

## Регистрация сервера в поисковых системах, как часть инструмента поисковой оптимизации сайта Прохорова А. М.

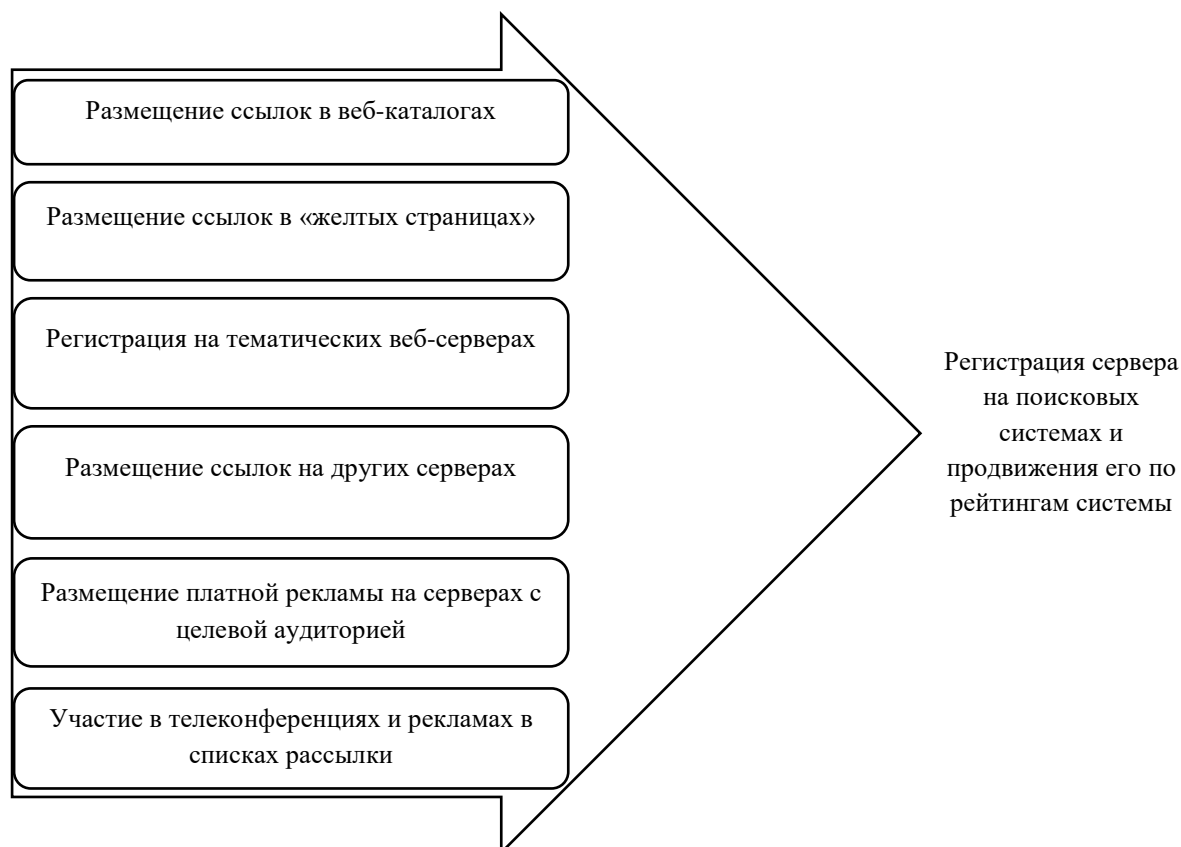
*Прохорова Анна Михайловна / Prokhorova Anna Mikhailovna – старший преподаватель кафедры, кафедра информационных систем и прикладной информатики, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Ростовский государственный экономический университет, г. Ростов-на-Дону*

**Аннотация:** в статье анализируются способы продвижения веб-ресурса с помощью регистрации сервера на поисковых системах и продвижения его по рейтингам системы, а также обосновывается важность использования данного метода, как одного из самых важных инструментов seo-оптимизации.  
**Ключевые слова:** интернет-маркетинг, seo-оптимизация, регистрация сервера в поисковых системах, индексация, продвижение веб-портала и ресурса, поисковые системы, рейтинг систем, релевантность.

Поисковые системы с помощью поисковых машин производят автоматический поиск новых ресурсов и их автоматическую индексацию. Процедура индексации состоит в занесении в базу данных поисковой системы информации о страницах сервера и ключевых словах, соответствующих этим страницам. Для ускорения процесса нахождения вашего сайта поисковой машиной существует возможность его регистрации — указание поисковой машине координат сайта, что значительно ускоряет проведение данной процедуры.

Именно поэтому этот метод продвижения веб-портала наиболее важен, поэтому необходимо серьезно подойти к вопросу о регистрации веб-портала в поисковых системах и тематических каталогах сети. Большое количество людей очень часто ищут необходимую информацию именно через поисковые сервера, поэтому так важно использовать такие сервера для продвижения своего веб-портала. К примеру, Рамблер находится на первых местах по посещаемости, его посещают около 100 тыс. человек (а это 25% всего дохода от рекламы в Интернете). Также необходимо не забывать, что почти все поисковые системы объединены с каталогами или рейтингами, поэтому регистрация веб-портала в поисковых системах очень важна для продвижения веб-портала (рис. 1) [1, 2].

Наиболее популярными поисковыми системами, где обязательно следует зарегистрировать свой сайт, являются российские Яндекс ([www.yandex.ru](http://www.yandex.ru)), Апорт ([www.aport.ru](http://www.aport.ru)), Turtle ([www.turtle.ru](http://www.turtle.ru)), Rambler ([www.rambler.ru](http://www.rambler.ru)), а также зарубежные системы Google ([www.google.com](http://www.google.com)) и AllTheWeb ([www.alltheweb.com](http://www.alltheweb.com)). Обновление индексных файлов поисковых систем происходит в большинстве случаев оперативно, так что регистрация в любом из названных поисковых средств, а лучше во всех сразу, приведет на сайт посетителей уже в течение нескольких недель.



Все поисковые системы – это огромное хранилище информации, которую собирают специальные роботы Spiders или Bots. Они сканируют все узлы Интернета и упорядочивают данные о каждом из сайтов или порталов в специальную базу поисковой системы. Именно так происходит продвижение сайта, и пользователю становится легче найти тот или иной ресурс. Но иногда такому специальному роботу необходимо время для регистрации и индексирования ресурса в своей базе. Поэтому для ускорения этого процесса иногда можно прибегнуть к ручному набору ключевых слов, по которым пользователю будет предлагаться ваш веб-ресурс [1].

Существуют определенные способы продвижения веб-ресурса с помощью регистрации сервера на поисковых системах и продвижения его по рейтингам системы [2]:

- Размещение ссылок в веб-каталогах. Как и поисковые сайты, каталоги используются посетителями Интернет для поиска необходимой информации. Они представляют собой упорядоченные базы данных, организованные по предметным областям и тематикам сайтов. В отличие от поисковых систем в каталог можно попасть, только зарегистрировавшись в нем.

- Размещение ссылок в «желтых страницах». «Желтые страницы» ("Yellow Pages") – каталог всей необходимой информации, которая относится к предприятию или корпорации: тип предоставляемых услуг, описание деятельности, контактная информация, ссылки на страницу в Интернете, то есть вся общая информация о деятельности: название компании, виды предлагаемых услуг и т.д.

- Регистрация на тематических веб-серверах. Во всех сферах знаний и бизнеса есть серверы, на которых представлены списки гипертекстовых ссылок на сайты с интересующей информацией по данной тематике.

- Размещение ссылок на других серверах. Размещение ссылок на других серверах - хороший способ продвижения и рекламы веб-портала. Разместить ссылки на других серверах можно как платно, так и бесплатно, с учетом договоренности о каких-либо услугах, например, обмен ссылками или возможность каких-либо партнерских соглашений между владельцами веб-сайтов. Размещение ссылки портала на других серверах поможет рекламе и рейтингу компании.

- Размещение платной рекламы на серверах с целевой аудиторией. Многие крупные серверы с высокими показателями посещаемости или охватывающие большой объем целевой аудитории, соответствующей целевой аудитории продвигаемого сайта, предоставляют возможность платного размещения рекламных объявлений на своих страницах. Например, объявления можно разместить в том числе и на серверах поисковых систем и веб-каталогов, посещаемость которых очень высока. Они могут иметь вид текстового сообщения на странице, графических элементов - баннеров, или просто гиперссылки [3].

- Участие в телеконференциях и рекламы в списках рассылки. Это хорошая возможность рекламы сервера - участие в работе телеконференций, аудитория которых представлена потенциальными потребителями услуг. То же самое относится к спискам рассылки [50].

Поисковые системы учитывают множество параметров сайта при вычислении его релевантности (степени соответствия введённому запросу) [3]:

- плотность ключевых слов (сложные алгоритмы современных поисковых систем позволяют производить семантический анализ текста, чтобы отсеять поисковый спам, в котором ключевое слово встречается слишком часто).

- индекс цитирования сайта (ИЦ), зависящий от количества и авторитетности веб-ресурсов, ссылающихся на данный сайт; многими поисковиками не учитываются взаимные ссылки (друг на друга). Зачастую также важно, чтобы ссылки были с сайтов той же тематики, что и оптимизируемый сайт - тематический индекс цитирования (ТИЦ).

Все факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы, можно разбить на внешние и внутренние. К внутренней оптимизации (касающейся исключительно внутренней системы сайта) относится работа, направленная на общее повышение качества сайта, пользы, которую он приносит посетителю. Сюда можно отнести работу над структурой проекта, над облегчением восприятия контента и непосредственно над качеством этого контента. Значение общего количества таких факторов в большинстве источников колеблется в районе 200. Функциональный подход к поисковой оптимизации, направленный на подгонку определенных факторов к их целевым значениям, отошел в прошлое в связи с усложнением алгоритмов поисковых систем — стоимость «балансирования» десятков факторов многократно превышает стоимость создания изначально качественного ресурса [2].

Внешние факторы делятся на статические и динамические [3]:

- Статические внешние факторы определяют релевантность сайта на основании цитируемости его внешними веб-ресурсами, а также их авторитетности вне зависимости от текста цитирования.

- Динамические внешние факторы определяют релевантность сайта на основании цитируемости его внешними веб-ресурсами и их авторитетности в зависимости от текста цитирования.

- Методы внешней поисковой оптимизации:
- Регистрация в самостоятельных каталогах. Она может осуществляться вручную, либо с помощью специальных ресурсов;
- Регистрация в каталогах поисковых систем таких как: Яндекс каталог, Рамблер Top 100, каталог DMOZ (AOL), каталог Апорта, каталог Mail.ru, каталог Yahoo и другие;
- Обмен ссылками. Существуют несколько способов обмена — прямой, кольцевой, односторонний (покупка ссылок);
- Размещение статей;
- Социальные сети;
- Пресс-релизы;
- Создание и ведение блогов.

Существуют различные SEO-сервисы, позволяющие облегчить труд оптимизаторов и дать владельцам сайтов возможность продвигать их самостоятельно [3].

К факторам, понижающим рейтинг сайта, относятся:

1. неуникальный контент (статьи, новости и т.д.);
2. технологии, которые поисковые машины рассматривают как спам;
3. избыточное число внешних ссылок;
4. фреймы;
5. накрутки поведенческих факторов.

Размещение различных счетчиков, которые собирают статистическую информацию о посетителях веб-ресурса. В продвижение сайта счетчик - это самый нужный и удобный инструмент для оценки вашего сайта. Счетчик, установленный на сайте, может помочь определить, что необходимо добавить на сайте или наоборот, что мешает пользователям сайта. Счетчик должен собирать информацию по поводу любых действий пользователей на сайте: входящих имен хостов, браузеров или систем, поисковых систем или ссылок с какого сайта пришел пользователь, во сколько был произведен вход, продолжительность посещения, на какой сайт пользователь ушел, статистика посещаемости и т.д. А также необходимо чтобы счетчик автоматически делал вывод по статистике сайта на основе собранной информации [1].

Использование баннерной рекламы. Обычно баннер представляет собой графическое изображение (в формате GIF, JPG, JAVA, Shock Wave и других технологий). Баннер может размещаться на сайте и иметь гиперссылку на сервер рекламодателя. Баннерная реклама помогает решать задачи по привлечению посетителей на сайт [2].

Чего не следует делать при регистрации сервера в поисковых системах:

- Не следует использовать спам на своих страницах. Спам - это заголовки и ключевые слова, сдобренные большим количеством слов из самых популярных запросов, большие массивы текста, «написанные» на странице цветом фона или очень мелким шрифтом, а также многие другие уловки с целью привлечения пользователя на свои страницы обманом. Их не стоит применять по двум причинам. Во-первых, это не добавляет славы создателю страниц и вызывает естественное раздражение пользователей. Во-вторых, Яндекс отслеживает такие ненормальные изменения и снижает место документа на странице результатов. Кроме этого, спам увеличивает размер документа и, следовательно, уменьшает контрастность слов в нем, что также влияет на место документа в списке найденного. В случаях злостного использования спама администрация Яндекс может исключить такие страницы и сайты из базы.

- Не следует регистрировать страницы со временем перенаправления на другие страницы (redirect) равным нулю также исключаются из индексирования.

- Не следует использовать страницы с множеством фреймов.

- Не используйте нестандартные кодировки.

- Не следует делать ссылки на страницы вашего сайта с помощью скриптов. Робот работает со стандартными ссылками языка HTML (href, link и frame), то есть так, как работал бы пользователь с отключенными Java и JavaScript.

Интернет-технологии также позволяют использовать на портале такие элементы продвижения и привлечения посетителей и потребителей услуг как: рассылка по электронной почте, создание форумов, блогов и просто элементов обратной связи, создание дистанционного обслуживания, телеконференций, видеоконференций, создания интернет библиотек и каталогов, создание баз данных клиентов, инвесторов, могут также заинтересовать потребителей услуг, ведение на портале разграничения доступа к информационной ресурсной базе портала, посредством регистрации на портале различных типов пользователей и т.д. Интернет- технологии могут создавать эффект живого видео присутствия в стенах вуза. Также создание видео- и фотомузея может привлечь внимание заинтересованных пользователей [2, 4, 5].

### *Литература*

1. *Прохорова А. М.* Методы продвижения образовательного веб-портала в Интернете для привлечения потребителей или целевой аудитории // Новый взгляд. Международный научный вестник: Сборник научных трудов. Выпуск 10 (шифр – МНВ). г. Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. С. 30-48.
2. [Электронный ресурс]: Интернет-маркетинг. URL: <http://pr-cy.ru/lib/reklama/Internet-marketing>. (дата обращения: 10.08.2016 г.).
3. *Успенский И. В.* Интернет-маркетинг. СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003.
4. *Катаев А. В., Кринчиан Н. А.* Интернет-реклама как комплекс инструментов эффективного маркетингового продвижения предприятия малого бизнеса. Журнал: Альманах современной науки и образования. г. Тамбов: Грамота, 2015. С. 83-85.
5. *Лучинская О. Ю.* Использование возможностей интернета в маркетинговой деятельности предприятия. Журнал: Современные наукоемкие технологии. Москва, 2010. № 9. С. 71-74.
6. *Прохорова А. М.* Анализ поведения пользователей с помощью методов Интернет-маркетинга, как способ продвижению образовательных услуг // Научно-методический журнал: Наука, техника и образование. Москва, 2015. С. 36 – 40.