



## Внешняя и внутренняя оптимизация сайта

По современным стандартам интернет-маркетинга [поисковое продвижение сайта](#) начинается с комплексной SEO-оптимизации. Целью мероприятий по SEO является помощь алгоритмам поисковых систем в определении релевантности контента соответственно заданным пользователями запросам.

Чрезвычайно важно публиковать полностью оптимизированный ресурс. Если этого не сделать, сайт не сможет эффективно конкурировать с другими аналогичными проектами.

Хотя необходимость публикации хорошо подготовленного к поисковому продвижению сайта выглядит очевидной, новички в сфере интернет-маркетинга часто забывают о SEO. В разработку отличного проекта инвестируются серьезные деньги, но слабо адаптированный под поисковые алгоритмы ресурс не приносит бизнесу клиентов.

## Классификация

По общепринятой в индустрии SEO терминологии, оптимизация подразделяется на внешнюю и внутреннюю.

- К сфере внутреннего SEO относится все, что владелец ресурса в силах реализовать на страницах сайта. В англоязычном сегменте интернета принята терминология on-page optimization или «оптимизация на странице».
- К внешней сфере относятся все мероприятия, совершаемые «в большом интернете», вне продвигаемого сайта.

Чаще всего под внешним SEO понимается размещение гиперссылок на сторонних ресурсах – линкбилдинг (link building). Такая ситуация является следствием того, что ссылочный фактор долгие годы считался наиболее влиятельным в поисковом продвижении.

Внешние цитирования рассматриваются поисковиками как положительная оценка контента, указание на полезность сайта для людей. Чем больше ведет на веб-страницу ссылок со сторонних ресурсов и чем авторитетнее последние, тем выше позиции цитируемого проекта в выдаче по запросу.

Сегодня к внешнему SEO добавились новые стратегии и тактики:

- SMM – социалмедиа маркетинг, продвижение в социальных сетях.
- SERM – управление репутацией в поисковых системах.
- Продвижение по альтернативным каналам. Видеохостинги, аудио подкасты, компьютерные игры, мобильные приложения.

Яндекс и Google стараются расширить охват исследований по всем функционирующим во всемирной сети информационным системам. На странице результатов поиска часто можно увидеть ссылки на файлообменники, облачные хранилища, странички в соцсетях. В разработке находится сервис поиска непосредственно в мобильных приложениях, в том числе со стационарных компьютеров.

### **Внутреннее SEO**

В предыдущем разделе была описана внешняя оптимизация. Сложность работы по оптимизации вне веб-страниц заключается в необходимости действовать через посредников, применять косвенные методы воздействия.

На страницах своего ресурса владелец может делать что хочет, потому список способов и методов внутренней оптимизации весьма обширен и разнообразен.

- Исследование ключевых слов и формирование семантического ядра (список

поисковых запросов для привлечения целевой аудитории).

- Работа с контентом. Добавление ключевых слов и фраз в тексты, в названия файлов графики, в метатеги Title и Description. Такие мероприятия относятся к копирайтингу и контент-менеджменту. Для улучшения продвижения в поиске в тексты добавляются «скрытые» ключевые слова, косвенно указывающие на отношение контента к тематике продвигаемого запроса. Эта методика называется LSI копирайтинг (от Latent Semantic Indexing – «латентно-семантическая индексация» – поиск по смыслу текста).

- Технические мероприятия. Увеличение скорости загрузки страниц в браузеры. Кроссплатформенность и кросс-браузерность, адаптация к мобильной поисковой выдаче. Валидация и очистка HTML-кода. Настройка работы удаленного сервера. Обеспечение защищенного протокола передачи данных HTTPS. Защита от вирусов и DDoS.

- Внутренняя перелинковка. Создание сети гиперссылок между внутренними страницами. Это улучшает поведенческие факторы и увеличивает длительность сессий.

- Повышение пользовательского удобства (юзабилити). Одним из важнейших факторов ранжирования стал положительный потребительский опыт. Из этого поисковые алгоритмы делают выводы о полезности интернет-ресурсов, качестве предоставляемых сервисов и контента.

В общей стратегии интернет-маркетинга грамотно проведенные внутренняя и внешняя оптимизации становятся прочным фундаментом, обеспечивающим долговременный успех проекта на интернет-рынке.