

Содержание

Введение	18
Об авторе	17
Об этой книге	18
Глупые предположения	19
Структура книги	19
Часть I. Основы поисковых систем	20
Часть II. Дружба с поисковыми системами	20
Часть III. Добавление сайта в индексы и каталоги	20
Часть IV. После того как сайт зарегистрирован	21
Часть V. Великолепные десятки	21
Пиктограммы, используемые в книге	21
Ждем ваших отзывов!	22
Часть I. Основы поисковых систем	23
Глава 1. Обзор поисковых систем	25
Поисковые системы и каталоги	26
Поисковые индексы и поисковые машины	26
Поисковые каталоги	26
“Беспаяковые” индексы	28
Системы с оплатой за клики на рекламных ссылках	28
Правильно понимайте термины	29
Почему приходится беспокоиться о поисковых системах	30
Где ищут люди	31
Магия поисковых систем	35
Как они это делают	35
Представьте себя программистом	36
Подготовим инструменты	37
Панели инструментов для поиска	38
Панель инструментов Alexa	40
Глава 2. Поисковая оптимизация за один час	43
Проиндексирован ли ваш сайт	43
Google	43
Yahoo!, MSN/Bing и Яндекс	45
Каталог Яндекса	46
Каталог Open Directory Project	46
Что делать, если сайт не видят поисковые системы	46
Не относится ли ваш сайт к числу невидимых?	47
Невразумительная навигация	47
Работа с динамическими страницами	48
Выбор ключевых слов	49

Тестирование веб-страниц	51
Использование фреймов	51
Просмотр тегов <TITLE>	52
Проверка элемента DESCRIPTION	53
Дайте поисковым системам что-нибудь почитать	54
Представление сайта для индексации	57
Глава 3. Борьба с конкурентами: планирование стратегии поисковой оптимизации	59
Не полагайтесь на своего веб-дизайнера	60
Неизбежные ограничения	60
Изучаем уровень конкуренции	61
Почему мой конкурент ранжируется так высоко?	65
Стоит ли бороться за первенство	65
Целенаправленный поиск ключевых фраз	65
Что такое “хвост” поиска	66
Контролируем переменные поисковых систем	68
Ключевые слова	68
Контент	69
Оптимизация страницы	69
Регистрации	69
Ссылки	70
Время и “песочница” Google	71
Разработка плана наступления	71
О чем следует помнить	73
Глава 4. Создаем полезный сайт	75
Основные правила достижения успеха	77
История: правда и вымысел	77
Открываем настоящий секрет	78
Контент необходим, даже если он не нужен	79
Улучшаем работу сайта	80
Не увлекайтесь мультимедиа	80
Используйте текст, а не графику	81
Избегайте остроумия	81
Перемещайтесь легко	82
Позаботьтесь о нескольких маршрутах	82
Используйте подробные текстовые ссылки	82
Избегайте реструктуризации сайта	83
Редактирование и проверка правописания	84
Все хорошо в меру	84
Часть II. Дружба с поисковыми системами	87
Глава 5. Выбор правильных ключевых слов	89
Осознайте важность ключевых слов	90
Думайте как ваш клиент	91

Приступаем к анализу ключевых слов	92
Очевидные ключевые слова	92
Просмотр журнала регистрации сайта	92
Проверка тегов с ключевыми словами, используемыми конкурентами	92
Проведите мозговой штурм с коллегами	92
Внимательно просмотрите получившийся список	93
Инструменты подсказки ключевых слов	96
Google AdWords	96
Служба Яндекс.Директ	101
Wordtracker	102
Выбор ключевых слов	104
Не упустите из виду цель	105
Неоднозначные термины	105
Выбор терминов	105
Выбор комбинации	106
Глава 6. Создание страниц, которые нравятся поисковым системам	109
Подготовка сайта	109
Поиск хостинга	109
Выбор доменного имени	110
Создание веб-страниц	112
Использование ключевых слов	115
Выбор для страницы одной или двух фраз	115
Проверка на заметность	116
Плотность ключевых слов	117
Размещение ключевых слов на сайте	117
Создание веб-страниц	118
Имена файлов	118
Создание структуры каталогов	118
Просмотр тегов <TITLE>	119
Использование метатега DESCRIPTION	121
Метатег KEYWORDS	123
Использование других метатегов	124
Добавление к изображению текста ALT	126
Добавление основного текста	126
Заголовки: CSS или теги <H>	127
Форматирование текста	128
Создание ссылок	129
Использование названий других компаний и продуктов	130
Создание навигационной структуры, которую могут читать поисковые системы	131
Блокирование поисковых роботов	132

Глава 7. Технологии, которые не нравятся поисковым системам	135
Работа с фреймами	135
Базовый HTML-код фреймов	137
Предоставление поисковым системам необходимой информации	139
Предоставление пути для навигации	140
Открытие страниц во фреймовой структуре	141
Обработка элементов IFRAME	143
Невидимые навигационные системы	143
Просмотр исходного кода	144
Отключение скриптов и Java	145
Решение проблемы	147
Изобилие Flash-анимации	147
Избегайте изображений со встроенным текстом	149
Чем проще, тем лучше	150
Использование внешних сценариев JavaScript	151
Используйте метод <code>document.write</code> для предотвращения проблем с кодом	151
Используйте внешние CSS-файлы	152
Перемещение карты-изображения в нижнюю часть страницы	153
Старайтесь не копировать и не вставлять текст из Microsoft Word	153
Управление динамическими веб-страницами	153
Динамические страницы и поисковые системы	155
Выявление проблем, вызванных использованием динамических страниц	156
Использование идентификаторов сеансов в URL-адресах	157
Проверка навигационной системы, основанной на применении файлов “cookie”	160
Разные мелочи	162
Страницы перенаправления	162
Карты-изображения	162
Специальные символы	163
Глава 8. Методы, которых следует избегать	165
Как обманывают поисковые системы	165
Стоит ли обманывать	166
Что можно считать обманом	166
Работают ли эти приемы?	167
Арсенал грязных трюков	168
Наполнение страниц ключевыми словами	168
Соккрытие (и сокращение) ключевых слов	169
Скрытые ссылки	172
Дублирование страниц и сайтов	172
Подмена и похищение страниц	172
Страницы-дорвеи и информационные страницы	173
Перенаправление и маскирование	174
Что такое перенаправление	175

Маскирование (клоакинг)	175
Трюки против стратегии	177
Наказание за обман	178
Глава 9. Продвижение сайта за счет контента	181
Три способа создания контента	182
Создание собственных материалов	183
Библиотека аннотаций на чужие статьи	183
Обзор веб-сайтов	184
Обзор товаров	184
Убедите кого-то еще написать это	184
Использование чужого контента	186
Авторские права, краткий курс	187
Охота за чужим контентом	188
Ключевые слова	188
Информация о продукте	189
Веб-сайты и списки рассылки	190
Правительственные источники	191
Сайты, синдицирующие контент	193
Традиционные услуги синдикации	196
RSS-каналы	197
Открытый контент и антикопирайт	198
Страницы результатов поиска	199
Пресс-релизы	200
Области “Вопросы и ответы”	200
Доски объявлений	201
Блоги	201
Дублирование контента	202
Глава 10. Поиск локального трафика	205
Важность локального поиска	206
Главное о локальном поиске	207
Как происходит локальный поиск	209
Поисковые термины	209
Партнерские и локализованные сайты	209
IP-адреса	209
Два способа привлечь местных посетителей	212
“Локализация” веб-страниц	213
Регистрация для локального поиска	215
Получение контроля над данными о вашем бизнесе	216
Увеличение шансов	219
Поиск локальных систем	219
Не забывайте о небольших локальных каталогах	220

Локальный поиск и сайты отзывов	221
Удаление плохих отзывов	222
“Разбавление” плохих отзывов	223
Сайты отзывов	223
Работа с “Желтыми страницами”	223
Часть III. Добавление сайта в индексы и каталоги	227
Глава 11. Регистрация сайта в поисковых системах	229
Ссылки на сайт как способ добавления его в индексы	229
Простое предоставление ссылки основным системам	230
Отправка XML-карты сайта	231
Создание карты сайта	232
Отправка файлов Sitemap	233
Дополнительные инструменты для веб-мастеров	236
Регистрация сайта в менее известных системах	238
Службы регистрации и специальное программное обеспечение	240
Глава 12. Регистрация в каталогах	243
Сравнение поисковых систем и поисковых каталогов	243
Почему каталоги столь важны	245
Регистрация в каталогах	246
Регистрация в каталоге Yahoo!	247
Регистрация в каталоге Яндекса	248
Регистрация в Открытом каталоге	249
Поиск специализированных каталогов	250
Поиск каталогов другими способами	252
Получение ссылки	252
Использование “локальных” каталогов	254
Регистрация в каталогах второго уровня	254
Поиск каталогов второго уровня	255
Старайтесь не платить	255
Глава 13. Поиск товаров: не забудьте о торговых каталогах и сайтах	257
Где люди ищут товары	257
Работа с индексами товаров	260
Ваши товары на сайте Google	261
Каталог Яндекс.Маркет	263
Товары@mail.ru	264
Каталог price.ru	265
Тындекс: найдем любой товар	265
Каталог poisk-podbor.ru	267
Каталогов товаров много...	267
Сайты частных объявлений	268
Электронная коммерция, или торговые сайты	269

Работа с eBay	270
Работа с Amazon	270
Управление данными	271
Какие данные понадобятся	272
Инструкции по форматированию	273
Создание электронной таблицы	274
Получение URL-адресов товаров	274
Создание отдельных листов	276
Создание и выгрузка файлов данных	279
Другие способы управления данными	280
Часть IV. После того как сайт зарегистрирован	283
Глава 14. Ссылочное ранжирование	285
Почему поисковым системам “нравятся” ссылки	285
Важность страницы и показатель PageRank	288
PageRank — лишь одна часть уравнения	289
Алгоритм PageRank	290
Чем крупнее сайт, тем выше его показатель PageRank	292
Определение показателя PageRank страницы	293
“Утечка” PageRank	296
Релевантность страницы	297
Центральные и периферийные сайты	298
Доверие к TrustRank	299
Вставка ключевых слов в ссылки	300
Гугл-бомба живет	301
PageRank и ключевые слова	303
Ссылки ценные и не имеющие ценности с точки зрения SEO	303
Распознавание ссылок, не имеющих ценности с точки зрения SEO	304
Выявление ссылок, которые не являются таковыми	305
Выявление ссылок типа nofollow	306
Несколько основных правил, касающихся ссылок	307
Глава 15. Поиск сайтов, которые могут предоставить ссылки	309
Управление ссылками	309
Анализ ссылок	312
Google	312
Поиск в Yahoo!	312
Бесплатные сайты популярности ссылок	313
Программное обеспечение для изучения популярности ссылок	314
Получение ссылок, шаг за шагом	317
Регистрация в поисковых каталогах	319
Попросите своих друзей и родственников	319

Попросите сотрудников	319
Свяжитесь с сайтами сообществ	320
Свяжитесь с веб-сайтами производителей	320
Свяжитесь с партнерами по бизнесу	320
Попросите, чтобы вас сделали избранным клиентом	320
Зарегистрируйтесь на сайтах объявлений и в списках рассылки	320
Отправьте пресс-релизы	321
Создайте “приманку для ссылок”	322
Найдите сайты, ссылающиеся на ваших конкурентов	323
Попросите другие сайты сделать ссылки	323
Сделайте запрос на предмет обмена ссылками	323
Поиск по ключевым словам Добавить URL	327
Упоминание вашего сайта в дискуссионных группах	328
Работа с блогами	329
Проведите PR-кампанию вне Интернета	330
Отдайте свой контент	330
Реклама в Интернете	330
Воспользуйтесь специальными службами или купите ссылки	331
Просто подождите	334
Забудьте об этом	334
Будьте осторожны, размещая ссылку!	334
Глава 16. Где еще можно получить ссылки	337
Получили контент? Синдицируйте его!	337
Четыре технологии синдикации	338
Получение большего эффекта от синдикации	339
Разместите статьи в библиотеках	340
Службы синдикации	340
Кто будет писать ваши статьи?	341
Сайты с приоритетными статьями	341
Синдикация утилит	342
Другие способы получения ссылок	343
Атрибут <code>nofollow</code>	343
Кто будет выполнять всю эту работу?	344
Глава 17. Социальные сети	345
Остерегайтесь обмана в социальных сетях	347
Фактор хаоса	348
Преимущества социальных сетей с точки зрения SEO	348
Получение ссылок с помощью социальных сетей	348
“Захват недвижимости” в поисковых системах	350
Социальные сети — это поисковые системы	351
Социальные сети — книга в себе	351

Глава 18. Использование видео в целях поисковой оптимизации	353
Преимущества видео с точки зрения SEO	353
Видео на вашем сайте	354
Видеоигры с поисковыми системами	356
“Захват недвижимости” в поисковых системах	357
Глава 19. Если Google отворачивается от сайта...	359
Возможные санкции	359
Является ли это штрафом? Небольшой анализ	361
Сайт все еще индексируется?	362
Сайт включен в число “подозрительных”?	363
Количество страниц в индексе значительно изменилось?	363
Что происходит, когда вы проводите поиск по вашему доменному имени?	363
Что происходит, когда вы проводите поиск по доменному имени без указания TLD?	364
Что происходит, когда вы проводите поиск по строке, содержащейся в теге <TITLE>?	364
Что происходит, когда вы ищете строку текста с главной страницы сайта?	364
Не появилось ли сообщение на консоли Google вашего веб-мастера?	365
Сканирует ли все еще Google ваш веб-сайт?	365
Попробуйте воспользоваться программой проверки	366
Итак, был ли сайт оштрафован?	367
Почему сайт не индексируется?	369
Помощь сайту	370
Поиск проблем на страницах сайта	371
Выявление проблем со ссылками	372
Выявление проблем с доменным именем	372
Отправка просьбы о пересмотре	372
Часть V. Великолепные десятки	375
Глава 20. Десять вещей, которые следует учитывать при выборе SEO-фирмы	377
Прочитайте эту книгу	377
Почему вам не нужна SEO-фирма для оптимизации сайта	378
Найдите фирму, руководствуясь рекомендациями	379
Рассмотрите вопрос использования специализированных служб	379
Детально разберитесь в том, какие услуги предоставляет фирма	379
Разберитесь в том, чего фирма ожидает от вас	380
Будьте внимательны	380
Попросите рекомендации	380
Сравните предполагаемые затраты	381
Будет ли фирма предоставлять отчеты?	381

Глава 21. Мифы и заблуждения	383
Миф: все завязано на метатегах и регистрациях	383
Миф: веб-дизайнеры и разработчики знают толк в поисковых системах	384
Миф: многократные регистрации улучшают позиции в результатах поиска	384
Ошибка: вы не знаете свои ключевые слова	385
Ошибка: слишком много страниц с параметрами баз данных и идентификаторами сеансов	385
Ошибка: вначале создается сайт, а потом привлекается эксперт по SEO	386
Миф: за 25 долл. можно получить для сайта позицию №1	386
Миф: партнеры Google дадут возможность занять позицию №1	386
Ошибка: на сайте нет страниц, оптимизированных под определенные ключевые слова	387
Ошибка: ваши страницы пусты	387
Миф: плата за клики на ссылках решает все проблемы	387
Ошибка: верить всему, что вы прочитали	388
Глава 22. Как оставаться в лидерах	389
Мой сайт на тему книги	389
Поисковые системы как они есть	390
Страницы Google для веб-мастеров	390
Руководство Google по оптимизации сайта для начинающих	390
Советы по SEO от MSN/Bing	391
Справка по поиску от Yahoo!	391
Сайт Search Engine Watch	391
Официальный справочный форум Google для веб-мастеров	391
Сайт Webmaster World	392
Сайт HighRankings.com	392
Эволюция и тенденции поиска	392
Глава 23. Полезные вещи, о которых следует знать	395
Проверка рейтинга сайта	395
Выявление неработающих ссылок	397
Панель инструментов Alexa	397
Установите Firebug	398
Проверка плотности ключевых слов	399
Анализ трафика сайта	400
Отслеживание телефонных звонков	401
Проверка дублирования и кражи контента	402
Использование переадресации 301	402
Получение нескольких ссылок на странице результатов поиска	403
Выявление поддельного показателя PageRank	404
Вам нужен привлекательный сайт	405
Дополнительные инструменты	406
Не забывайте о поисковых системах	406

Приложение. Основные методы поиска	407
Способы поиска в Google	407
Поиск “со словами”	408
Поиск “со словосочетанием”	409
Поиск страниц “с любым из слов”	409
Поиск с учетом общих слов	409
Поиск с учетом синонимов	410
Пропустить страницы с определенными словами	410
Поиск в тексте страницы	410
Поиск текста, заключенного между тегами <TITLE>	411
Поиск между тегами <TITLE> и в других местах страницы	411
Поиск URL-адреса	411
Поиск URL-адреса и в других местах страницы	412
Поиск на веб-сайте	412
Игнорировать веб-сайт	412
Поиск страниц в индексе	413
Просмотр кеша Google	413
Поиск страниц со ссылками на указанную страницу	413
Тематический и предметно-ориентированный поиски	414
Поиск на указанном языке	415
Выбор формата файлов	415
Просмотр последних изменений	415
Безопасный поиск	416
Поиск похожих страниц	416
Поиск определения слова	416
Поиск по биржевым символам акций	417
Другие инструменты поиска и службы Google	417
Поиск изображений	417
Группы Google	417
Новости от Google	417
Оповещения Google	418
Другие продукты Google	418
Другие поисковые системы	418
Предметный указатель	419