

ПРОГРАММА КУРСА:

1. Основы SEO

Виды трафика: прямой, референтный, поисковый. Чем особенно интересен поисковый трафик. Структура поисковых систем и принцип их работы. Видимость сайта. Расчет количества показов в результатах поиска. Прогноз видимости. Расчет кликабельности. Прогнозирование количества переходов на сайт. Релевантность страниц поисковым запросам. Методы определения и критерии релевантности. Ранжирование результатов поиска. Влияние релевантности на ранжирование. Ссылочное ранжирование: оценка доноров по различным критериям. Критерии

2. Поисковые запросы

Алгоритм подбора поисковых запросов. Типы поисковых запросов: основные, ассоциативные, транзакционные, гео-зависимые. Статистика поисковых систем Google, Yandex. Планировщик ключевых слов Google. Работа с сервисом Wordstat. Частотность запросов: НЧ, СЧ, ВЧ. Конкурентность поисковых запросов: ВК, СК, НК.

3. Оптимизация контента

Правила оптимизации тегов Title. Шаблоны Title для разных типов сайтов. Оптимизация тегов Description. Основные правила и шаблоны. Теги Keywords. Как не навредить сайту. Правила оптимизации верстки: заголовки/подзаголовки, списки, выделения. Оптимизация изображений: положение, название, описание, подпись. Продвижение в поиске по картинкам. Алгоритм работы с SEO-текстом: пошаговая инструкция, шаблон страницы. Параметры текста: тошнота, уникальность, плотность.

4. Базовая оптимизация технических факторов

Оптимизация адресов страниц (ЧПУ): разделители, длина, способ написания. Правильная настройка ошибки 404. Оптимизация файлов Robots и Sitemap.

5. Ссылочное ранжирование

Ссылочное ранжирование. Как это работает. Внутренние и внешние ссылки. В чем отличия и как они влияют на позицию сайта. Какие ссылки не учитываются поисковыми системами. Текстовые и графические ссылки. Параметры и атрибуты ссылок: javascript, редирект, nofollow. Критерии качества ссылок. Параметры, которые обеспечивает донор (тематичность, активность, качество контента, количество рекламы на страницах, принадлежность к сети, посещаемость, трастовость и

6. Оптимизация ссылочной массы

Качества вечных и арендных ссылок. Параметры отбора ссылок каждого вида. Соотношение ссылок разного качества в общей ссылочной массе. Автоматизация работы: нестандартные способы поиска доноров, составление фильтров для их

7. Работа с биржами ссылок

Биржи ссылок и статей. Как это работает. Основные факторы оценки ценности ссылки. Как не выбросить деньги. Стратегии выхода их под фильтров. Поведенческие факторы: Оптимизация поведенческих факторов Покупка поведенческих факторов