

Словарь Базовых терминов SEO

Трафик – это количество всех посетителей, которые зашли на Интернет-ресурс за определенный период времени. В зависимости от типа аудитории трафик может быть целевой и нецелевой; по типу источника – прямой, реферальный (по ссылке с другого сайта), поисковый (из поискового запроса), трафик из социальных сетей.

Google Search Console - бесплатный сервис Google, который помогает оптимизировать сайт и его контент, повысить приоритетность ресурса при индексации. Google search console позволяет узнать источники трафика, особенности поисковой выдачи сайта, найти проблемы с индексированием.

SEO (Search Engine Optimization) - это комплекс мер для увеличения бесплатного трафика сайта в поисковых системах. SEO-оптимизация направлена на улучшение позиции сайта в поисковиках. SEO разделяется на техническое SEO, SEO на странице и SEO вне сайта (внешнее).

Поисковая система (или поисковик) – это Интернет-ресурс, который используется при поиске необходимых пользователю данных (текстовый, графический, видео контент и др.). Поиск осуществляется, по ключевым словам, и фразам, после введения пользователем поискового запроса. Наиболее популярные поисковики: Google, Bing, Yahoo!, Baidu, Яндекс.

Metadata - Это данные о содержании каждой страницы сайта. В метаданные входят description (описание) и keywords (ключевые слова). Metatag description создается владельцем сайта и выводится в сниппет. Keywords вносятся SEO-оптимизаторами в код страницы для передачи данных о ней поисковым роботам. Метаданные необходимые для обеспечения взаимодействия с поисковыми системами.

Конверсия - это соотношение пользователей, совершивших действие, которое им предложили выполнить на сайте, к общему числу посетителей. Среди таких действий может быть подписка на рассылку, покупка продуктов или услуг, регистрация и др. Операции, которые клиент начал выполнять, но не завершил (например, оформил заказ, но не оплатил), не учитываются в этой метрике.

BregerSEO

Целевая Аудитория - Это группа пользователей, на которых рассчитан сайт. Целевая аудитория разделяется на основную (непосредственно использует товары или услуги ресурса) и побочную (может влиять на решение основной). Целевую аудиторию определяют следующими метриками: демографические (пол, возраст), географические (страна, регион), социально-экономические (семейное положение, доход, должность), поведенческие (увлечения, интересы).

Индексация - сбор информации сайта поисковыми роботами и ее включение в базу данных. Индексации подвергается весь контент сайта: текст, изображение, видео, ссылки и т. д. Роботы анализируют эту информацию посредством html-кода, в который она заключена, поэтому при оптимизации сайта важно учитывать, насколько html-код понятен поисковым системам. Чем быстрее страница сайта индексируется, тем раньше она появится в поисковике.

Краулинговый бюджет - максимальное количество страниц сайта, которые поисковый бот сканирует за выбранное время (обычно за сутки) или за одно посещение ресурса. Статистику посещения сайта ботом можно узнать с помощью инструментов Google Search Console и Яндекс Вебмастер. Краулинговый бюджет непосредственно влияет на индексацию сайта. Размер краулингового бюджета зависит от PageRank, поведенческих факторов и возраста сайта.

Google Analytics - сервис Google, предназначенный для сбора статистики посещения сайтов и анализа пользовательского поведения. С помощью Google Analytics можно: узнавать время нахождения пользователя на сайте, конверсию, глубину просмотров, источники трафика, проводить А/В-тестирование и др. Общую информацию по ключевым метрикам можно найти на панели инструментов, более детальную - в виде настраиваемых отчетов (сегодня доступно более 80 видов отчетов).

Snippet - краткая информация о содержании сайта, которая выводится на страницу поисковой выдачи. Снippet влияет на кликабельность ресурса пользователями и помогает поисковику точнее и быстрее индексировать сайт. Он может генерироваться поисковыми системами автоматически, но чаще всего их создают сами владельцы сайта для лучшей SEO-оптимизации. Снippet включает в себя заголовок, описание, ссылку и дополнительные элементы (фавикон, быстрые ссылки, дату изменения и т. д.)

SERP (Search Engine Results Page) - страница выдачи поисковой системы. Ее формируют поисковые роботы на основании запроса пользователя. Страницы в SERP ранжируются по степени соответствия поисковому запросу: на верхних позициях первой страницы оказываются ресурсы, наиболее подходящие по контенту, далее по убывающей. ТОП-10 сайтов (1-я страница SERP) составляют самые релевантные поисковому запросу конкуренты. Страница SERP включает в себя: органическую выдачу, блок коммерческой выдачи (вверху или внизу страницы), дополнительные элементы (шорткаты, связанные запросы, элементы управления).

BregerSEO

KPI (Key Performance Indicators) - объективно достижимые и измеримые показатели эффективности сайта и работ по его seo-оптимизации. KPI условно разделяют на экономические (конверсия, стоимость лида (CPL), стоимость привлечения посетителя (CPC), возврат маркетинговых инвестиций (ROMI)) и неэкономические (посещаемость, видимость по семантическому ядру, вхождение в топ выдачи по ключевым словам). Чтобы наиболее полно оценить seo-стратегию, необходимо использовать для анализа все основные KPI в совокупности.

Факторы ранжирования Google - условия, которые влияют на отношение поисковой системы к сайту. В зависимости от того, насколько сайт удовлетворяет тем или иным критериям, Google присваивает ресурсу определенный рейтинг. К основным факторам ранжирования относятся: скорость сайта, структура и количество страниц, время простоя сайта, поведенческие факторы, ссылки, упоминания на других сайтах, уникальность и обновление контента, ключи в метатегах и контенте, возраст, история и имя домена. Негативно отразится на ранжировании реклама и всплывающие окна, скрытый контент, "парковка" доменов и др.

Релевантность - степень соответствия содержания страницы или сайта поисковому запросу пользователя. Является одним из ключевых факторов ранжирования результатов выдачи. Релевантность ресурса определяется несколькими критериями: расположение ключевых слов в тексте, смысловое соответствие запросу, соответствие метатегов запросу, актуальность контента, количество и глубина просмотров страницы, частота отказов.