

Оглавление

Благодарности	6
Предисловие автора к третьему изданию	7
Введение	8
Глава 1. Подготовительный этап	14
Анализ бизнеса и определение конкурентных преимуществ	14
Анализ удобства (юзабилити) сайта	17
Анализ качества обработки заявок с сайта	36
Разработка сайта для последующего продвижения	44
Глава 2. Анализ спроса на товары (услуги) сайта среди аудитории поисковых систем	59
Что такое семантическое ядро	60
Где применяется семантическое ядро.	62
Шаг 1. Сбор ядра запросов. Методика формирования семантического ядра	62
Шаг 2. Составление списка соответствия	78
Шаг 3. Составление задания для копирайтера	81
Практикум	83
Глава 3. Анализ конкуренции и конкурентов	84
Первый метод. Изучение топ-10 поисковой выдачи по «жирным» запросам.	85
Второй метод. Анализ конкурентов «чужими руками».	86
Третий метод. Анализ конкурентов с целью определения сложности и стоимости продвижения по запросам	87
Четвертый метод. Оценка и анализ конкурентов по коммерческим факторам	87
Кейс: как сделать дизайн сайта, проанализировав конкурентов	91
Практикум. Смотрим конкурентам в лицо	92
Глава 4. Текстовая составляющая сайта (контент)	93
Что такое контент	93
Что такое SEO-копирайтинг	93

В чем специфика текстов для сайтов	94
Почему так важен контент.	94
Чем наполнить сайт.	98
«Метод вопросов» при анализе контента	99
Контент-анализ сайта и составление списка соответствия	101
Развитие сайта в плане контента.	106
Практикум	108
Ошибки в текстах с точки зрения SEO.	111
Приемы написания качественных текстов	118
Глава 5. Оптимизация сайта под поисковые системы	128
SEO-аудит сайта.	128
Виды и специфика проведения аудитов сайта	147
Глава 6. Работа со структурой сайта: анализ, оптимизация	159
Оптимизация URL документов сайта	159
Создание карты сайта	160
Внутреннее ссылочное ранжирование	162
Разнесение на поддомены	169
Обеспечение трехкличевой структуры сайта	169
Как настроить перелинковку на сайте для получения максимального результата	171
Глава 7. Технический аудит сайта	188
Что такое технический аудит сайта	188
Примерный чек-лист для технического аудита	189
Полезный софт для автоматизации аудита	200
Организация бэкапов сайта	201
Случаи из практики.	201
Чек-лист по техническому аудиту для читателей книги	202
Глава 8. Работа с внешними ссылками	203
Способ первый. Ссылочные статьи	203
Способ второй. Платные ссылки.	206
Способ третий. Ссылки из социальных сетей.	211
Чек-лист по ссылкам для читателей	213
Построение ЕСП для сайта	213

Глава 9. Коммерческие факторы ранжирования	224
Многообразие коммерческих факторов. С чем имеем дело	224
Основные факторы коммерческого алгоритма «Версия “Яндекса”» от 2013 года	225
Коммерческие факторы, явно не обозначенные «Яндексом»	237
Резюме	237
Глава 10. Поведенческие факторы ранжирования сайтов	238
Результаты от накрутки ПФ	239
Как улучшить пользовательские факторы.	239
Естественное улучшение ПФ. Исследуем поведение	242
«Яндекс.Метрика» и карта кликов	245
Просмотр видео взаимодействия пользователей со страницами сайта	245
Практикум	246
Глава 11. Ассессорские факторы ранжирования сайта.	248
Кто такие ассессоры	248
Как работают ассессоры.	248
Шкала релевантности	250
Для чего используются оценки ассессоров	250
Насколько точны оценки ассессоров	251
Как поисковик ищет хорошие сайты	251
Оценки ассессоров: высокие, средние и низкие	253
Признаки высокого качества (по мнению ассессоров и обычных людей).	255
Признаки низкого качества (по мнению ассессоров и живых людей)	261
Резюме. Над чем нужно работать	266
Чек-лист по ассессорской оценке сайта	266
Заклучение	267
Приложение. Словарь терминов и понятий.	268