

УДК 004.051

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ВНУТРЕННЕЙ SEO-ОПТИМИЗАЦИИ САЙТА СПОРТИВНОГО КЛУБА

К.С. БОРИСЁНОК

(Представлено: канд. физ.-мат. наук, доц. А.Ф. ОСЬКИН)

В статье представлен практический способ организации SEO-оптимизации для сайта спортивного клуба, также были описаны основные понятия SEO-оптимизации и основные мета-теги.

Введение. SEO-оптимизация – действия, направленные на улучшение работы сайта, его продвижение на первые строчки в поисковых системах, создание удобного интерфейса, а также поиск целевой аудитории» [1]. С помощью SEO пользователь будет быстрее находить ваш сайт по определенным ключевым запросам.

Основной раздел. Внутренняя оптимизация сайта включает в себя:

- изучение конкурентов;
- создание удобной структуры сайта;
- подбор страниц, распределение ключевых запросов;
- создание уникального и полезного контента;
- работа с параметрами страницы;
- работа с системами Яндекс.Метрика, Google Analytics и Яндекс.Вебмастер;
- работа с изображениями.

Мета тег description — краткое описание страницы сайта в браузере, которое отображается под мета-тегом title в выдаче поисковых систем, но на странице сайта он не виден посетителям, также description не влияет на ранжирование сайтов. Однако описание страниц влияет на посещаемость. Поисковые системы часто используют description для формирования сниппета в выдаче. Поэтому мета-тег влияет на кликабельность ссылки. Для эффективного использования сниппетов следует использовать микроразметку [2]. Существует тип микро-разметки product, который позволяет указать рейтинг, количество отзывов, цену. Основные требования к description:

- description должен соответствовать конкретной веб-странице и быть уникальным для всех страниц сайта;
- description должен содержать ключевые слова, по которым оптимизируется страница;
- размер мета-тега description должен быть от семидесяти до ста тридцати символов.

В листинге 1 находится пример мета-тега description главной страницы. В нем содержится краткое описание страницы, отображаемое в поисковой выдаче.

Листинг 1 – Пример использования мета-тега description

```
<meta name="description" content="Спорт «Красота, сила» привести тело в порядок!">
```

Ключевые слова представляют собой слова, которые описывают тему сайта или текст, и используются поисковыми системами для обеспечения точного соответствия результатов поиска. Существует несколько областей сайта, в которые необходимо поместить собранные ключевые слова:

- заголовки и описание сайта;
- подзаголовки h1;
- содержимое страниц;
- внутренние и внешние ссылки;
- текстовые описания к изображениям.

На главной странице содержится информация о клубе. В листинге 2 представлен мета-тег keywords для страницы «Главная».

Листинг 2– Ключевые слова для главной страницы

```
<meta name="keywords" content="Спорт, тренажёрный, массаж, тренер, тренировки, растяжка, пресс, мышцы, худеть, питание, массаж тела, массаж ног, массаж головы, массаж рук, Crossfit, Sport">
```

Заголовок должен состоять из характерных страниц ключевых слов, собранных в короткую, читаемую, осмысленную и информативную фразу. Основные требования к заголовку на сайте следующие:

- 1) длина заголовка не длиннее семидесяти символов;
- 2) в заголовке необходимо отразить содержимое страниц;
- 3) использовать в заголовке ключевые слова;
- 4) важные слова вставлять в начале заголовка.

В листинге 3 размещен заголовок для главной страницы сайта.

Листинг 3 – Заголовок для категорий главной страницы

```
<title>Спортивный клуб высшего уровня. </title>
```

При создании дизайна сайта необходимо учитывать структуру семантики. Семантические теги созданы для наглядной разметки веб-мастером контента и удобства распознавания структуры сайта поисковыми системами. Есть несколько наиболее часто используемых тэгов для успеха в SEO-оптимизации:

– article – используется для того, чтобы поисковые роботы могли безошибочно выделять на странице основное смысловое содержание. Расчет разработчиками версии сделан на то, что индексация происходит по главному контенту. Сообщение в блоге или новая статья может быть заключена в тег <<article>>;

– section – указывает подраздел блок контента, таких как article. При этом каждая секция получает индивидуальные HTML-заголовки. Структурирование и сегментация страницы помогают поисковым алгоритмам быстро ориентироваться на просматриваемой веб-странице;

– header – как правило, в тег <<header>> заключается не только название (заголовок) сайта, но и логотип, и навигационная панель;

– footer – в данном теге располагается общая информация об авторских правах, контактные данные владельцев и / или разработчиков сайта, ссылки на другие ресурсы и так далее. Поисковики, желая найти на странице такую информацию, будут целенаправленно идти в этот тег;

– nav – демонстрирует поисковикам архитектурное вашего сайта.

Микроразметка – стандарт семантической оптимизации. Стандарт был представлен поисковиками Google, Bing и Yahoo летом 2011 года. Микроразметка позволяет роботам точнее определять и структурировать информацию на страницах сайтов. Микроразметка выполняется добавлением в HTML-код страницы специальных тегов, в которых размещается различная полезная информация [3].

Микроразметка поделена на словари. Словарь – это набор различных атрибутов для данных. Один из наиболее популярных и использованный в данном проекте – OpenGraph. Основные атрибуты словаря OpenGraph, используемые при SEO-оптимизации данного проекта:

– og:locale – указывает на язык контента и локацию сайта;

– og:type – указывает тип контента на странице (статья, новость, обзор);

– og:title – указывает метатеги title;

– og:description – указывает метатеги description;

– og:url – URL страницы;

– og:image – указываем изображение статьи, обзоры;

– og:site_name – имя сайта.

Описанные действия по SEO-оптимизации эффективно влияют на развитие ресурса и привлечение новых пользователей. Стандартных методов SEO-оптимизации не существует, поэтому были выбраны наиболее подходящие и как можно менее затратные способы. SEO-оптимизация является самым доступным по стоимости инструментом привлечения клиентов. А эффект от нее может держаться достаточно долгое время, продолжая приносить прибыль вашей компании, даже когда деньги в продвижение уже не вкладываются.

Заключение. В данном разделе приводятся методы для SEO-оптимизации, позволяющие найти веб-сервис среди остальных, по ключевым словам, и тегам. Таким образом, поисковые системы с наибольшей вероятностью выдадут данный веб-сервис.

ЛИТЕРАТУРА

1. Seo-tag.by. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://seo-tag.by/services/prodvizhenie-sajtov/seo-optimization>. – Дата доступа: 20.09.2019.
2. Мета-тег description и как его использовать. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://site-ok.ru/meta-teg-description/>. – Дата доступа: 20.09.2019.
3. Микроразметка: что нужно знать SEO-специалисту о словарях и синтаксисе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/mikrorazmetka-chto-nuzhno-znat-seo-spetsialistu-oslovaryakh-i-sintaksise/>. – Дата доступа: 20.09.2019.