використовує тактики, які можуть бути розцінені як неоднозначні, не повністю відповідають рекомендаціям пошукових систем, але й не порушують їхньої політики настільки, щоб бути віднесеними до "чорної оптимізації".

* **Наповнення ключовими словами (keyword stuffing)**. Використання надмірної кількості ключових слів чи фраз у контенті з метою вплинути на ранжування. Це може створювати неприродний контент для користувачів.
* **Прихований текст**. Текст, що невидимий для користувачів, але доступний для пошукових роботів. Наприклад, текст може бути написаний білим кольором на білому тлі або прихований за межами видимої ділянки сторінки.
* **Купівля посилань**. Придбання посилань на низькоякісних або нерелевантних сайтах з метою покращення ранжування.
* **Створення дублікатів контенту.** Створення контенту, що повторюється або дублюється, на різних сторінках сайту або на різних сайтах з метою збільшення видимості та залучення трафіку.
* **Використання автоматичного створення контенту**. Використання програмного забезпечення або скриптів для автоматичного генерування контенту, який може бути низької якості та неінформативним для користувачів.

Сіра оптимізація може мати негативні наслідки. Пошукові системи постійно вдосконалюють свої алгоритми, виявляють такі практики та не враховують їх для ранжування. Якщо пошукова система виявить сіру оптимізацію, сайт може втратити у ранзі і пересунутися на десятки позицій нижче.

### Чорна оптимізація (Black Hat Optimization)

У спробі отримати швидкі штучні результати ранжирування використовуються недобросовісні та заборонені методи, які можуть призвести до тимчасового блокування або видалення сайту з бази даних пошукової системи.

Методи чорної оптимізації суперечать правилам пошукових систем і зазвичай є забороненими, деякі є звичайним обманом системи.

**Дорвей (Doorway Page)** – це веб-сторінка, що створена з метою залучення відвідувачів та покращення позицій у пошукових результатах для конкретних запитів, але фактично не надає змісту, що відповідає цим запитам. Дорвей створюється таким чином, щоб максимально оптимізувати свою видимість для пошукових систем за конкретними ключовими словами. Коли користувач потрапляє на дорвей, йому пропонують перейти на іншу сторінку або сайт.

Основна мета дорвею – маніпулювати пошуковими системами, щоб привести трафік на сторінку, а потім скерувати цей трафік у потрібному напрямку.

**Клоакінг (Cloaking)** – це метод, при якому одна веб-сторінка надає різний зміст для пошукових роботів та звичайних користувачів. Коли пошуковий робот звертається до сторінки, йому може бути наданий контент максимально оптимізований для високого рейтингу в пошукових результатах. Однак, при відвідуванні сторінки для звичайних користувачів контент може бути зовсім іншим.

Мета клоакінгу – обманювати пошукові системи, надаючи їм оптимізований контент, який може відрізнятись від того, що бачать користувачі.

**Однопіксельні посилання (One-Pixel Links)** - використання невидимих або майже невидимих елементів розміром в один піксель, щоб створити посилання на певні сторінки або ресурси. Цей метод був популярним у минулому, але з часом його ефективність значно зменшилася через удосконалення алгоритмів пошукових систем для виявлення та придушення подібних практик.

Метою використання однопіксельних посилань є створення штучних зворотних посилань на певні сторінки чи ресурси. Це використовують для маніпуляції рейтингом сторінок у пошукових результатах.

#### Інші прийоми чорної оптимізації:

* Повне або часткове копіювання контенту з інших веб-сайтів без дозволу, щоб створити багато сторінок з однаковим або майже однаковим змістом.
* Використання програм для масового надсилання спам-коментарів та повідомлень на форумах.
* Створення мережі штучних посилань для продажу їх власникам веб-сайтів.
* Використання переадресації для обману пошукових систем та передання рейтингу з однієї сторінки на іншу.

Пошукові системи періодично випускають оновлення своїх алгоритмів, які можуть фільтрувати та карати сайти, які використовують чорні методи оптимізації. Можуть застосовувати мануальні санкції до сайтів, якщо виявлять порушення. Це означає, що фахівці з пошукової оптимізації в пошуковій системі вручну переглядають сайт і застосовують відповідне покарання.

* Пошукові системи можуть різко понизити ранг сайту в результатах пошуку. Це призводить до зменшення видимості сайту та його органічного трафіку.
* У випадку серйозних порушень правил пошукової системи, сайт може бути повністю виключений із індексу. Це означає, що сайт не відображатиметься в результатах пошуку взагалі.
* Пошукові системи можуть надсилати власникам сайтів повідомлення про порушення та вимагати виправлення. У разі порушення авторських прав або шахрайство, можуть бути вжиті юридичні дії.

Загалом використання чорної оптимізації може призвести до серйозних наслідків для сайту, включаючи втрату відвідуваності та позицій у результатах пошуку. Для досягнення стійких та довгострокових результатів рекомендується дотримуватися правил пошукових систем та використовувати білі методи оптимізації.

### Внутрішня оптимізація сайту

Внутрішня оптимізація має свої особливості, які обов'язково повинен враховувати оптимізатор. До неї відноситься аудит сайту і приведення структури та контенту сайту до вимог: чітке структурування сайту, правильне оформлення головної сторінки сайту, наявність карти сайту, логічне навігаційне меню.

* Зрозумілий для людей url. Доступність сайту з WWW і без.
* Доступ за протоколом https. Наявність сертифікату SSL.
* Зрозумілий і відповідний до сторінки <title> </ title>. Наявність мета-тегів description і keywords.
* Адаптивна верстка.
* Максимальний рівень вкладеності сторінок – 3.
* Обсяг сторінки від 500..10000 символів.
* Розміщення унікального контенту.
* Наявність ключових слів в контенті та їх виділення.
* Структурований контент. Наявність заголовків <h1> .. <h6>
* Внутрішні посилання на відповідні сторінки сайту.
* Відсутність непрацюючих посилань.
* Прописування атрибутів Alt і Title до зображень.
* Валідність коду.
* Відсутність сторінок-дублікатів на сайті.
* Швидкість завантаження сайту.

Оформлення контенту має виконуватися з врахуванням певних вимог, які впливають на кінцеве ранжирування сайту.

### Зовнішня оптимізація сайту

Зовнішня оптимізація в першу чергу призначена для підвищення авторитетності сайту з точки зору пошукових систем. Вони вираховують популярність ресурсу за кількістю відвідувачів і кількістю ресурсів, які посилаються на просувний сайт. Цьому сприяє унікальність контенту, зручна організація та навігація, якісне надання інформаційних чи інших послуг.

Зовнішня оптимізація полягає в популяризації сайту на інших ресурсах та нарощуванні посилальної маси на сайт, тобто розміщення посилань на інших сайтах, які ведуть на просувний сайт, тобто. Однак, кількість посилань ще нічого не означає, куди важливіше "якість" посилання.

Головними критеріями якості посилання вважаються:

* Тематичність (посилання в тематичній статті).
* Посилання, за яким є реальні переходи (посилання справжнє).

Отримання зовнішніх посилань можна домогтися кількома шляхами.

* **Соціальні мережі.** Активно просувати сайт можна за допомогою соціальних мереж - Facebook, Instagram, Google+, Twitter та інші. Тут не достатньо просто створити обліковий запис і розмістити кнопку на сайті - потрібно дійсно займатися просуванням, розміщувати там інформацію про компанію, посилаючись на сайт. Великим плюсом будуть кнопки лайків і репостів на сайті. Посилання з соціальних мереж враховуються пошуковими системами, особливо цінуються переходи за такими посиланнями. Більшого ефекту надає розміщення посилання в популярних групах і профілях користувачів.
* **Тематичні статті.** На сайті варто розміщати тематичні статті, що написані експертами в даній галузі. Звичайно, що подібні статті із згадуванням просувного сайту можна розміщувати на інших ресурсах.
* **Реєстрація в каталогах.** Цей підхід відомий давно, з появи посилань для просування сайтів. Занесення сайту до каталогів дозволяють отримати масу посилань з інших сайтів.
* **Відгуки про сайт.** Окрім звичайних посилань можна ще отримувати корисні посилання, що розміщені в коментарях. Пошукові системи звертають увагу на посилання з подібних сайтів і на кількість коментарів. Звісно, що там можна рекламувати сайт (бренд), товар чи послугу. У користувачів підвищується симпатія і довіра до нього.
* **Форуми.** Розміщення на форумах повідомлень, де згадується просувний сайт, для того, щоб повідомлення порахували корисними. Для цього потрібно робити кожен пост максимально наближеним до теми на форумі.
* **Природні вхідні посилання.** Природні посилання - посилання, які з'являються самі без участі власника ресурсу.

Способи розміщення посилань є різні і можуть відноситися до чорної, сірої, білої оптимізації. Пошукові системи з великою обережністю ставляться до раптового зростання посилань, до розміщення посилань у великій кількості на одному сайті, на сайті з низьким рейтингом, до куплених посилань. Зовнішня оптимізація, яка проведена з порушеннями, може стати підставою для отримання бану.

Для зовнішньої оптимізації дії відбуваються зовні сайту, тому, ці дії можна віднести до спроби маніпуляцією видачею пошукової системи. Оскільки пошукові системи не люблять цього, то за певних відхилень можуть визначити зовнішню оптимізація як сіру або чорну.

Майже 100% сайтів в топі застосовують сіру зовнішню оптимізацію, оскільки потрапити в топ тільки білою оптимізацією є довго, а витрати на її проведення будуть просто колосальними. Біле просування може займати роки роботи, але власники сайтів завжди хочуть цей процес пришвидшити.

### Оптимізація сайту самостійно

Самостійна оптимізація сайту стала можливою завдяки появі спеціалізованих сервісів як, наприклад, https://netpeaksoftware.com/uk/spider. Повністю автоматизований процес суттєво полегшує життя власнику веб-ресурсу. Успішна оптимізація сайтів за допомогою автоматичної програми, передбачає формування добірки оптимальних ключових слів і словосполучень для пошукового просування сайту. Також автоматичний сервіс якісно і недорого здійснює закупівлю посилань на інших веб-ресурсах.

Пошукова оптимізація сайту - не є сталою комбінація. Вона орієнтована на алгоритми пошукових систем, а ці алгоритми часто змінюються для того, щоб ставити різні заборони для чорної оптимізації. Разом з оновленням алгоритмів з’являються нові підходи пошукової оптимізації та вдосконалюються старі.