

- занятие 6 -

# Оптимизация контента



01

Общая информация о  
контенте

02

Требования к текстам

03

Подбор ключевых  
запросов

04

Подбор тезисов

05

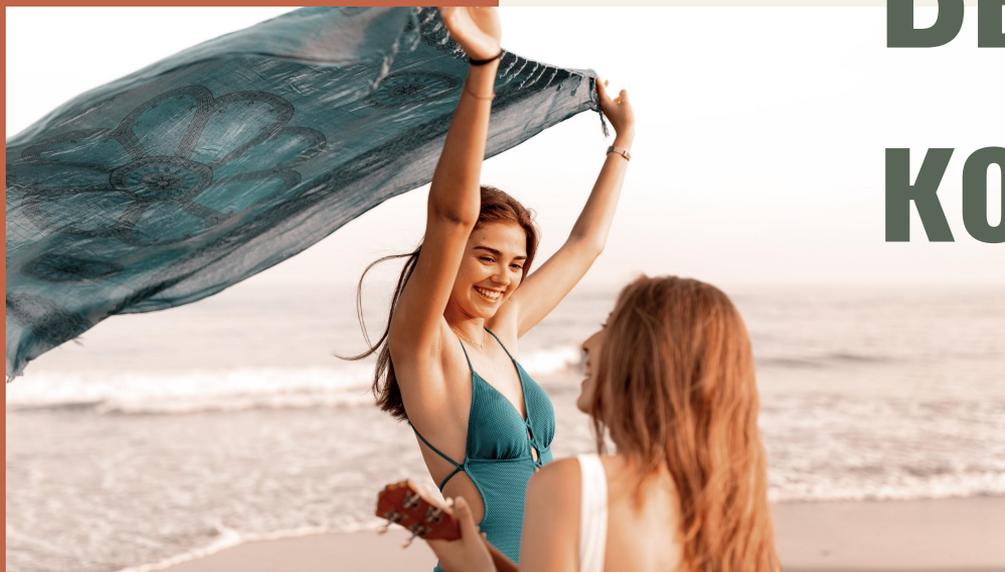
Подготовка ТЗ для  
копирайтера

06

Полезные сервисы



01



# Вводные о контенте



## Как поисковики оценивает контент?

Что оценивается:

- Уникальность
- Релевантность
- Читательность
- Оптимизация
- Экспертность
- Достоверность
- Авторитетность

Кто оценивает:

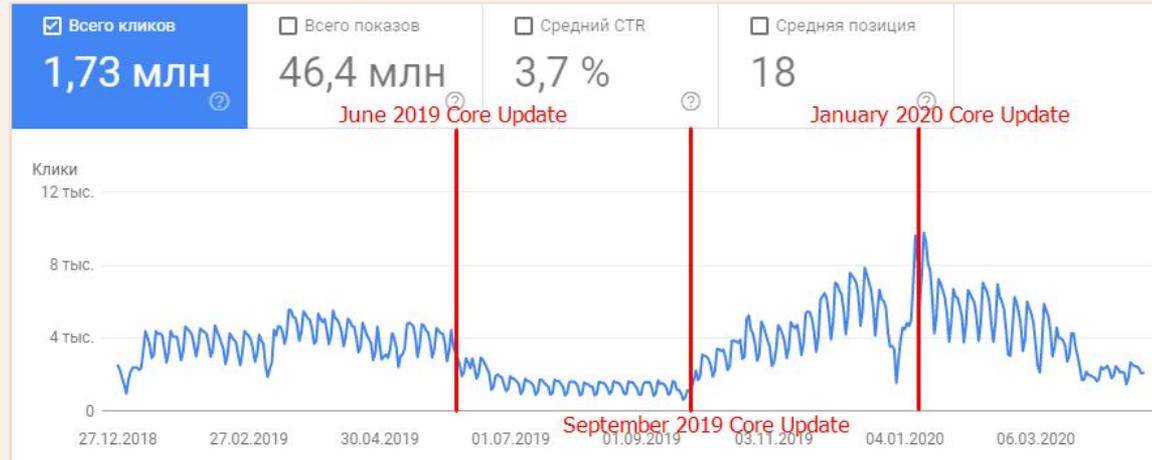
- Алгоритмы и машинное обучение
- Асессоры

[Руководство для асессоров Google.](#)



## Как наказывают за некачественный контент?

1. Санкции – (автоматические / ручные) наказывают тех, кто использует нечестные методы продвижения. Сайт может быть только понижен. Может быть уведомление в консоли.
2. Апдейты – изменение параметров качества и алгоритмов поисковых систем. После апдейта сайт может быть как повышен так и понижен в выдаче. Не будет уведомления.



## Что такое YMYL сайты?

YMYL = Your Money Or Your Life (“Кошелек или Жизнь”).

К YMYL сайтам относятся следующие ниши:

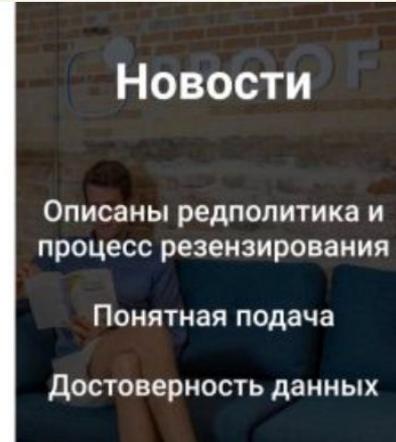
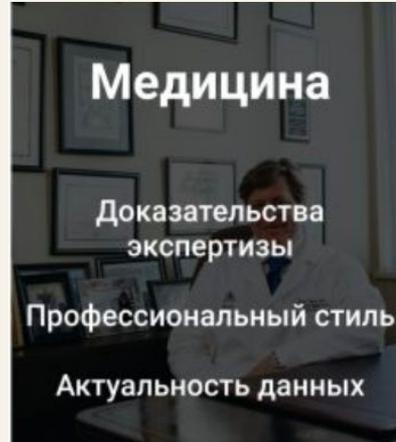
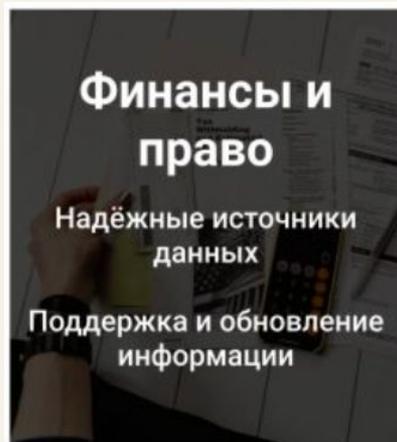
- **Новостные ресурсы**, освещающие важные события – бизнес, политику, науку, технологии и всё, что может повлиять на жизнь человека.
- **Юриспруденция** – ресурсы, где собрана важная информация о правовых вопросах.
- **Сайты органов власти**, где можно получить важные сведения.
- **Финансы** – ресурсы об инвестициях, налогах, способах заработать и т.д.
- **Покупка товара**. Сайты, связанные с покупкой дорогостоящего товара, при этом это не обязательно должен быть интернет-магазинами.
- **Здоровье** – ресурсы с любой информацией, связанной со здоровьем.



## Что такое E-A-T?

E-A-T (Expertise, Authoritativeness or Trustworthiness) – то есть «Экспертность, авторитетность или достоверность», это один из важнейших методов оценки YMYL страниц.

Контент



## Разновидности текста:

1. E-commerce (коммерческие) тексты ([пример](#))
  - Размещается на категориях / карточках товаров.
  - Описывает тип продукта или конкретный продукт/ услугу.
  - Относительно небольшого объема.
  - Нацелен на коммерческую семантику.
2. Информационные тексты ([пример](#)).
  - Размещаем на страницах блога / новостей.
  - Может описывать как продукт, так и косвенные продукты.
  - Объем всегда чем больше, тем лучше.
  - Нацелен на информационные запросы пользователей.



## На какие страницы нужен коммерческий текст?

- Главная страница – почти всегда нужен
- Категории – почти всегда нужен
- Теги, фильтры – часто нужен
- Карточки товара – нужно только краткое описание
- Страницы услуг – почти всегда нужен

**Если сомневаетесь – нужен текст или нет, смотрим в топ выдачи.**



02



# Требования к текстам



Задача SEO-специалиста — сформировать качественное техническое задание для копирайтера. От качества задания зависит качество готового текста.



# Структура текста



## Идеальная структура текста

1. Наличие основного заголовка.
2. Наличие подзаголовков (H2–H6).
3. Наличие изображения или другого медиа контента.
4. Наличие списка или таблицы.
5. Наличие вводного и заключительного абзацев.

## ИДЕАЛЬНАЯ СТРУКТУРА ТЕКСТА

### Заголовок



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Тематическое изображение

Вводный абзац

### Подзаголовок

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Еще абзац  
(или несколько)

- List point 1
- List point 2
- List point 3
- List point 4
- List point 5

Список или таблица

### Подзаголовок

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident.

Заключительный абзац

Title 1	Title 2	Title 3	Title 4	Title 5	Title 6
Title 1	Title 2	Title 3	Title 4	Title 5	Title 6
Title 1	Title 2	Title 3	Title 4	Title 5	Title 6
Title 1	Title 2	Title 3	Title 4	Title 5	Title 6

Список или таблица  
(опционально)

NETPEAK



## Навигационное меню

1. Улучшает навигацию пользователя, дает возможность понять, о чем пойдет речь в статье.
2. Увеличивает шансы попадания страницы в блок быстрых ответов Google.

Как понять, что проект нуждается в новых текстах, а того, что написала девочка с биржи за два косяра, недостаточно для счастья читателя и выхода сайта на первые позиции? Проведите контент-аудит. Прочитав этот текст до конца, вы узнаете как.

1. [Как найти все страницы без текстов?](#)
2. [Как проверить, есть ли анализируемые страницы в индексе поисковой системы?](#)
3. [Как проанализировать спрос?](#)
4. [Как провести анализ входящего трафика на страницы фильтров?](#)
5. [Как найти страницы с текстами, которые нуждаются в доработке?](#)
6. [Как проверить тексты на сайте?](#)
7. [Как доработать старые тексты?](#)
8. [Выводы](#)

### Как найти все страницы без текстов?

Речь о всех страницах, включая разделы, категории, подкатегории, страницы фильтров. Если сайт небольшой, страницы без текстов можно



## Цитаты и экспертное мнение

1. Увеличивает доверие пользователей и поисковых систем.
2. Добавляет экспертности вашему тексту.
3. Визуально облегчает восприятие контента.

У маркетинговых инструментов разные цели. Одни приводят посетителей (например, реклама в соцсетях), другие подстегивают спрос (акции), третьи повышают узнаваемость бренда (реклама по ТВ) и т.д. Но чтобы сделать из посетителя потенциального клиента, большинство компаний до сих пор используют подписку на email.

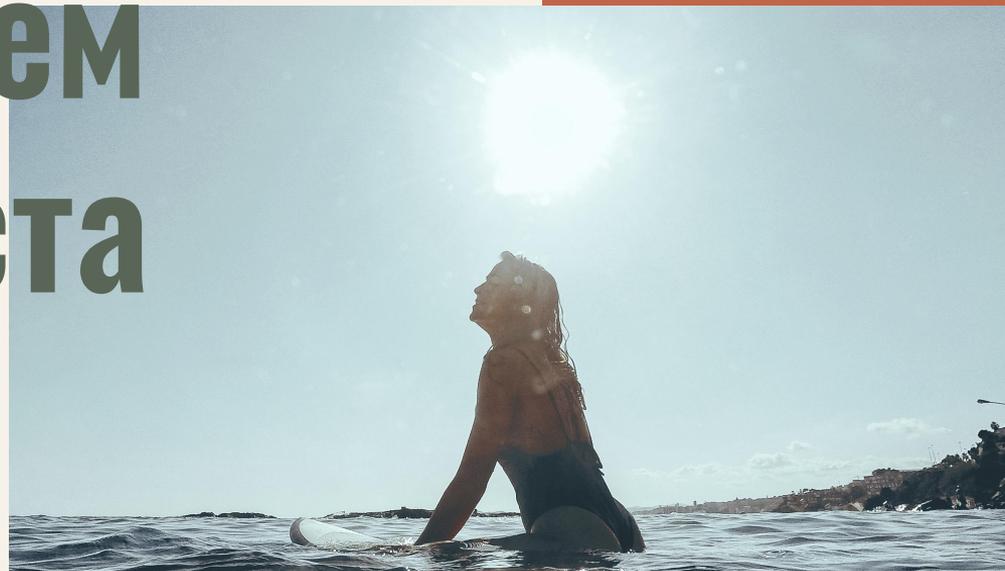
“

*Email — это централизованный канал. То есть, когда мы имеем адрес, мы его можем использовать в любой почтовой платформе, программе, где угодно. Он является идентификатором пользователя. Мессенджеры привязываются к этому идентификатору.*

Идентификатор пользователя — своеобразный «ключ», по которому можно найти человека в рекламных сетях.



# Объем текста



## Как определить необходимый объем текста?

Идеального правила нет, все зависит от:

1. типа текста (коммерческий/инфо);
2. тематики текста;
3. типа страницы, для которой он пишется;
4. размера контента конкурентов.

Простой алгоритм определить объем:

5. вручную проанализировать конкурентов в топе;
6. использовать [текстовую аналитику от Serpstat](#).

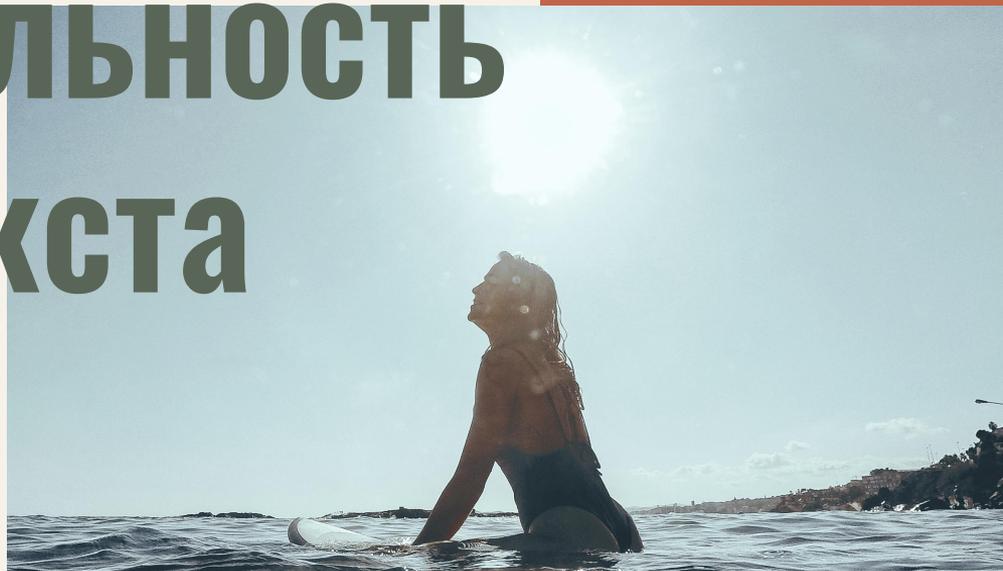


## Ориентиры

- Средний объем для коммерческих текстов на разделы / категории / фильтры / теги – 2000 – 3000 символов.
- Средний объем для для коммерческих текстов на страницы карточек товаров – 300 – 500 символов.
- Для инфо статей объемный контент – это то, к чему всегда нужно стремиться. Старт от 5000 символов.



# Уникальность текста

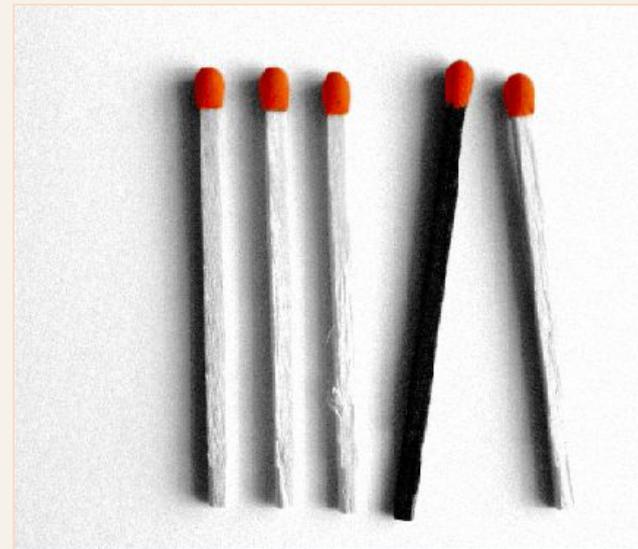


**Уникальность в идеале составляет не менее 95%**

НО! Если текст маленький, порог уникальности будет тоже снижаться.

Через какие сервисы проверять:

- <https://advego.com/plagiatus/>
- <https://content-watch.ru/text/>
- <https://pr-cy.ru/unique/>
- <https://text.ru/>



## Как показать ПС, что вы являетесь первоисточником?

1. Сразу после публикации отправляем страницу на принудительную индексацию в [Search Console](#).
2. Публикуем контент в социальных сетях.

Если сайт качественно оптимизирован, тогда новый контент будет быстро индексироваться и сайт засчитается как первоисточник.



# Подзаголовки и списки



## Оформление подзаголовков

1. В тексте должно быть минимум 2 заголовка H2.
2. Необходимо соблюдать иерархию заголовков H2–H6.
3. Заголовки должны быть емкими.
4. В заголовках рекомендуется использовать ключевые слова и синонимы.
5. Заголовок H1 должен быть уникальным в рамках сайта.
6. Заголовки H2–H6 не должны дублироваться в рамках страницы.



## Оформление нумерованных списков:

1. Каждый пункт начинается с заглавной буквы.
2. Каждый пункт завершается точкой.
3. Каждый пункт может состоять из одного и более предложений.

## Оформление маркированных списков:

- каждый пункт начинается со строчной буквы;
- все пункты, кроме последнего, завершаются точкой с запятой;
- последний пункт завершается точкой;
- не рекомендуется использовать данный вид списка для объемных пунктов в несколько предложений.

Внутренняя перелинковка делается для наращивания веса страниц на сайте. Это повышает эффективность работы ресурса и помогает пользователю легче и удобнее перемещаться внутри сайта. Необходимо придерживаться нескольких правил:

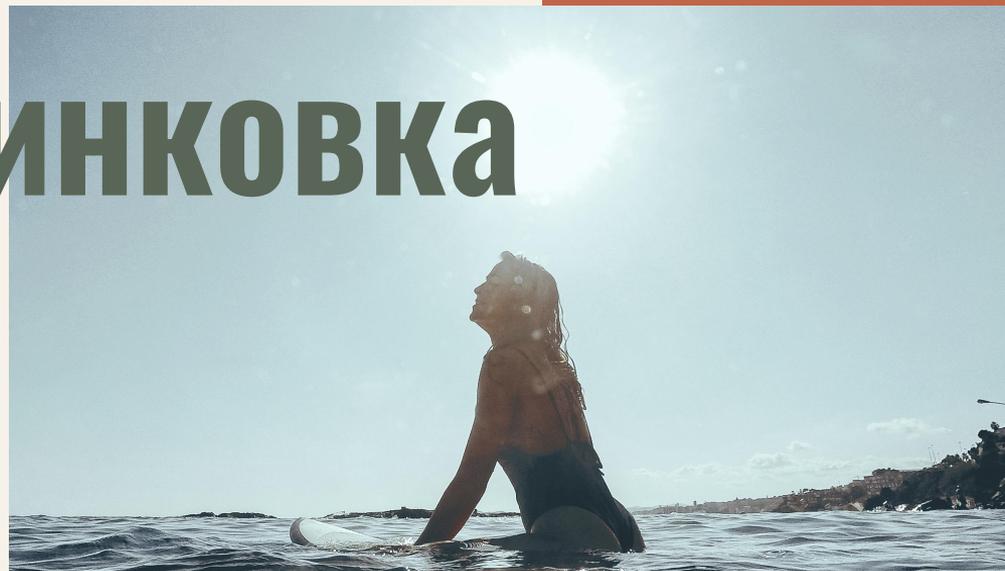
1. На странице не должно быть больше одной ссылки на одну и ту же страницу.
2. Страница не должна ссылаться сама на себя — содержать ссылки, которые ведут на ту же страницу, где находится пользователь.
3. Текст ссылки должен быть релевантен содержанию страницы, на которую ведет ссылка.

С грамотно организованной перелинковкой:

- ускорится индексация — боты следуют по ссылкам внутри сайта для сканирования информации;
- увеличится доверие пользователей — они будут дольше находиться на сайте;
- ускорится продвижение сайта в поисковой выдаче;
- увеличится релевантность страниц сайта ключевым запросам, подходящим тематике вашего ресурса.



# Перелинковка



Текстовая перелинковка — ссылки в тексте на другие страницы внутри сайта.

Например: [https://www.foxtrot.com.ua/ru/shop/mobilnye\\_telefony\\_smartfon.html](https://www.foxtrot.com.ua/ru/shop/mobilnye_telefony_smartfon.html)



## Правила перелинковки для e-commerce

- количество ссылок: ~1-2 штуки на 1000 символов;
- желательно ставить ссылки ближе к началу текста;
- анкор соответствует странице, на которую ведет ссылка;
- избегать ссылок на служебные страницы сайта;
- избегать ссылок на главную страницу сайта;
- избегать ссылок на товары;
- избегать ссылок на закрытые от индексации страницы.





## Правила перелинковки для инфо текстов

- количество ссылок: ~3–5 штуки на 1000 символов;
- анкор соответствует странице, на которую ведет ссылка;
- если ведете блог компании – не забываем добавлять ссылки на основной сайт;
- ссылки распределять равномерно по всему тексту;
- добавлять ссылки в том случае, если они будут полезны пользователю.



## Чего делать не нужно?

1. Не нужно ставить ссылку на ту же страницу, для которой пишется текст.
2. Не нужно ставить ссылки на одну и ту же страницу в пределах одного текста.
3. Не нужно ставить ссылки с одинаковыми анкерами в пределах одного текста.
4. Не нужно начинать текст, абзац или предложение со ссылки.



## А что по поводу внешних ссылок?

1. Исследуйте дополнительные источники по вашей теме.
2. Ставьте ссылки на авторитетные и полезные ресурсы.
3. Качественные внешние ссылки сделают ваш контент более трастовым и заслуживающим доверия.



# Расширенные сниппеты



## Добавление таблиц

Создаем таблицу для попадания в блок быстрых ответов Google:

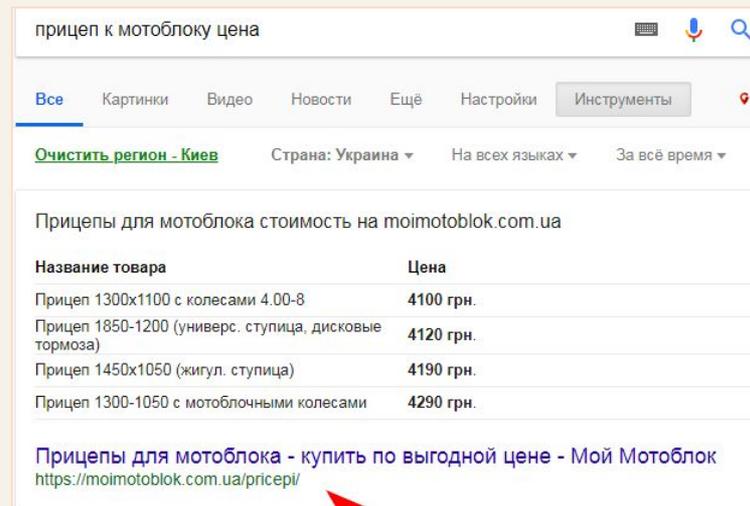
1. Создать таблицу 2\*5 (минимум).
2. В таблице выводить товары по минимальной цене или по популярности.
3. Добавить название таблицы по шаблону: `<h4>[Название категории] стоимость на [Название сайта]</h4>`
4. Расположить под SEO-текстом.

Примеры реализации:

<https://moimotoblok.com.ua/motobloki/>

<https://www.citrus.ua/smartfony/>

[https://allo.ua/ru/products/mobile/klass-kommunikator\\_smartfon/](https://allo.ua/ru/products/mobile/klass-kommunikator_smartfon/)



прицеп к мотоблоку цена

Все Картинки Видео Новости Ещё Настройки Инструменты

Очистить регион - Киев Страна: Украина На всех языках За всё время

Прицепы для мотоблока стоимость на moimotoblok.com.ua

Название товара	Цена
Прицеп 1300x1100 с колесами 4.00-8	4100 грн.
Прицеп 1850-1200 (универс. ступица, дисковые тормоза)	4120 грн.
Прицеп 1450x1050 (жигул. ступица)	4190 грн.
Прицеп 1300-1050 с мотоблочными колесами	4290 грн.

Прицепы для мотоблока - купить по выгодной цене - Мой Мотоблок  
<https://moimotoblok.com.ua/pricepi/>



## Добавление FAQ

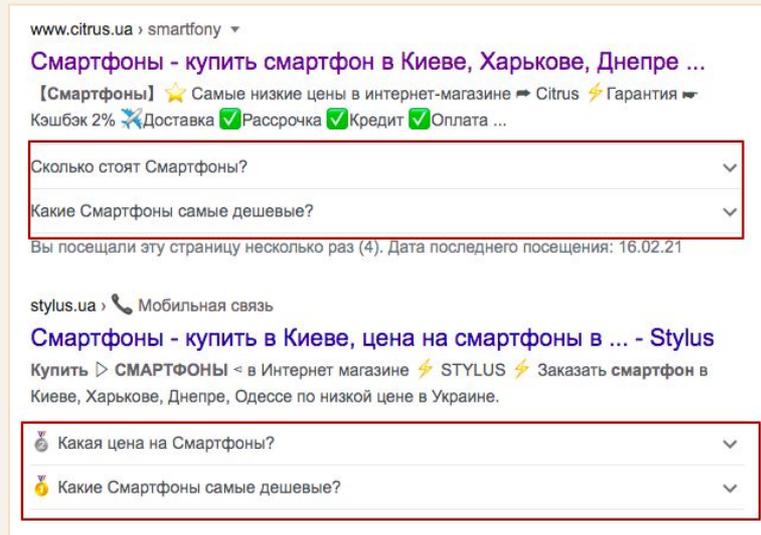
1. Подбираем вопросы для раздела FAQ (анализируем семантику, смотрим раздел “Только вопросы” от Serpstat).
2. Формируем ответы.
3. Добавляем текстовый блок на сайт.
4. Добавляем микроразметку FAQ.

Примеры реализации:

[https://www.foxtrot.com.ua/ru/shop/mobilnye\\_telefony\\_smartfon.html](https://www.foxtrot.com.ua/ru/shop/mobilnye_telefony_smartfon.html)

<https://www.citrus.ua/smartfony/>

[https://allo.ua/ru/products/mobile/klass-kommunikator\\_smartfon/](https://allo.ua/ru/products/mobile/klass-kommunikator_smartfon/)



www.citrus.ua > smartfony ▾

**Смартфоны - купить смартфон в Киеве, Харькове, Днепре ...**

[Смартфоны] ★ Самые низкие цены в интернет-магазине ➡ Citrus ⚡ Гарантия ➡ Кэшбэк 2% 📦 Доставка ✅ Рассрочка ✅ Кредит ✅ Оплата ...

Сколько стоят Смартфоны? ▾

Какие Смартфоны самые дешевые? ▾

Вы посещали эту страницу несколько раз (4). Дата последнего посещения: 16.02.21

stylus.ua > 📞 Мобильная связь

**Смартфоны - купить в Киеве, цена на смартфоны в ... - Stylus**

Купить ▷ СМАРТФОНЫ < в Интернет магазине ⚡ STYLUS ⚡ Заказать смартфон в Киеве, Харькове, Днепре, Одессе по низкой цене в Украине.

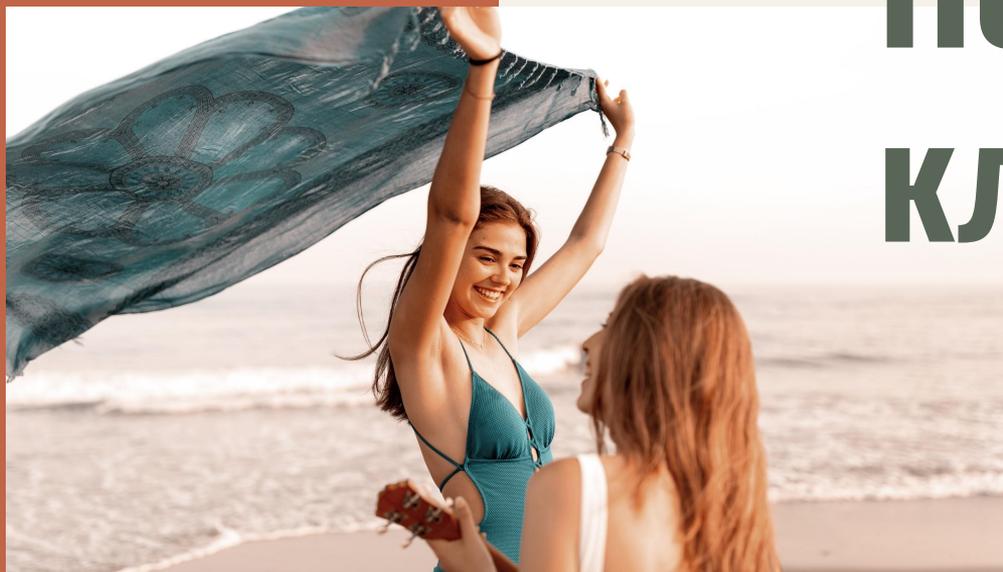
📞 Какая цена на Смартфоны? ▾

📞 Какие Смартфоны самые дешевые? ▾



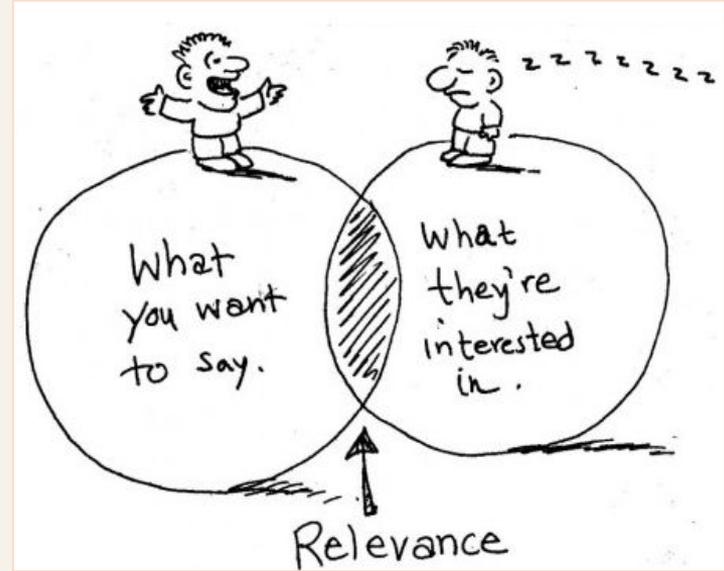
03

# Подбор ключей



## Как увеличить релевантность текста с помощью ключей?

- H1 + основной ключ;
- первые 100 слов текста + основной ключ;
- H2, H3 + синонимы / второстепенные ключи;
- использовать strong для выделения основной мысли в тексте;
- использовать LSI-фразы по всему тексту.



## Какие ключи подбирать для e-commerce текста?

- используем собранную семантику для страницы.
- добавляем транзакционные ключи:
  - купить / заказать
  - цена / стоимость
  - доставка / оплата
  - интернет-магазин
- добавляем название своего бренда.
- добавляем релевантные топонимы (регион, города).



## Какие ключи подбирать для инфо текста?

- Используем собранную семантику для статьи.
- Найти аналогичные статьи/страницы конкурентов и посмотреть, какие важные ключи они используют, синонимы. Дополнить список.
- Подобрать LSI-ключи.



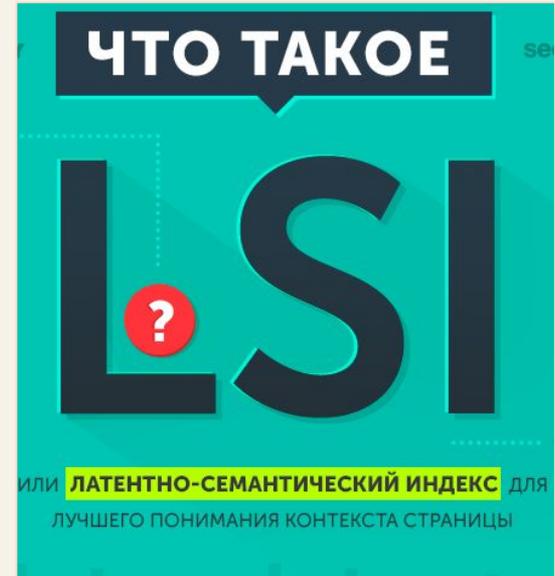
# LSI КЛЮЧИ



Помимо главного ключа, используйте другие словоформы и словосочетания, которые также относятся к тематике статьи.

Особенности LSI-текстов:

- использование релевантных синонимов, ассоциативных слов и фраз;
- объем больше, чем у обычных статей (от 5 тысяч знаков);
- ориентация в первую очередь на пользователя, не на поисковую систему;
- тексты более информативны.



## Преимущества LSI

- улучшение поведенческих факторов за счет качественного и интересного контента.
- улучшение ранжирования статьи по НЧ запросам.
- снижается спамность текста, за счет использования синонимов.
- естественное наращивание ссылочной за счет полезного и интересного контента.



## Как найти LSI фразы?

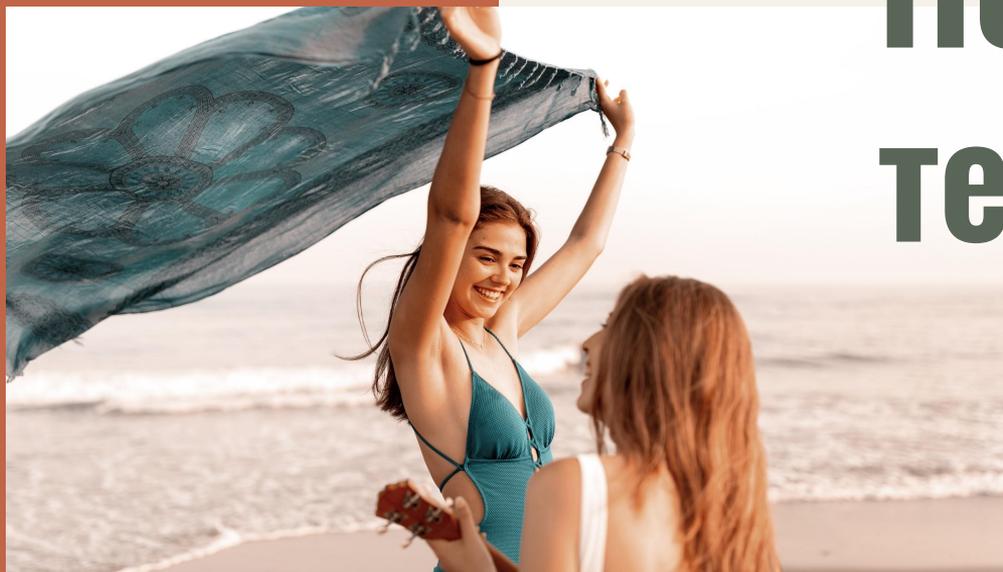
- Правая колонка Яндекс Вордстат
- Подсказки в поиске Яндекс и Гугл
- Блок Вместе с «...» ищут
- Похожие фразы в Serpstat
- <https://tools.pixelplus.ru/tools/podskazki-google> - для Google
- <https://arsenkin.ru/tools/suggest/> - Яндекс
- <https://lsikeywords.com/> - для EN
- <https://lsigraph.com/> - для EN
- <https://ultimatekeywordhunter.com/> - десктоп, для Windows.

### Связанные запросы

- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| какой телевизор выбрать 2020     | какой марки телевизор выбрать   |
| какой телевизор выбрать форум    | рейтинг телевизоров             |
| как выбрать телевизор по размеру | как выбрать телевизор 2020 года |
| как выбрать телевизор смарт      | как выбрать телевизор самсунг   |



04



# Подбор тезисов



### **Как подготовить тезисы для e-commerce текстов:**

- смотрим на семантику;
- придумываем сами;
- адаптируем под свой проект базовые тезисы.

### **Базовые тезисы для коммерческих текстов:**

- Как описываемый товар/услуга решает проблему пользователя?
- Какие виды товара/услуг существуют и в чем их особенности?
- Как сделать правильный выбор среди предложенных вариантов?
- В чем преимущества сервиса данного магазина? (В чем отличие от конкурентов?)
- Призыв к действию на основании всех вышеизложенных аргументов.



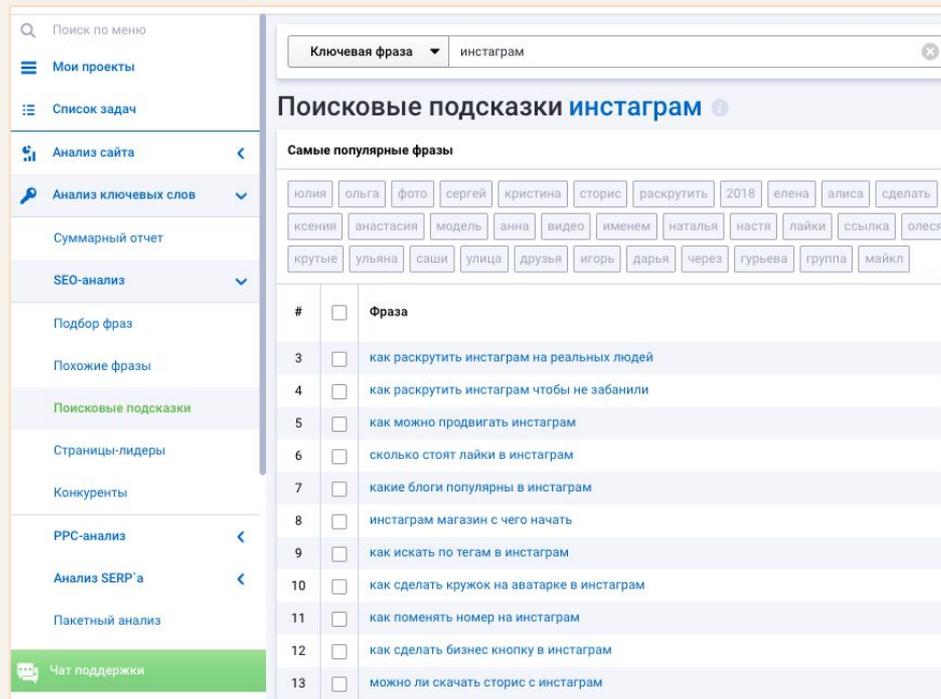
## Метод Небоскреб (для инфо):

- По целевому запросу провести анализ статей в топ-10.
- Выписать тезисы по структуре каждой статьи.
- Изучить вопросы пользователей под статьями.
- Включить вопросы в свой план статьи.
- Составить единый список тезисов для своей статьи с учетом статей конкурентов и вопросов пользователей.



## Serpstat (для инфо+ecommerce)

- Похожие фразы
- Поисквые подсказки
- Только вопросы
- Основная семантика



Поиск по меню

Мои проекты

Список задач

Анализ сайта

Анализ ключевых слов

Суммарный отчет

SEO-анализ

Подбор фраз

Похожие фразы

Поисковые подсказки

Страницы-лидеры

Конкуренты

PPC-анализ

Анализ SERP'a

Пакетный анализ

Чат поддержки

Ключевая фраза:

### Поисковые подсказки **инстаграм**

Самые популярные фразы

юлия ольга фото сергей кристина сторис раскрутить 2018 елена алиса сделать  
ксения анастасия модель анна видео именем natalya настя лайки ссылка олеся  
крутые ульяна саша улица друзья игорь дарья через гурьева группа майкл

#	<input type="checkbox"/>	Фраза
3	<input type="checkbox"/>	как раскрутить инстаграм на реальных людей
4	<input type="checkbox"/>	как раскрутить инстаграм чтобы не забанили
5	<input type="checkbox"/>	как можно продвигать инстаграм
6	<input type="checkbox"/>	сколько стоят лайки в инстаграм
7	<input type="checkbox"/>	какие блоги популярны в инстаграм
8	<input type="checkbox"/>	инстаграм магазин с чего начать
9	<input type="checkbox"/>	как искать по тегам в инстаграм
10	<input type="checkbox"/>	как сделать кружок на аватарке в инстаграм
11	<input type="checkbox"/>	как поменять номер на инстаграм
12	<input type="checkbox"/>	как сделать бизнес кнопку в инстаграм
13	<input type="checkbox"/>	можно ли скачать сторис с инстаграм



05



# Подготовка ТЗ для копирайтера



## Где брать тексты?

- Штатные копирайтеры
- Удаленные копирайтеры
- Биржи:
  - [etxt.ru](http://etxt.ru)
  - [advego.ru](http://advego.ru)
  - [contentmonster.ru](http://contentmonster.ru)
  - [turbotext.ru](http://turbotext.ru)
- Самостоятельное написание



## Что должно включать в себя ТЗ?

- Общие требования к текстам.
- Ключевые запросы.
- Тезисы.
- Примеры эталонных статей конкурентов (опционально).
- Дополнительные примечания (опционально).



Пример технического задания на написание e-commerce текста.

Пример технического задания на написание инфотекста.



06



# Полезные сервисы



## Сервисы для проверки качества текста:

<https://www.artlebedev.ru/orfograf/> – орфография, опечатки

<http://gramota.ru/> – орфография, грамматика

<http://www.konorama.ru/igry/zapatan/> – сложные выражения, пунктуация

<https://www.languagetool.org/ru/> – грамматика, орфография, пунктуация и стиль

<https://orfogrammka.ru/> – орфография и грамматика

<https://stopslov.net/> – избавление от “воды” в тексте

<http://www.synonymizer.ru/> – подбор синонимов

<https://www.8nog.com/counter/> – перевести текст в нижний регистр, убрать двойные пробелы

<https://glvrd.ru/> – находит стоп-слова, неопределенности, обобщения и другое, что входит в понятие «информационный стиль».

<http://ru.readability.io/> – проверка читабельности текста



## Сервисы для подбора ключей и тезисов:

<https://soovle.com/> – поисковые подсказки

<https://answerthepublic.com/> – тезисы и темы для EN проектов

<http://www.keys4up.com/> – поисковые подсказки

<http://buzzsumo.com/> – показывает контент, который больше всего шерили, можно использовать для подбора тем для статей.

<https://tools.pixelplus.ru/tools/podskazki-youtube> – парсим подсказки ютуба

<https://tools.pixelplus.ru/news/podskazki-youtube> –

находим YouTube-каналы по ключевикам тематики, с помощью

<https://marketello.ru/lesson/sheets-youtube-placement-finder/>

– берем темы для статей и тезисы из популярных видео.



## Сервисы для формирования красивых заголовков статей (EN):

<https://www.hubspot.com/blog-topic-generator>

<https://www.portent.com/tools/title-maker>

<https://www.webfx.com/seo-tools/faqfox/>

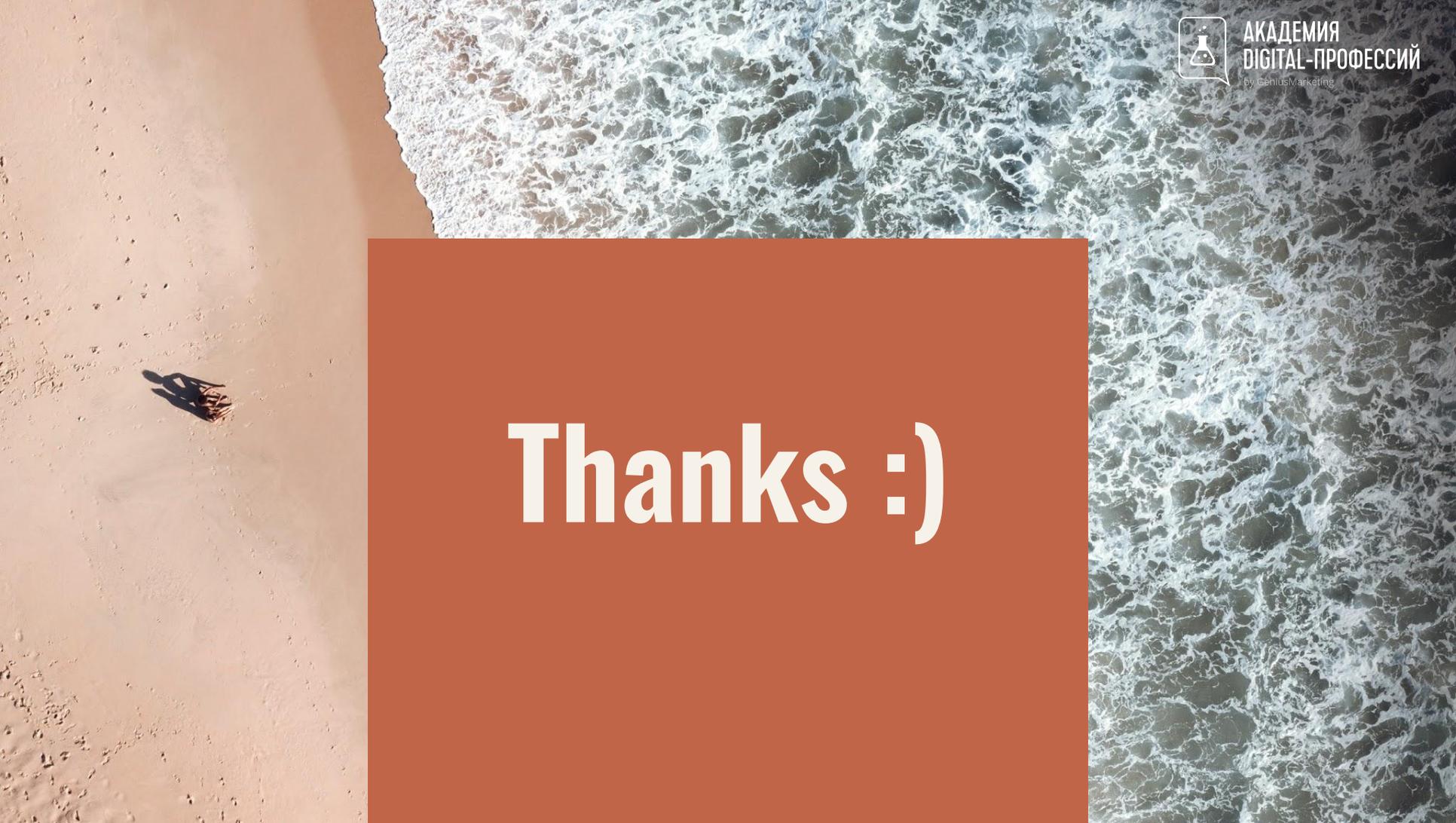
<http://titlecase.com/>

<https://coschedule.com/headline-analyzer#>





АКАДЕМИЯ  
DIGITAL-ПРОФЕССИЙ  
by GeniusMarketing



**Thanks :)**