

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2020.25.51.037

Повышение позиций веб-сайта в поисковой выдаче**Элиханов Висхан Гарманович**

Студент,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: viskhan11@gmail.com

Кудусова Марха Исаевна

Ассистент,
кафедра бизнес-информатики,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: kudosova96@bk.ru

Асхабов Ильяс Бекович

Ассистент,
Грозненский государственный нефтяной технический университет
имени академика М.Д. Миллионщикова,
364061, Российская Федерация, Грозный, пр. Х. Исаева, 100;
e-mail: ashabov-79@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается актуальная тема повышения позиций сайта в поисковой выдаче. Представлены «светлые» (легальные), «серые» и «темные» способы продвижения сайта в поисковых системах. Даны и общие рекомендации по применению и комбинированию этих инструментов, а также по структурной оптимизации кода. Авторы отмечают, что прежде, чем начать заниматься раскруткой сайта, его нужно сначала оптимизировать. Оптимизация заключается в том, чтобы сделать сайт привлекательным как для пользователей, так и для поисковых систем. После пошагового анализа и проработки путей устранения выявленных ошибок оптимизаторами поэтапно будут вноситься изменения в код сайта с обязательным утверждением у заказчика и предварительным тестированием их корректности. После завершения оптимизации клиенту предоставляется подробный отчет о проделанных работах. Пройдя оптимизацию, сайт готов к дальнейшему продвижению.

Для цитирования в научных исследованиях

Элиханов В.Г., Кудусова М.И., Асхабов И.Б. Повышение позиций веб-сайта в поисковой выдаче // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9А. С. 341-346. DOI: 10.34670/AR.2020.25.51.037

Ключевые слова

Продвижение, SEO, оптимизация, поисковые системы, веб-сайт.

Введение

Помочь обосноваться веб-ресурсу на топовых позициях в одной или сразу нескольких поисковых системах достаточно сложно, но все-таки выполнимо. Инструментов для этого достаточно: одни работают легально, но эффект от них длительный, другие дают быстрый, но не совсем честный результат. Различные технологии оптимизации продвижения веб-сайтов можно условно разделить на три подгруппы: «светлую», «серую» и «темную». В данной статье предпримем попытку ответить на вопросы о том, насколько эффективна каждая отдельная методика, какие «подводные камни» ждут владельцев ресурсов, проталкиваемых «в темную», какая технология наиболее предпочтительна.

Основная часть

Говоря о «светлых» (легальных) методиках раскрутки сайтов, отметим следующее. Повысить позицию ресурса в выдаче легально, без применения «темных» механизмов, достаточно просто. Для решения подобной задачи существуют давно проверенные методы, которые устойчиво функционируют на протяжении многих лет, несмотря регулярный апдейт алгоритмов ранжирования, пугающих «темных» seo-мастеров своей непредсказуемостью [Манн и др., 2014].

Основными инструментами из числа «легальных» являются:

- оптимизация кодов страниц в соответствии с критериями поискового робота (наличие прошедших глубокую отладку мета-тегов и т.д.);
- контент достаточного уровня релевантности с правильно отлаженной семантикой проекта, содержащий в своей структуре необходимые запросы в определенном числе (зависящем от анализа результатов конкурентов);
- положительная репутация ресурса среди различных пользователей, которые в общем числе генерируют ссылочную массу.

В конечном итоге выходит, что в случае, когда верстка сайта основана на корректном коде, страницы наполнены лексически-грамматными уникальными и информативными текстами, соответствующими различным запросам посетителей, ресурс поэтапно начнет собирать объем естественных ссылок и подниматься в выдаче. Конечно, возможны различные нюансы в каждом отдельно взятом случае, но общая тенденция именно такова.

Что касается «серых» методик SEO-оптимизации, для достижения ощутимых результатов в показателях ранжирования за ограниченное время опытные оптимизаторы часто прибегают к «полулегальным» инструментам повышения расположения сайтов в выдачах поисковых машин [Варнавский, 2015]. Подобные методики редко становятся причиной «фильтрации» роботизированной выдачи и обычно не приводят к получению «банов». Максимально распространенными среди «полулегальных» являются следующие методы:

- ссылочная накрутка (для повышения ссылочной массы проекта переходы по нужным линкам элементарно скупаются, в подобных целях функционирует масса сервисов);
- увеличение числа повторов ключевых слов (подобная методика является устаревшей, большинство поисковых систем определяют спам и наказывают нарушителей, при этом может

пострадать информативность и уникальность текстов внутри сайта).

Повышение расположения сайтов «в темную» обычно дает моментальный, но краткосрочный результат. Это общее описание последствий применения «темных» инструментов и технологий улучшения ранжирования сайтов. Владельцы поисковых роботов регулярно обновляют алгоритмы, необходимые для выявления применения подобных методик [Дружинин, 2015]. В случае обнаружения их признаков соответствующие ресурсы могут быть «отфильтрованы» системой поиска, возможен даже бессрочный бан. Среди базовых тактик подобных методов присутствуют:

1. Спамдексинг. Наполнение ресурса страницами с нетематическими текстами, отображаемыми при помощи мелкого шрифта и зачастую в цвете, совпадающем с задним фоном. Такой контент необходим исключительно для индексации.

2. Свопинг. Смена содержания текстового наполнения сайта сразу после получения необходимой позиции в выдаче. Эффект может быть результативным лишь до момента очередной индексации и обычно не рассчитан на долгосрочный период [Менциев, Дубаева, 2019].

3. Линкбомбинг. Определенная разновидность ссылочного спама, у которого уникальным критерием является полное несоответствие наименований ссылок и страниц, на которые они ведут.

4. Дорвеи. Представляют собой сайты-доноры, которые необходимы для направления конверсии в адрес базового сайта. Могут быть как «серыми» и содержать качественный текст с необходимыми ссылками, так и «темными», последние обычно наполнены бессмысленным контентом и несвязными текстами.

5. Клоакинг. Смена наполнения страницы на релевантный контент с отлаженной семантикой в HTML-верстке, соответствующей критериям поисковой машины.

Основываясь на вышесказанном, начинающим SEO-оптимизаторам можно порекомендовать в своих проектах адекватно использовать комбинации из «светлых» и «серых» методик раскрутки веб-ресурсов. Результат таких действий в среднесрочной перспективе будет прогнозируемым и вполне стабильным.

Структурная оптимизация кода сайта заключается в следующем. Проводим детальный технический анализ Интернет-сайта, в ходе которого тщательно проверяется HTML-структура сайта и внутренняя ссылочная сеть, от стройности которой зависит корректное восприятие ресурса поисковым роботом. Немалое внимание уделяется подаче информации и тексту, который играет важную роль в дальнейшем продвижении. Структурные неполадки часто уходят корнями в CMS-ядро, ведь ошибки, допущенные в процессе его написания, «штампуются» на все страницы сайта, затрудняя полноценную оптимизацию и продвижение веб сайта. В ходе технического анализа оптимизаторы находят и обозначают индивидуальные особенности интернет-сайта, после чего устанавливается их корректность и уместность.

Технический анализ проводится прежде всего с ориентацией на критерии поисковых машин, а последующие работы по оптимизации направлены на гармоничное соответствие им структуры ресурса.

При составлении рекомендаций планомерно анализируется весь сайт, а составленные рекомендации обычно распространяются на следующие области:

1. Мета-теги (description, keywords), title, теги alt у картинок. Основные метатеги.

2. Текстовое наполнение. Структурируются заголовки, с помощью тегов i, b, strong расставляются логические усиления. Текстовое наполнение и поисковые слова.

3. Внутреннюю ссылочную архитектуру. Для поисковых и usability нужд адаптируются главные и вспомогательные меню, составляется подробная карта сайта, добавляются логически обоснованные гиперссылочные связи между внутренними страницами сайта [Google Analytics – сервис статистики посетителей веб-сайтов, www].

После пошагового анализа и проработки путей устранения выявленных ошибок оптимизаторами поэтапно будут вноситься изменения в код сайта с обязательным утверждением у заказчика и предварительным тестированием их корректности. После завершения оптимизации клиенту предоставляется подробный отчет о проделанных работах. Пройдя оптимизацию, сайт готов к дальнейшему продвижению.

Заключение

Таким образом, существует три основных способа раскрутки сайтов: «белый» (легальный), «серый» (полулегальный) и «темный» (полностью нелегальный). Белых способов раскрутки сайтов относительно много. Достоинством таких способов является их долговечность. Использование владельцем сайта «темных» методов делается только на свой собственный страх и риск, который не всегда является оправданным. Поэтому можно сделать вывод о том, что легальные методы продвижения сайта менее рискованны и не станут причиной того, что проект сразу или со временем заблокируют системы поиска.

Библиография

1. Варнавский В.Г. Цифровые технологии и рост мировой экономики // Друкерровский вестник. 2015. № 3 (7). С. 73-80.
2. Дагаев А.А. Экономика знаний в информационном обществе // Информационное общество. 2008. № 5-6. С. 40-42.
3. Дружинин А.М. Стратегия обмена знаниями в цифровой экономике // Век качества. 2015. № 4. С. 125-138.
4. Манн И.Б. и др. Интернет-маркетинг на 100%. СПб.: Питер, 2014. 240 с.
5. Менциев А.У., Дубаева М.С. Использование интернет-технологий в маркетинге // Сборник научных статей по итогам работы третьего международного круглого стола «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 190-191.
6. Семенов Ю.А. IT-экономика в 2016 году и через 10 лет // Экономические стратегии. 2017. № 1 (143). С. 126-135.
7. Сухарев О.С. Информационная экономика, транзакционные издержки и развитие // Журнал экономической теории. 2012. № 1. С. 50-61.
8. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. 2016. № 3. С. 12-16
9. Яковлев А. Веб-аналитика: основы, секреты, трюки. СПб.: БХВ-Петербург, 2010. 266 с.
10. Google Analytics – сервис статистики посетителей веб-сайтов. URL: <https://analytics.google.com>.

Increasing the position of website in the search results

Viskhan G. Elikhanov

Syudent,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: viskhan11@gmail.com

Markha I. Kudusova

Assistant,
Department of business informatics,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: kudusova96@bk.ru

Il'yas B. Askhabov

Assistant,
Grozny State Oil Technical University
named after Academician M.D. Millionshchikov,
364061, 100 Kh. Isaeva av., Grozny, Russian Federation;
e-mail: ashabov-79@mail.ru

Abstract

The article discusses the current topic of increasing the position of website in the search results. The authors present the "light" (legal), "gray" and "dark" methods of website promotion in search engines. There are relatively many "light" ways of website promotion. The advantage of such methods is their durability. The use of "dark" methods by the site owner is done only at their own risk, which is not always justified. General recommendations on the use and combination of these tools, as well as on structural optimization of the code are given. The authors note that before starting to promote a site, it must first be optimized. Optimization is about making a website attractive to both users and search engines. After a step-by-step analysis and development of ways to eliminate the identified errors, the optimizers will step by step make changes to the site code with mandatory approval from the customer and preliminary testing of their correctness. After optimization is completed, the client is provided with a detailed report on the work done. Having passed the optimization, the site is ready for further promotion. It is concluded that legal methods of website promotion are less risky and will not cause the project to block search engines immediately or over time.

For citation

Elikhanov V.G., Kudusova M.I., Askhabov I.B. (2020) Povyshenie pozitsii veb-saita v poiskovoi vydache [Increasing the position of website in the search results]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9A), pp. 341-346. DOI: 10.34670/AR.2020.25.51.037

Keywords

Promotion, SEO, optimization, search engines, website.

References

1. Dagaev A.A. (2008) Ekonomika znaniy v informatsionnom obshchestve [Knowledge economy in the information society]. *Informatsionnoe obshchestvo* [Information Society], 5-6, pp. 40-42.
2. Druzhinin A.M. (2015) Strategiya obmena znaniyami v tsifrovoy ekonomike [Knowledge exchange strategy in the digital economy]. *Vek kachestva* [Age of quality], 4, pp. 125-138.

3. *Google Analytics – servis statistiki posetitelei veb-saitov* [Google Analytics is a website visitor statistics service]. Available at: <https://analytics.google.com> [Accessed 17/10/2020].
4. Mann I.B. et al. (2014) *Internet-marketing na 100%* [Internet Marketing by 100 percent]. Saint Petersburg: Piter Publ.
5. Mentsiev A.U., Dubaeva M.S. (2019) Ispol'zovanie internet-tekhnologii v marketinge [The use of Internet technologies in marketing]. In: *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty tret'ego mezhdunarodnogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Collection of scientific articles "Modern world economy: problems and prospects in the era of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 190-191.
6. Semenov Yu.A. (2017) IT-ekonomika v 2016 godu i cherez 10 let [IT economy in 2016 and after 10 years]. *Ekonomicheskie strategii* [Economic strategies], 1 (143), pp. 126-135.
7. Sukharev O.S. (2012) Informatsionnaya ekonomika, transaktsionnye izderzhki i razvitie [Information economy, transaction costs and development]. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii* [Journal of Economic Theory], 1, pp. 50-61.
8. Varnavskii V.G. (2015) Tsifrovye tekhnologii i rost mirovoi ekonomiki [Digital technologies and the growth of the world economy]. *Drukerovskii vestnik* [Drucker Bulletin], 3 (7), pp. 73-80.
9. Yakovlev A. (2010) *Veb-analitika: osnovy, sekrety, tryuki* [Web analytics: basics, secrets, tricks]. Saint Petersburg: BKhV-Peterburg Publ.
10. Yudina T.N. (2016) Osmyslenie tsifrovoi ekonomiki [Understanding the digital economy]. *Teoreticheskaya ekonomika* [Theoretical Economics], 3, pp. 12-16