

# Оглавление

Предисловие к третьему изданию .....	12
Предисловие.....	13
<b>Глава 1. Предложение и поиск информации в Интернете .....</b>	<b>14</b>
1.1. Веб-страница как экономическая единица сетевой информации.....	15
1.2. Значение навигационных сервисов.....	18
1.3. Спрос и предложение .....	19
1.4. Выводы.....	20
1.5. Полезные ссылки.....	20
<b>Глава 2. Как получать доход от своего сайта .....</b>	<b>21</b>
2.1. Продажа собственных товаров и услуг .....	22
2.2. Продажа чужих товаров, или «партнерки» .....	25
2.3. Продажа рекламы .....	27
2.4. Продажа информации .....	30
2.5. Некоммерческие сайты .....	31
2.6. Выводы.....	32
2.7. Полезные ссылки.....	32
<b>Глава 3. Повышение эффективности сайта как инструмента продаж .....</b>	<b>34</b>
3.1. Информационное наполнение сайта.....	35
3.2. Организация качественного обслуживания клиентов, пришедших через сайт .....	38
3.3. Рекомендации по организации обслуживания клиента .....	41
3.4. Выводы.....	42
3.5. Полезные ссылки.....	43

<b>Глава 4. Источники трафика, или Где взять посетителей.....</b>	<b>44</b>
4.1. Клавиатурный (type-in) трафик.....	46
4.2. Поисковый трафик.....	46
4.3. Ссылающиеся сайты.....	47
4.4. Ценность разных видов трафика .....	47
4.5. Выводы.....	48
4.6. Полезные ссылки.....	48
<b>Глава 5. Цели и виды продвижения сайтов в поисковых системах ...</b>	<b>49</b>
5.1. Зона видимости.....	50
5.2. Поисковая (контекстная) реклама.....	51
5.3. Оптимизация сайта для поисковых машин.....	52
5.4. Выводы.....	53
5.5. Полезные ссылки.....	54
<b>Глава 6. Как устроены поисковые системы .....</b>	<b>55</b>
6.1. Поиск информации и поисковые машины .....	56
6.2. Как работает поисковая машина.....	58
6.3. Как устроен индекс поисковой машины .....	60
6.4. Некоторые важные вопросы .....	64
6.5. Качество поисковой машины .....	77
6.6. Какая поисковая машина лучше .....	86
6.7. Выводы .....	88
6.8. Полезные ссылки.....	89
<b>Глава 7. Как сделать сайт доступным для поисковых систем.....</b>	<b>90</b>
7.1. Факторы, влияющие на индексацию сайта.....	91
7.2. Управление индексацией сайта .....	96
7.3. Выводы.....	99
7.4. Полезные ссылки.....	99
<b>Глава 8. Рекомендации поисковых систем для владельцев сайтов .....</b>	<b>101</b>
8.1. Являются ли поисковые системы «зеркалами» Интернета.....	102
8.2. Как веб-мастера помогают поисковым системам .....	103

8.3. Как поисковые системы помогают веб-мастерам .....	106
8.4. Выводы.....	108
8.5. Полезные ссылки.....	108
<b>Глава 9. Анализ поискового спроса .....</b>	<b>110</b>
9.1. Виды запросов, характерные для различных потребностей поиска...	111
9.2. Оценка поисковых запросов .....	113
9.3. Методика составления семантического ядра.....	115
9.4. Оценка семантического ядра в целом .....	123
9.5. Выводы.....	124
9.6. Полезные ссылки.....	125
<b>Глава 10. Методы оценки продвижения .....</b>	<b>126</b>
10.1. Три уровня сложности в продвижении сайта .....	127
10.2. Видимость сайта в поисковых системах.....	128
10.3. Метод сравнения с эталоном .....	128
10.4. Метод подсчета количества эффективных показов .....	131
10.5. Метод учета поискового трафика.....	139
10.6. Учет действий пользователя .....	140
10.7. Выбор метода оценки продвижения.....	140
10.8. Выводы.....	141
10.9. Полезные ссылки .....	141
<b>Глава 11. Статистика сайта и ее анализ .....</b>	<b>143</b>
11.1. Интернет-статистика: цели и задачи .....	144
11.2. Какие параметры посещаемости сайта нужно оценивать .....	145
11.3. Откуда берутся данные для анализа.....	149
11.4. Обработка данных: собственный анализ данных или счетчик? .....	152
11.5. Счетчики: возможности, достоинства и недостатки .....	157
11.6. Обзор возможностей анализаторов журнальных файлов .....	161
11.7. Выводы.....	162
11.8. Полезные ссылки .....	162
<b>Глава 12. Анализ предлагаемой на сайте информации (контент-анализ) .....</b>	<b>164</b>
12.1. Множество страниц и множество запросов.....	165

12.2. Поиск наиболее релевантных страниц .....	165
12.3. Если контент-анализ не дал результатов .....	169
12.4. Выводы .....	170
12.5. Полезные ссылки .....	170

**Глава 13. Внутренние факторы, от которых зависит положение сайта в результатах поиска..... 172**

13.1. Представление о «естественных веб-страницах» .....	173
13.2. Внутренние факторы ранжирования .....	175
13.3. Сочетание факторов ранжирования: «формула релевантности» .....	182
13.4. Выводы .....	183
13.5. Полезные ссылки .....	183

**Глава 14. Коррекция сайта для продвижения в поисковых системах ..... 184**

14.1. Что нужно править на страницах сайта .....	185
14.2. Чувство меры и типичные ошибки коррекции .....	186
14.3. Риски: чем опасны ошибки коррекции .....	190
14.4. Результативность коррекции .....	191
14.5. Выводы .....	193
14.6. Полезные ссылки .....	194

**Глава 15. Авторитетность сайта и ссылочное ранжирование ..... 195**

15.1. Авторитетность сайта .....	196
15.2. Ссылочное ранжирование .....	200
15.3. Контент-анализ и размещение ссылок .....	200
15.4. Выводы .....	202
15.5. Полезные ссылки .....	202

**Глава 16. Работа со ссылками.....203**

16.1. Почему веб-мастера размещают ссылки на другие сайты? .....	204
16.2. Ссылки для продвижения в поисковых системах .....	206
16.3. Технические аспекты работы со ссылками .....	216
16.4. Выводы .....	219
16.5. Полезные ссылки .....	219

<b>Глава 17. Ссылочные, текстовые биржи и сервисы автопродвижения .....</b>	<b>221</b>
17.1. Как поисковые системы относятся к платным ссылкам .....	222
17.2. Биржи ссылок .....	224
17.3. Биржи статей .....	226
17.4. «Автопродвижение», или Битва роботов .....	229
17.5. Выводы .....	230
17.6. Полезные ссылки .....	230
<b>Глава 18. Нестандартные методы продвижения .....</b>	<b>231</b>
18.1. Использование опечаток и ошибок для продвижения в поисковых системах .....	232
18.2. Оптимизация альтернативных форматов документов (Flash, PDF, DOC, XML) .....	236
18.3. Выводы .....	238
18.4. Полезные ссылки .....	239
<b>Глава 19. Использование изображений для продвижения сайта ....</b>	<b>240</b>
19.1. Что такое «поиск в картинках» .....	241
19.2. Плюсы и минусы «картиночного» продвижения .....	242
19.3. Подготовка картинок для продвижения .....	243
19.4. Полезные советы .....	246
19.5. Выводы .....	248
19.6. Полезные ссылки .....	249
<b>Глава 20. Спамдексинг .....</b>	<b>250</b>
20.1. Возникновение спамдексинга — спам мета-тегов .....	252
20.2. «Накачка» текстов ключевыми словами .....	253
20.3. Скрытый и мелкий текст .....	255
20.4. Перенаправление посетителей — редирект .....	255
20.5. Входные страницы с ручным переходом .....	256
20.6. Спам тегов <noframes>, или бридж-страницы .....	258
20.7. Замена содержимого входных страниц, или свопинг .....	259
20.8. Клоакинг .....	259
20.9. Полное и неполное дублирование сайтов .....	262

20.10. Ссылочный спам .....	264
20.11. Контентный спам .....	266
20.12. Выводы .....	270
20.13. Полезные ссылки .....	271
<b>Глава 21. «Темная сторона Силы», или Спорные технологии продвижения .....</b>	<b>272</b>
21.1. Проблемы легитимности поискового продвижения .....	273
21.2. Анализ бэклинков .....	278
21.3. Выводы .....	284
21.4. Полезные ссылки .....	285
<b>Глава 22. О машинном обучении, качестве поиска и стратегии поисковой оптимизации .....</b>	<b>286</b>
22.1. Сколько факторов влияют на ранжирование документов в поисковых машинах .....	287
22.2. Машинное обучение .....	288
22.3. Качество поиска .....	291
22.4. Стратегия поисковой оптимизации для алгоритмов с машинным обучением .....	292
22.5. Практические советы веб-мастеру .....	295
22.6. Выводы .....	296
22.7. Полезные ссылки .....	296
<b>Глава 23. Поисковая реклама .....</b>	<b>298</b>
23.1. Что такое поисковая (контекстная) реклама .....	299
23.2. Системы показа контекстной рекламы .....	301
23.3. Формат и места размещения рекламных материалов .....	302
23.4. Условия показа рекламы .....	303
23.5. Планирование поисковой рекламы .....	308
23.6. Тестирование эффективности рекламной кампании .....	320
23.7. Выводы .....	323
23.8. Полезные ссылки .....	323
<b>Глава 24. Продвижение сайтов и социальный поиск .....</b>	<b>325</b>
24.1. Социальные сети и сообщества .....	326
24.2. Социально-поисковые сервисы .....	327

24.3. Выводы .....	334
24.4. Полезные ссылки .....	335
<b>Глава 25. Повышение конверсии трафика .....</b>	<b>336</b>
25.1. Что такое «конверсия».....	337
25.2. Повышение конверсии некоммерческого сайта .....	339
25.3. Конверсия трафика коммерческого сайта.....	353
25.4. Анализ и планирование конверсии.....	365
25.5. Выводы .....	368
25.6. Полезные ссылки .....	368
Заключение .....	370
Приложение 1. Роботы поисковых систем .....	371
Приложение 2. Словарь терминов и жаргонизмов поисковой оптимизации .....	380
Приложение 3. Как продвигать сайты СМИ.....	389
Приложение 4. Как продвигать туристические сайты.....	398
Приложение 5. Как продвигать блоги .....	407
Приложение 6. SEO-копирайтинг .....	421
Приложение 7. Выбор удаленного исполнителя .....	434
Приложение 8. Продвижение региональных сайтов.....	440
Приложение 9. Google Analytics .....	445
Об авторах .....	459