



HTML для SEO

ИЛИ

О том, как разместить больше полезной информации на страницах сайта и улучшить их структуру для улучшения их рейтинга в выдаче поисковиков

**Практические советы тем,
кто не знаком с HTML**

< Краткий сборник рецептов >

Оглавление

| | |
|-----------------------------------|---|
| О чем этот сборник советов? | 3 |
| Небольшое вступление | 3 |
| Важные для SEO теги | 4 |
| Раздел заголовков страницы | 4 |
| Заголовки в тексте..... | 5 |
| Обычный текст | 5 |
| Атрибуты картинок | 5 |
| Ссылки..... | 5 |
| Внутренние и внешние ссылки | 6 |
| Ссылки в заголовках..... | 7 |
| Что дальше? | 7 |

О чем этот сборник советов?

Много уже написано про **SEO**¹, много написано и про **HTML**² как язык разметки. Немало есть и про то, как использовать возможности HTML для SEO, однако написанное подразумевает знание языка HTML читателями.

Увы, далеко не все владеют этим языком в достаточной степени, чтобы понять советы «SEO-шников», подразумевающие знание HTML. Все это совершенно нормально, ибо людям, не входящим в кагорту веб-мастеров, вовсе не обязательно знать их специфический язык. Однако даже минимальное использование этих знаний при создании веб-страниц способно очень даже заметно приподнять их в результатах выдачи поисковых систем.

Сама по себе спецификация по языку HTML весьма обширна и вряд ли была прочитана до конца многими. К счастью, если брать лишь аспект поисковой оптимизации, вполне достаточно будет разобраться с **менее чем десятком тегов**, описанных в этой спецификации. По объему это примерно как одно зернышко, если сравнить всю спецификацию с целым мешком зерна. В этом небольшом сборнике мы как раз и попытаемся рассмотреть поближе лишь это одно зернышко.

В моей практике был не один пример, когда сайты оказывались в TOP 10 Яндекса не за счет каких-либо специальных SEO-ухищрений, а во многом благодаря грамотному составлению и структурированию текста и использованию по максимуму всех возможностей HTML-разметки.

Небольшое вступление



Возможно, не все задумывались о том, как устроены изнутри страницы сайтов, которые мы каждый раз открываем в браузере во время своих путешествий по просторам Интернет. Устроены они, в общем-то, просто, во всяком случае, в тот момент, когда их уже в готовом виде загружает к себе браузер. По сути дела, любая HTML-страница – это обычный текстовый файл и ничего более. Но на этом ее простота, увы, заканчивается. Уже само слово «гипертекст» подразумевает наличие некой дополнительной информации среди текстового содержания, которая должна подсказать браузеру, как именно отображать содержащийся в них текст, картинки и другие элементы и где их взять, если они не являются текстом. Все эти «подсказки» оформлены с помощью специальных текстовых символов – тэгов гипертекстовой разметки. Другими словами, эти теги html-разметки позволяют определить структуру всех элементов страницы и обеспечить в дальнейшем их правильное отображение на ней.

Визуально эти теги выглядят в виде скобок, обрамляющих то или иное буквенное сочетание, например, тег `<h1>` произошел от слова *header* (заголовок 1-го уровня в данном случае) или `<p>` - от слова *paragraph* (параграф). Здесь мы разберем лишь те тэги, которые наиболее важны с точки зрения возможности их использования для поисковой оптимизации страницы.

¹ SEO – Search Engine Optimization, или оптимизация (сайта) для поисковых систем

² HTML – Hypertext Markup Language, по-русски – язык гипертекстовой разметки

Важные для SEO теги

Раздел заголовков страницы

Раздел заголовков страницы располагается между тегами `<head> ... </head>` в самом ее начале. То, что расположено внутри этого раздела, обычно не видно визуально, однако имеет очень большое значение. Разберем то, что важно, прежде всего, для SEO. В случае использования CMS (Content Management System – система управления контентом) для управления сайтом содержимое этого раздела доступно для редактирования через специально выделенные поля, предоставляемые, как правило, отдельными модулями (например, в Wordpress это модуль «[All in One SEO Pack](#)», а в Drupal – модули [Nodewords](#) (D6), [Metatags](#) (D7) и другие).

1. `<title>...</title>` - между этими тегами располагается заголовок страницы, но не тот, который мы видим на самой странице, а «служебный», видимый, например, в статусной строке браузера, и при этом очень охотно читаемый поисковыми системами. Именно поэтому в этот заголовок многие стараются поместить как можно больше ключевых слов, отражающих смысл содержимого на странице. Как оказалось, в заполнении этого тега есть много тонкостей, о которых можно прочесть, например, на сайте devaka.ru [здесь](#) и [здесь](#).
2. Мета-тэг с описанием содержимого страницы:
`<meta name="description" content="Здесь должно быть краткое описание содержимого страницы, которое очень охотно используют поисковики" />`
3. Мета-тэг со списком ключевых слов и/или фраз:
`<meta name="keywords" content="Здесь пишем через запятую список ключевых слов и фраз, используемых и имеющих отношение к содержимому страницы" />`

В результате эта часть в заголовке страницы может выглядеть в коде страницы таким образом (в коде удалены фрагменты инструкций для загрузки таблиц стилей, JavaScript и т.д.):

```
<head>
<title>Создание сайтов в городе N – Студия Дизайна Супер-пупер
студия</title>
...
<meta name="description" content="Дизайн-студия в городе N: создание сайтов,
разработка сайтов, веб-дизайн, поддержка веб-сайтов, продвижение,
графический дизайн, разработка фирменного стиля." />
<meta name="keywords" content="создание сайтов в городе N, дизайн в городе
N, сайт город N, обслуживание сайтов, продвижение сайтов, программирование
сайтов" />
...
</head>
```

Очень важно придумать и правильно написать содержимое для тега **description**. Практика показывает, что поисковики очень часто предпочитают выводить в качестве сниппетов (от английского *snippet* – отрывок, часть, кусочек) - часть текста размером до 150 знаков, которую поисковая система выдает вместе со ссылкой на веб-сайт в результатах выдачи, описание, найденное именно в этом теге. В случае его отсутствия (а иногда даже при заполненном описании), в качестве сниппета может быть выдернут любой фрагмент текста, содержащий ключевые слова. Поэтому очень желательно не только кратко и понятно описать в *description* содержимое станицы, но и использовать в этом описании те ключевые слова, на продвижение по которым она рассчитана данная страница.

Заголовки в тексте

В тексте страницы должны использоваться «правильные» заголовки, помогающие читателю и поисковым системам быстро «схватить» структуру документа и смысл идущих за ними разделов. Хорошо, если ключевые слова, используемые внутри `<title>...</title>`, будут встречаться и в заголовках разделов на странице.

Для определения заголовков используются теги `<h1>...</h1>`, `<h2>...</h2>`, `<h3>...</h3>` и т.д., где буква **h** произошла от слова *header* (заголовок), а цифра означает уровень заголовка – чем больше цифра, тем ниже уровень.

Обычный текст

Основной текст как правило разбивается на параграфы. Для этого используется тег `<p>...</p>`. Как правило, при визуальном оформлении параграфов используются отступы, что облегчает восприятие текста его читателем. В свою очередь и поисковым роботам становится проще анализировать текст, когда он разбит на некие смысловые фрагменты.

Ключевые слова, используемые в тексте, полезно выделять жирным шрифтом, используя тег `...`, или курсивом, используя тег `<italic>...</italic>`. Это не только облегчает схватывание смысла материала читателем, но и дает подсказку поисковым роботам, какой именно тематике посвящен текст страницы.

Атрибуты картинок

Здесь для начала полезно вспомнить, что любые картинки – это двоичные файлы, хранимые на сервере отдельно от нашей страницы, и отображаются они на ней лишь потому, что в коде страницы присутствует специальный тег, воспринимаемый браузером как команда загрузить с определенного адреса графический файл и отобразить его в нужном месте и с определенными параметрами. Тег этот имеет следующую структуру:

```

```

Сокращения **img** означает image (изображение), **src** – source (источник) и **alt** – alternative (альтернатива. В данном случае это текст, который следует показать на странице при невозможности отобразить картинку). Возможности внесения информации здесь присутствуют в тегах *src* и *alt*:

1. В качестве имен файла очень желательно использовать не *image1.jpg* или *photo-1.jpg*, а по возможности как можно более осмысленные слова, например, *foto-bolshogo-divana-baron.jpg* или *stol-derevyannyi-razmer-80x85.jpg* (русские названия, написанные транслитом).
2. В этот атрибут следует помещать краткое, но информативное описание изображения на картинке с использованием ваших ключевых слов, поисковые роботы обязательно его проиндексируют. Если совсем ничего не удалось придумать, то поставьте хотя бы пустой атрибут `alt=""`, его присутствие обязательно здесь даже без содержимого.

Ссылки

Это, пожалуй, самый известный и понятный атрибут страницы, без которого не было бы ни сайтов, ни Интернета, однако и в их использовании есть немало тонкостей. Вот как выглядит структура кода ссылки:

```
<a href=" [Адрес-страницы] " title="Описание ссылки">Текст ссылки</a>
```

Здесь соответственно **a** – anchor (якорь), **href** – hyper reference (гипер-ссылка) и **title** (заголовок) – заголовок, всплывающая подсказка для ссылки. Вместо текста ссылки может быть и картинка.

Хорошо, когда название страницы в ссылке является осмысленным словом или фразой, в которой слова разделены с помощью тире. Часто в CMS есть возможность автоматического формирования этих имен через транслитерацию заголовков страницы, однако ничто не мешает сделать это вручную или подправить автоматически полученный результат.

Текст ссылки также очень желательно делать осмысленным, добавлять в него ключевые слова или фразы, которые затем могут быть найдены поисковиком и на странице, на которую эта ссылка указывает.

Очень многие забывают заполнить атрибут `title="..."` внутри тега ссылки. На самом деле этот атрибут не только облегчает жизнь посетителю сайта, показывая ему во всплывающей подсказке при наведении на ссылку указателя мыши более подробное описание содержимого адресуемой страницы, но и позволяет добавить в эту подсказку дополнительные ключевые слова, которые смотрелись бы избыточно и неуместно в видимом на странице тексте ссылки.

Внутренние и внешние ссылки

Поисковики «уважают» сайты за **внутренние ссылки** (ссылки на другие страницы собственного сайта) и наоборот — не жалуют за внешние, особенно, если их много. В этом есть своя логика: чем больше на сайте внутренних ссылок, тем выше вероятность, что представленная на сайте информация достаточно полна, хорошо структурирована, а значит и полезна пользователям. К тому же, наличие грамотно расставленных внутренних ссылок стимулирует посетителя сайта к переходам по ним, эти переходы отслеживают поисковики и соответственно корректируют рейтинг сайта: чем больше переходов, тем выше вероятность, что сайт действительно может дать ценную информацию своим посетителям.

И наоборот, чем больше на сайте внешних ссылок, тем больше он, по мнению поисковика, становится похож на очередной мусорный каталог ссылок, которых и без него в Интернете предостаточно.

Поэтому, в случае использования внешних ссылок, если это, конечно, не ссылки на сайты ваших друзей или партнеров, рекомендуется использовать еще один ее атрибут, указывающий, что поисковому роботу не следует обращать на ссылку внимание и не пытаться по ней переходить: **`rel="nofollow"`** («no follow» – переводится с английского как «не следуй за мной»). Сейчас этот атрибут понимают как Google, так и Яндекс.

В качестве примера код двух ссылок – внутренней и внешней:

Внутренняя:

```
<a title="Подробнее о компании ..." href="/about-us">О нас</a>
```

(обратите внимание, что адрес указан не абсолютный, а относительный, от корня сайта, который обозначается с помощью «/»)

И внешняя:

```
<a href="http://mail.yandex.ru/" rel="nofollow">Почта Яндекс</a>
```

Если на странице очень много внешних ссылок, можно соответствующий блок закрыть в теги `<noindex>...</noindex>` или «дать указание» поисковику ее не индексировать вовсе в файле robots.txt.

Ссылки в заголовках

Иногда используют ссылки внутри заголовков. Часто сами CMS, формируя список кратких анонсов материалов, используют ссылки именно внутри заголовков. Это соответственно повышает вес текста, который в них содержится. При этом следует помнить, что код ссылки следует размещать внутри кода тегов заголовка, а не наоборот. Ниже пример такой ссылки:

```
<h2><a title="Социальная сеть Фейсбук (Facebook) запускает функцию Timeline по всему миру" href="/it-news/111216-4">Facebook начала запуск функции Timeline по всему миру</a></h2>
```

Что дальше?

Нетрудно догадаться, что для успешного продвижения своего сайта одного лишь правильного использования возможностей HTML недостаточно, есть немало других важных аспектов. Для плавного вхождения в тему могу порекомендовать несколько ссылок:

1. [«SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я»](#) - систематизированный учебник, справочник и энциклопедия одновременно, составленный модератором форума на основе анализа более чем 50 лучших SEO блогов и отбор самых полезных (с моей точки зрения) статей (более 200) для оптимизаторов. Там же можно найти список ссылок на блоги авторов – практикующих и успешных SEO-оптимизаторов, на которых также можно найти немало полезного и актуального.
2. [SEO News](#) – отличный сайт с постоянно появляющимися новыми и полезными материалами. Рекомендую подписаться на их твиттер-ленту.

* * *



Что же касается развития HTML, то и здесь мир не стоит на месте. В этой области, можно сказать, происходит настоящая революция и разработчики сайтов понемногу начинают переходить на стандарт HTML5, поддержка которого появилась уже в большинстве современных браузеров. Помимо всевозможных визуальных эффектов и огромного количества новых возможностей, в 5-ой версии стандарта было добавлено немало новых тегов и для семантической разметки веб-документов, однако это тема уже для следующей истории.

Если вам понравился это сборник советов, рекомендуйте его друзьям, заходите на блог и комментируйте. Постараюсь максимально учесть ваши замечания и пожелания, когда соберусь написать очередной опус или внести правки в эту версию:

<http://www.ikalm.ru/html-for-seo-ebook>