

Дизайн сайта: как не навредить поисковому трафику?

Виталий Шевелев, менеджер по рекламе и PR-коммуникациям агентства интернет-рекламы «Идеал», ideal.kiev.ua

Каждый руководитель желает, чтобы сайт его компании был красивым. Это вполне естественное желание. Однако красота бывает опасна. Часто веб-разработчики предлагают привлекательный дизайн, который, однако, помешает сайту занимать хорошие позиции в поисковых системах. А ведь именно они обеспечивают львиную долю посетителей. Как же совместить красивый дизайн и хорошее «восприятие» поисковыми системами?



Дизайн сайта будет функциональным лишь в том случае, если позволит на любой странице размещать текстовый блок. Ведь без текста, насыщенного ключевыми словами, страница сайта никогда не займет выгодную позицию в поисковых системах. Размер и место размещения текста могут изменяться в зависимости от задачи, поэтому чем больше свободы получит администратор сайта, тем лучше. Вы ведь не хотите несколько раз обращаться к дизайнерам за переработкой шаблона, правда?

Выбирая место для размещения текста, имейте в виду, что «большевнимания» поисковые системы обращают на верхнюю часть страницы. Учтите также, отвечает ли размер текста ожиданиям посетителя. Например, если страница «встретит» посетителя «полотном» текста, до каталога товаров он, скорее всего, так и не доберется. Кроме того, чересчур много текста вызывает у посетителя скуку, поэтому между количеством графики и текста должен быть выдержан разумный баланс.

Если вы заказываете версию страниц для печати, попросите, чтобы веб-дизайнер закрыл их для индексирования поисковыми системами. Потому что страницы для печат-

ти, на которых отсутствует навигация (с них невозможно дальше двигаться по сайту), могут выдаваться в результатах поиска вместо основных страниц.

На главной странице сайта неплохо предусмотреть место для новостей. Новости — это прекрасный способ не только повысить информативность сайта, познакомить посетителей с событиями, происходящими в вашей компании. Регулярное добавление новостей (только оригинальных текстов!) будет увеличивать количество страниц с уникальным контентом, а это, в свою очередь, поднимет авторитетность сайта для поисковых систем. Чем чаще вы будете добавлять новости, тем чаще поисковые системы станут посещать сайт, пересматривать его авторитетность, индексировать новые страницы и изменения.

Также у вас станет сложнее красть и присваивать контент, потому что вашему сайту поисковики начнут больше доверять как регулярному генератору новой информации. Соответственно, если на каком-то сайте «выскочит» «одолженная» у вас новость, много шансов, что справедливость восторжествует, и за плагиат воспримут не вашу страничку. А то ведь и наоборот часто бывает: наглый контент-менеджер раскрученного сайта скопирует чужую новость,

а через пару дней, смотри, поисковики уже не показывают ее на сайте-первоисточнике. Принцип такой: на чьем сайте робот-поисковик впервые новость заметит, тот сайт и признается первоисточником. Поэтому регулярным обновлением новостей (от двух раз в неделю до нескольких раз в день, в зависимости от назначения сайта, масштабов компании и т. д.) нужно добиться того, чтобы поисковый робот был у вас частым гостем.

Интерес к новостям возрастет, если на главной странице кроме заголовка вы подадите квинтэссенцию новости в нескольких строках. И возрастет еще больше, если снабдите текст каждой новости фотографиями.

Оформлению текстов также стоит уделить достаточно внимания. Поисковые системы справедливо считают, что интересен тот текст, который хорошо структурирован и который легко прочесть. Поэтому тексты, где это уместно, стоит делить на подразделы с подзаголовками, стараться не реже чем через каждые 1000 знаков делать аб-

зацы. Желательно по возможности использовать цитаты, изображения, графики. И, конечно же, тексты не должны быть большими. Если объем информации большой, лучше установить гиперссылки на дополнительные страницы.

Спецэффекты: быть или не быть?

Сайт выглядит круто и современно, если он изготовлен по технологии flash. Красочность, динамичность, наличие сюжета, возможность произвести хорошее первое впечатление на посетителя, развлечь и привлечь его — бесспорные преимущества flash. Однако нужно иметь в виду, самостоятельно вы не сможете оптимизировать flash-сайт для поисковых машин, а за его оптимизацию и раскрутку не возьмется большинство агентств, потому что это очень хлопотное дело. Flash-анимация по своей сути — набор кодов и картинок, а один из двух главных критериев, по которым поисковые системы оценивают сайт на

Продвижение сайтов в ТОП-10 Google



- 8 лет на рынке
- более 460 клиентов
- лояльные условия

Киев, ул. Никольско-Слободская, 6г
Тел. (044) 361-25-86
E-mail: info@ideal.kiev.ua
www.ideal.kiev.ua

соответствие запросу пользователя, — это наличие текста с ключевыми словами. Поэтому рекомендуем вам разрабатывать «обычные» сайты со страницами в HTML.

Призываем ли мы отказываться от flash вообще? Конечно же, нет. Как это часто бывает, секрет успешного использования этой технологии — в умеренности. Спецэффекты следует применять в качестве дополнительных элементов. Например, открываемое с различными спецэффектами меню, разработанное с использованием flash или javascript. В таком случае вам необходимо будет продублировать меню (например, внизу сайта) в виде обычных ссылок. Если вы не мыслите свой сайт без анимационного ролика, используйте flash не на всю страницу, а на ее части, оставив место для размещения текста.

Многим нравится, если при загрузке сайта сперва открывается красивая презентация или крупная иллюстрация (так называемая intro-страница), ведущая на собственно сайт. Произвести сайтом хорошее первое впечатление, донести особенности позиционирования марки, дух бренда, преимущества компании и т. д. — хорошая идея. Но если использовать intro на всю страницу, продвигать главную страницу сайта снова-таки станет невозможно. Поэтому, intro лучше ограничить частью страницы.

Еще одна причина, по которой спецэффекты следует использовать осторожно и в умеренных дозах, — это утяжеление «веса» сайта и понижение скорости загрузки. Если страницы сайта будут загружаться медленно, у части пользователей попросту не хватит терпения дождаться, пока она откроется. Еще одна причина — недавно корпорация Google в своем официальном блоге объявила, что скорость загрузки страниц сайта будет учитываться одним из факторов ранжирования сайтов. Скорости начинают уделять все больше внимания. В самом деле, какие же это наиболее отвечающие поисковому запросу пользователя сайты, если нужно по полминуты ждать, пока они откроются? Любой поисковик может предложить другие варианты, где и тема прекрасно освещена, и загружается все очень быстро.

Лого

Алгоритмы поисковых машин таковы, что верхняя часть страницы для них представляет больший интерес, чем нижняя. Это логично: пользователь ведь смотрит прежде всего сюда, а от прокрутки страницы может и отказаться. Поэтому логотип на сайте оказывается в зоне «повышенного внимания». Чтобы логотип принес пользу поисковому продвижению, нужно попросить веб-программистов оптимизировать его код (скорее всего, они догадаются, как это сделать), а при описании логотипа (с помощью атрибута «alt») стоит использовать ключевые слова или название компании (а не просто «логотип», «логотип компании» или нечто подобное). Можно дать понять посетителю, что логотип кликабельный и ведет на главную, используя атрибут **title**, благодаря которому при наведении на лого будет всплывать соответствующая фраза.

Этими действиями вы можете добиться, чтобы клиентам, которые в режиме «поиск картинок» введут название вашей компании или ключевые для вашего бизнеса слова, было проще найти ваш сайт. Зачем терять еще одну возможность «поймать» клиента?

Верстка и вес страницы

Веб-программисты часто не уделяют достаточно внимания стандартам верстки, в частности, количеству кода на страницах. Как уже говорилось, поисковые системы придают большее значение верхней части страницы, а до самого низа страницы могут и не добраться вовсе. И так успеют сделать свои выводы. Поэтому большое количество скриптов мешает поисковой системе добраться до собственно текстов или «увидеть» достаточный фрагмент текста. Стоит потребовать от дизайнера, чтобы размер кода страницы не превышал 5–80 килобайт, а также чтобы он грамотно написал таблицы стилей CSS.

Размер страницы с графикой не должен превышать 70–80 килобайт, в противном случае пусть дизайнеры воспользуются приемами минимизации графики. Если вы планируете часто загружать изображения на страницы сайта, проконсультируйтесь с веб-дизайнером, какие допустимые границы веса изображения.

Оптимальность кода сайта

Дизайн сайта должен быть преобразован в валидный (то есть «удобоваримый») для поисковых систем документ html. Проверку валидности можно осуществить с помощью специальных сервисов, например, validator.w3.org). Если с кодом все в порядке, сервис предложит вам разместить на сайте специальную кнопку, подтверждающую соответствие кода стандартам. Стоит ли ставить кнопку на сайт — вопрос моды. С одной стороны, кнопка заявляет о том, что ваш сайт качественно разработан (сверстан). С другой — вы поддержите разработчиков сервиса ссылкой со своего сайта.

Изображения на сайте

Предусмотрите возможность в системе управления сайта делать описание картинок с помощью alt-тегов. Указав в них ключевые слова, вы повысите шансы найти страницы вашего сайта с помощью поиска по картинкам. Это более чем оправданно. Судя по исследованиям Google и Яндекс, поиск по картинкам становится все популярнее. Обратите внимание на важную деталь: указывая несколько слов, ставьте между ними не нижнее подчеркивание, а дефис. Таким образом поисковик станет воспринимать вписанное вами как отдельные слова, а не как абракадабру.

Нередко на сайтах приходится видеть некачественные картинки (сильно заметная пикселизация, искажены пропорции и т. д.) или кликабельные картинки, ведущие не туда, куда нужно. Это оставляет от сайта плохое впечатление и мешает навигации. А если страницу сайта большинство поль-

зователей покидает на протяжении нескольких секунд, поисковые системы могут «взять это на заметку» и понизить ее в поисковых результатах.

Побывав на сайте с некачественными картинками, посетитель может и не захотеть вернуться на него снова или рекомендовать своим друзьям по почте, через социальную сеть или на страницах блога. А если ссылки ведут непонятно куда, поисковые системы посчитают, что владельцы сайта сами не знают, что хотят предложить пользователям. Зачем же такие страницы выдавать в первых рядах поисковых результатов?

Кросс-браузерность и доступность сайта

Дизайнеры вашего сайта должны учесть, что в обиходе не один, а несколько браузеров (тем более что рыночная доля самого популярного браузера Internet Explorer потихоньку уменьшается). Нужно убедиться, что сайт адекватно выглядит при открытии через браузеры Internet Explorer, Mozilla Firefox, Chrom и Opera. Отображение может несколько различаться, но должно отвечать вашим требованиям. Лучше всего, если сайт выглядит везде одинаково. Поднимите и вопрос отображения вашего сайта на мониторах с разным разрешением. Как он будет выглядеть на стандартном «квадратном» офисном мониторе? А на широкоформатном? А на 12-ти дюймовом ноутбуке? А на мобильном?

Надеемся, эти советы помогут вам разработать красивый, функциональный дизайн и сполна воспользоваться потенциалом поисковых систем!

