

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2020.41.71.065

Оптимизация статей для сайта: экономические аспекты**Шабает Магомед Баймарзович**

Студент,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: lashabaev95@gmail.com

Джангаров Ахмед Идрисович

Ассистент,
кафедра программирования и инфокоммуникационных технологий,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: dzhangarov1995@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются актуальные вопросы оптимизации сайта через улучшение качества текстов и контент-наполнения. Представлены способы оптимизации текстов под определенные поисковые запросы, чтобы они лучше воспринимались поисковыми роботами. Названы аспекты, на которые нужно обратить внимание непосредственно при написании текста. Авторы отмечают, что залог популярности и востребованности сайта заключается в оптимизации его содержания. Важно правильно подобрать ключевые слова, грамотно употребить их в тексте определенное количество раз. Следует правильно разработать структуру сайта и наполнить его грамотным содержанием. Контент является первоочередным и самым важным фактором в продвижении сайта. Сайт приобретает ценность только после того, как наполняется текстом, роликами, картинками. Оптимизация контента – верный шаг в направлении привлечения внимания поисковиков.

Для цитирования в научных исследованиях

Шабает М.Б., Джангаров А.И. Оптимизация статей для сайта: экономические аспекты // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9А. С. 561-566. DOI: 10.34670/AR.2020.41.71.065

Ключевые слова

Оптимизация, контент, статья, сайт, продвижение, SEO, текст.

Введение

При создании сайта каждый хочет, чтобы его ресурс посещало много пользователей сети Интернет. Дело здесь не только в моральном удовлетворении, но и в возможности заработать на собственном сайте. Ни для кого не секрет, что чем выше посещаемость интернет-ресурса, тем больше можно на нем заработать.

Первостепенное влияние на продвижение сайта в Интернете оказывает его текстовое наполнение (за исключением интернет-ресурсов, посвященных видео, фото, музыке и другим файлам). Сайт должен быть качественным и привлекательно оформленным. Текст – то, что в первую очередь удерживает посетителя на том или ином сайте, заставляет приобрести определенный продукт или заказать услугу. Нужно писать статьи, не просто интересные для пользователей, но и понятные для поисковых систем, в этом и заключается SEO-оптимизация статей. Контент – это тот же товар. Если мы хотим привлечь заинтересованную аудиторию, нужно публиковать те материалы, которые удовлетворят ее потребности.

Основная часть

Рассмотрим основные способы успешной оптимизации текстов, а именно подбор ключевых слов, написание статьи под ключевые слова, правописание, уникальность текста, объем текста, специализация.

- 1) Подбор ключевых слов. Как работают поисковые системы, например тот же Яндекс или Google? Пользователь вводит интересующий его вопрос в поле поиска. На основании этого запроса поисковик начинает отбирать лишь те сайты, в которых данное выражение присутствует. Просмотрев несколько сайтов из топ-10, можно убедиться, что фраза, которую мы ввели в поисковой системе, здесь встречается не один раз. Эта фраза называется ключевым словосочетанием, или ключом. На основании этих ключей поисковики и находят сайты, максимально соответствующие тематике запроса.

Чтобы сделать статью более узнаваемой и привлекательной для поисковиков, для нее необходимо подобрать ключевые выражения. Это первый этап в продвижении сайта, он же и наиболее важный. Поиск ключей – довольно простой процесс, но обязательный. Для начала следует определиться с основным запросом, под который мы собираемся писать статью. Например, если она посвящена теме выбора пылесосов, то и запрос, по которому смогут найти эту страничку посетители, будет соответствующим – «Как выбрать пылесос?».

Воспользовавшись специальными сервисами, например Adwords или Google Trends, на основании этого запроса можно подобрать семантическое ядро – набор ключевых слов. Настроив все параметры сервиса (региональный поиск, тематику статьи и пр.) и вставив в строку поиска свою фразу, мы получим целый список «ключевиков». Иногда по высокочастотным запросам выдается огромное количество ключей. Неужели необходимо их все вставлять в свою статью? Безусловно, нет. Во-первых, сократить количество ключей можно за счет отбрасывания высокочастотных слов – тех, по которым чаще всего происходит поиск. По этим выражениям молодая статья не сможет конкурировать с другими сайтами и точно не попадет в топ-10 выдачи поисковиков. Слишком низкочастотные ключи также можно исключить: какой смысл от 2-3 запросов в месяц? Остаются ключевые выражения со средней частотностью, среди которых можно выбрать наиболее подходящие к тематике статьи. Если же и таких словосочетаний будет слишком много, то нужно объединить их между собой так, чтобы в результате получилось не

больше 3-5 ключевых выражений.

- 2) Написание статьи под ключевые слова. Следующий этап в продвижении сайта статьями – это написание непосредственно самого текста, который будет содержать ключевые выражения. Этот процесс не вызовет особых проблем, особенно если SEO-статья подгоняется лишь под один запрос. Другое дело, если нужно оптимизировать статью под несколько ключей. В этом случае необходимо объединить схожие по смыслу ключи в группы, для каждой из этих групп будет написана отдельная глава, или абзац. Таким образом вставлять ключевые выражения будет намного проще, ведь тематика абзаца будет полностью соответствовать теме ключа.

Раньше поисковые системы высоко ранжировали те статьи, которые содержали достаточно большое количество ключевых выражений. Из-за этого многие тексты в Интернете, которые попадали в топ-10 поисковиков, просто невозможно было читать из-за переспама (большого числа повторений) ключевых слов [Большаков, 2000]. Сегодня же поисковики поменяли свой алгоритм ранжирования страниц, и теперь статьи с переспамом ключевиков могут попасть под фильтр и даже выпасть с индексации [Что такое SEO-статьи и как их правильно писать? Оптимизация статей для SEO-продвижения, [www](#)].

В связи с этим вставлять ключевые слова необходимо не слишком часто: примерно 1-2 штуки на 2000 символов текста в прямой форме и несколько ключевых выражений с измененным склонением и разбавленных другими словами. Важно не забыть упомянуть главный запрос, по которому мы оптимизируем статью, в заголовке. Мета-теги также заполняются с использованием ключевых выражений.

При написании статей для сайтов обязательно нужно использовать различные средства форматирования. Сплошной текст не только плохо усваивается посетителями, но также недостаточно хорошо ранжируется поисковиками. Поэтому целесообразно использовать в своих статьях подзаголовки и списки, обязательно делить текст на небольшие абзацы, тогда статья станет легко читаемой. В подзаголовках также стоит использовать ключевые выражения, можно в разбавленной форме.

SEO-оптимизация статей представляет собой отличный инструмент продвижения сайта [Что такое SEO-статьи и как их правильно писать? Оптимизация статей для SEO-продвижения, [www](#)]. Когда мы научимся оптимизировать тексты под запросы поисковых систем, наши страницы сайта смогут в кратчайшие сроки попасть в топ-10 по основным запросам. Конечно, важно помнить о пользе текста для интернет-пользователей, ведь статьи пишутся в первую очередь для живых людей, а уж потом для бездушных программ.

Кроме того, если некоторые показатели, по которым можно судить о качестве текста. Данные принципы важно учитывать не только владельцам сайтов и специалистам по продвижению, но и копирайтерам / рерайтерам, так как им важно писать хорошие, продающиеся тексты.

- 3) Правописание. Правописание – один из главных факторов удачной статьи. При наличии филологического образования с этим проблем быть не должно. Если же мы сомневаемся по поводу написания некоторых слов, в таком случае нужно воспользоваться сервисом для онлайн-проверок орфографии и грамматики. Сейчас таких сайтов большое количество в Интернете, выберите то, что вам больше всего подходит. Это очень важно, так как вряд ли заказчик доверит нам следующие задания, если у нас хромает правописание. Во множестве текстовых редакторов есть словари, которые укажут на наши орфографические ошибки. Но стоит помнить, что подобные методы проверки

- могут выделить слово как ошибку, если его нет в словаре (чаще всего – неологизмы).
- 4) Уникальность текста. Это очень важный показатель. Если заказчик хочет сделать свой сайт максимально посещаемым и уникальным, он обратит на эти факторы большое внимание, и это следует иметь в виду [Менциев, Дубаева]. Пространство Интернет наполнено множеством сервисов, которые способны помочь определить уникальность статьи и академическую тошноту текста (тавтология по факту). Такие проекты позволяют узнать не только процент этих показателей, но еще и укажут на недостатки текста. Каждый уважающий себя копирайтер должен обращаться за помощью к подобным сервисам.
 - 5) Объем текста. В случае написания текстов не под заказ, а для свободной продажи, следует знать один нюанс. Текст не должен быть меньше 1 тыс. символов и больше 3 тыс. символов. Это оптимальный вариант, в противном случае текст будет не дополнен или очень разбавлен «водой». Тексты, объем которых составляет 3 тыс. символов, очень хорошо продаются и оплачиваются. Для самостоятельной продажи это является идеальным вариантом.
 - 6) Специализация. Специализация – важный показатель для любого копирайтера: писать следует только те тексты, в темах которых он хорошо разбирается. К примеру, копирайтер нашел отличное предложение – описать один из видов птиц за хорошую плату. Предложение заманчиво, однако если он, например, инженер по образованию, вряд сможет написать что-то дельное о птицах. В связи с этим его ждет масса доработок или вообще снятия задания. «Пишем только о том, в чем разбираемся», – вот принцип хорошего копирайтера.

Заключение

Итак, мы рассмотрели основные способы написания хороших и продающихся текстов. Подводя итоги, следует отметить, что залог популярности и востребованности сайта заключается в оптимизации его содержания. Важно правильно подобрать ключевые слова, грамотно употребить их в тексте определенное количество раз. Следует правильно разработать структуру сайта и наполнить его грамотным содержанием. Контент является первоочередным и самым важным фактором в продвижении сайта. Сайт приобретает ценность только после того, как наполняется текстом, роликами, картинками. Оптимизация контента – верный шаг в направлении привлечения внимания поисковиков.

Библиография

1. Большаков С.В. Основы управления финансами. М., 2000. 368 с.
2. Булгакова М.В. Информационные технологии в экономике. Челябинск, 2013. 106 с.
3. Галичкина Е.Н. Характеристика компьютерного дискурса // Вестник Оренбургского государственного университета. URL: http://www.vestnik.osu.ru/2004_10/9.pdf.
4. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации. М.: Вильямс, 2007. 423 с.
5. Как написать SEO-текст. Тошнота и переоптимизация. URL: <https://vc.ru/seo/51046-kak-napisat-seo-tekst-toshnota-i-pereoptimizaciya>.
6. 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.
7. Серенков П.С., Курьян А.Г., Волонтей В.П. Методы менеджмента качества. Процессный подход. М.: ИНФРА-М, 2014.
8. Усков В.Л. Информационные технологии в образовании. М., 2004. 208 с.

9. Хуторской А. Дистанционное обучение и его технологии // Компьютерра. 2002. № 36. С. 26-30.
10. Что такое SEO-статьи и как их правильно писать? Оптимизация статей для SEO-продвижения. URL: <https://seo.ru/blog/chto-takoe-seo-stati-i-kak-ih-pravilno-pisat>.

Optimization of articles for website: economics aspects

Magomed B. Shabaev

Student,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: lashabaev95@gmail.com

Akhmed I. Dzhangarov

Assistant,
Department of programming and infocommunication technologies,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: dzhangarov1995@gmail.com

Abstract

The article discusses topical issues of website optimization through improving the quality of texts and content. The paper presents the methods of optimizing texts for certain search queries so that they are better perceived by search robots. The aspects that need to be paid attention to directly when writing the text are considered. The authors note that the key to the popularity and relevance of the site is to optimize its content. The primary impact on website promotion on the Internet is provided by its text content (with the exception of Internet resources devoted to videos, photos, music and other files). The site must be of high quality and attractively designed. Text is what first of all keeps a visitor on a particular site, makes him buy a certain product or order a service. It is important to choose the right keywords, to correctly use them in the text a certain number of times. It is necessary to correctly develop the structure of website and fill it with competent content. Content is the primary and most important factor in website promotion. Website acquires value only after it is filled with text, videos, and pictures. Optimizing of content is a sure step towards attracting attention of search engines.

For citation

Shabaev M.B., Dzhangarov A.I. (2020) Optimizatsiya statei dlya saita: ekonomicheskie aspekti [Optimization of articles for website: economics aspects]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9A), pp. 561-566. DOI: 10.34670/AR.2020.41.71.065

Keywords

Optimization, content, article, website, promotion, SEO, text.

References

1. Bol'shakov S.V. (2000) *Osnovy upravleniya finansami* [Fundamentals of financial management]. Moscow.
2. Bulgakova M.V. (2013) *Informatsionnye tekhnologii v ekonomike* [Information technology in the economy]. Chelyabinsk.
3. *Chto takoe SEO-stat'i i kak ih pravil'no pisat'? Optimizatsiya statei dlya SEO-prodvizheniya* [What are SEO articles and how to write them correctly? Optimization of articles for SEO promotion]. Available at: <https://seo.ru/blog/chto-takoe-seo-stati-i-kak-ih-pravilno-pisat> [Accessed 17/11/2020].
4. Druker P.F. (2007) *Biznes i innovatsii* [Business and innovation]. Moscow: Vil'yams Publ.
5. Galichkina E.N. Kharakteristika komp'yuternogo diskursa [Characteristics of computer discourse]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Orenburg State University]. Available at: http://www.vestnik.osu.ru/2004_10/9.pdf [Accessed 12/09/2020]
6. *Kak napisat' SEO-tekst. Toshnota i pereoptimizatsiya* [How to write SEO copy. Nausea and over-optimization]. Available at: <https://vc.ru/seo/51046-kak-napisat-seo-tekst-toshnota-i-pereoptimizatsiya> [Accessed 17/11/2020].
7. Khutorskoi A. (2002) Distsionnoe obuchenie i ego tekhnologii [Distance learning and its technologies]. *Komp'yuterra*, 36, pp. 26-30.
8. Mentsiev A.U., Dubaeva M.S. (2019) Ispol'zovanie internet-tekhnologii v mar-ketinge [The use of Internet technologies in marketing]. *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty tret'ego mezhduna-rodnogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Collection of scientific articles based on the results of the third international round table "Modern world economy: problems and prospects in the era of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 190-191.
9. Serenkov P.S., Kur'yan A.G., Volonte V.P. (2014) *Metody menedzhmenta kache-stva. Protsessnyi podkhod* [Quality management methods. Process approach]. Moscow: INFRA-M Publ.
10. Uskov V.L. (2004) *Informatsionnye tekhnologii v obrazovanii* [Information technology in education]. Moscow.