

Мета-теги title, description и keywords:

Очевидные правила и маленькие секреты



Содержание

Содержание.....	2
Введение	3
1. Основные мета-теги сайта и их роль	4
2. Ter Title	5
2.1. Рекомендации по составлению title:	7
2.2. Практические советы при создании заголовков.....	9
3. Ter Description.....	15
3.1. Рекомендации по составлению description	19
3.2. Практические советы при создании описаний.....	20
4. Keywords	24
4.1. Секреты написания Title и Description.....	26
Заключение	31
Нужно больше полезной информации ?	32

Введение

Одним из первых этапов правильной оптимизации сайта является написание мета-тегов. Именно они предоставляют поисковым роботам при сканировании веб-ресурса информацию о странице.

Кроме того, теги – это не только неотделимая часть оптимизации сайта, но и важный элемент для успешного продвижения с минимальными бюджетными затратами. Безусловно, на одних мета-тегах высоко не поднимешься, но их неудачное заполнение может значительно ухудшить рейтинг сайта.

Из нашей книги вы узнаете:

- Что такое мета-теги;
- Какова их роль в оптимизации и продвижении интернет-ресурса;
- Как максимально грамотно и эффективно заполнить title и description;
- Актуален ли тег keywords и как с ним работать



Позднякова Софья
специалист отдела поискового продвижения

Самое главное при написании тегов не спешить, а составлять их вдумчиво и грамотно. Следуя приведённым ниже рекомендациям, Вы добьетесь успеха и вскоре «пожнёте плоды» своего труда.



1. Основные мета-теги сайта и их роль

Мета-теги (Meta-tags) – это специальные HTML теги, которые не видны пользователю. Эти теги не являются обязательными. Однако в них заключена важная служебная информация для браузеров и поисковых машин.

Они могут содержать данные об авторе, дате запуска сайта, управляющие команды для поисковых роботов и другие материалы, не предназначенные для посетителей.

Их существует большое количество, но мы поговорим о наиболее популярных, а именно:

- Description (уникальное описание),
- Keywords (ключевые слова).

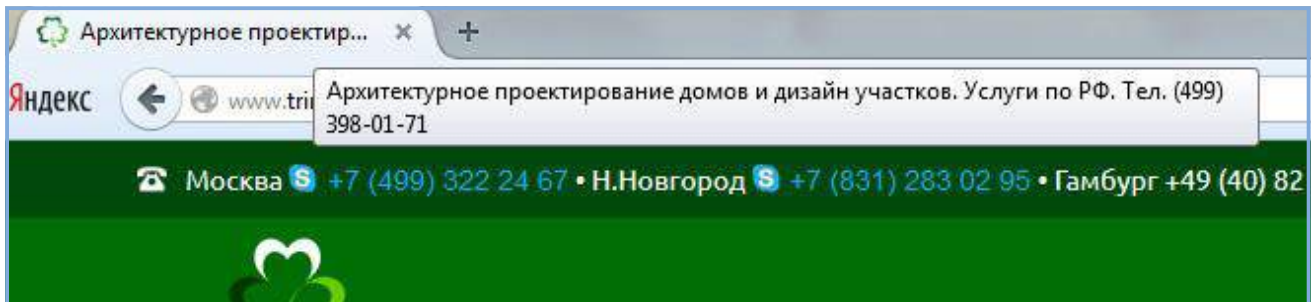
Также к важным тегам, влияющим на продвижение, относят Title. Поэтому об этом теге тоже поговорим.

```
1 <!DOCTYPE html>
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="ru-RU" xmlns:og="http://opengraphprotocol.org/schema/" xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml" prefix="og: http://ogp.me/ns# fb
  http://ogp.me/ns/fb#">
3 <head>
4
5 <meta name="yandex-verification" content="5691319dc3c5e535" />
6 <meta name="google-site-verification" content="ci4ow2MqNDNSuHVCoOMUGO7YVmdXsreTXbcGH_ViZrU" />
7 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8"/>
8 <link href="http://fonts.googleapis.com/css?family=Play&subset=latin,cyrillic,cyrillic-ext,greek,latin-ext" rel="stylesheet" type="text/css">
9 <title>Бурение артезианских скважин, обустройство скважин в Москве и МО. Тел. +7 (495) 229 35 69</title>
10
11 <!--[if lte IE 8]>
12 <script type="text/javascript" src="http://burenie-ms.ru/wp-content/themes/Avada/js/html5shiv.js"></script>
13 <![endif]-->
14
15
16
17 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1" />
18
19 <link rel="shortcut icon" href="http://burenie-ms.ru/wp-content/uploads/2015/04/favicon.ico" type="image/x-icon" />
20
21
22
23
24
25 <!-- SEO Ultimate (http://www.seodesignsolutions.com/wordpress-seo/) -->
26 <meta name="description" content="Компания монтастроцентр занимается бурением артезианских скважин, а также их обустройство под ключ в Московской области. Монтаж систем
  водоснабжения, отопления, канализации, септиков и фильтрации воды. Тел. +7 (495) 229 35 69" />
27 <meta name="keywords" content="бурение скважин на воду,обустройство скважин,обустройство колодцев,монтаж септика,цены на бурение,Жуковский,Раменское" />
28 <meta property="og:type" content="article" />
29 <meta property="og:title" content="Главная" />
```

2. Ter Title

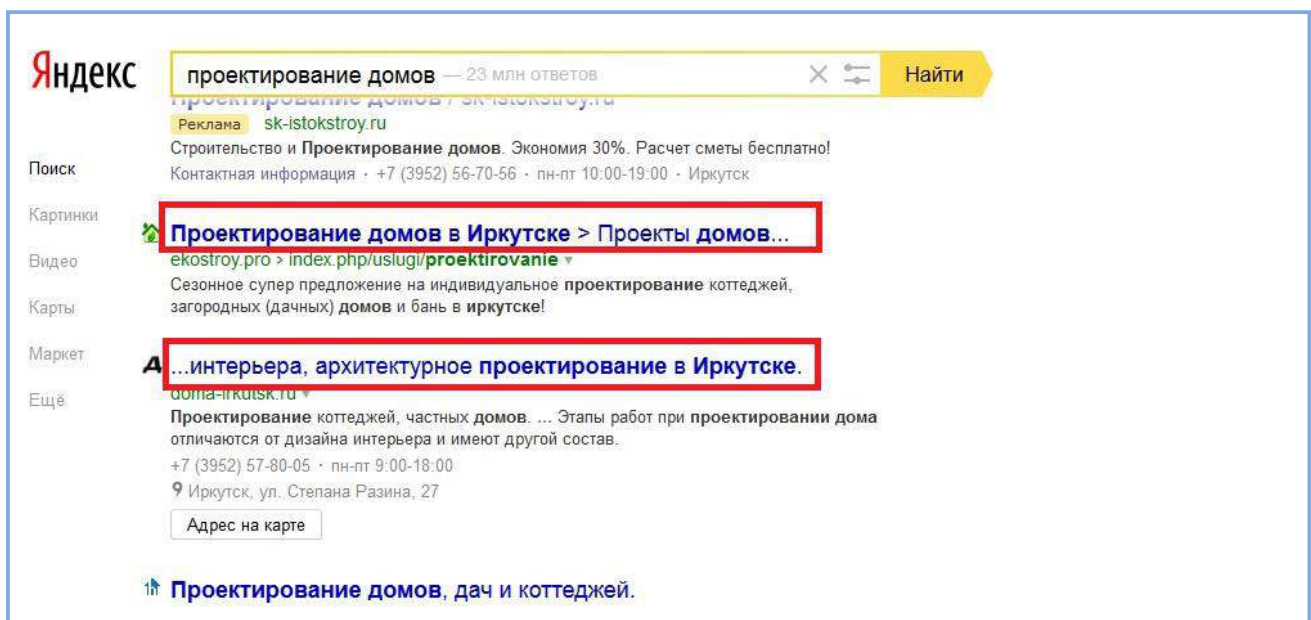
KTitle – это часть HTML разметки. В процессе внутренней оптимизации сайта Title имеет огромное значение, так как несёт в себе сразу несколько функций:

- Является заголовком страницы и содержит в себе ключевые слова:



Поисковые машины рассматривают ключевые слова, найденные в теге заголовка как чрезвычайно важные для отображения страницы по этим запросам.

- Используется как ссылка на страницу в результатах поиска:
Поэтому текст должен быть связным и читабельным.

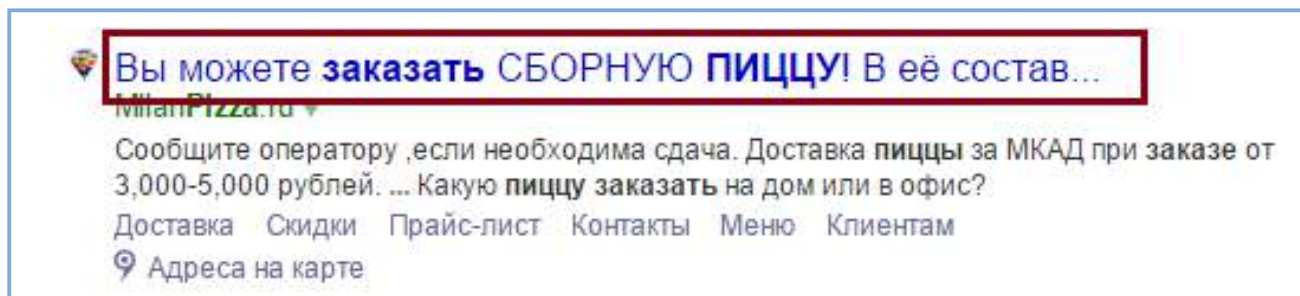


- Сообщает потенциальному посетителю о том, что эта страница – как раз то, что он искал. Следовательно, позволяет принять решение о переходе на сайт.

Важность тега Title сложно переоценить. Это один из самых главных элементов страницы, именно этот тег сообщает поисковой машине, что представляет собой страница.

2.1. Рекомендации по составлению title:

- ✓ Основная информация должна быть уместена в 60-70 символов с пробелами. Длинные заголовки поисковики обрезают:



- ✓ Достаточно разместить 1-3 ключевых слова, под которые оптимизирована страница.
- ✓ Постарайтесь избежать перенасыщения ключевиками. Вообще старайтесь использовать в TITLE-теге как можно меньше слов, т. к. каждое дополнительное слово уменьшает релевантный вес остальных.
- ✓ Важные ключевые слова следует расположить ближе к началу.
- ✓ Не используйте перечисление ключевых слов. Пишите связный текст.

Важно! Каждая страница сайта должна иметь уникальный тег title.

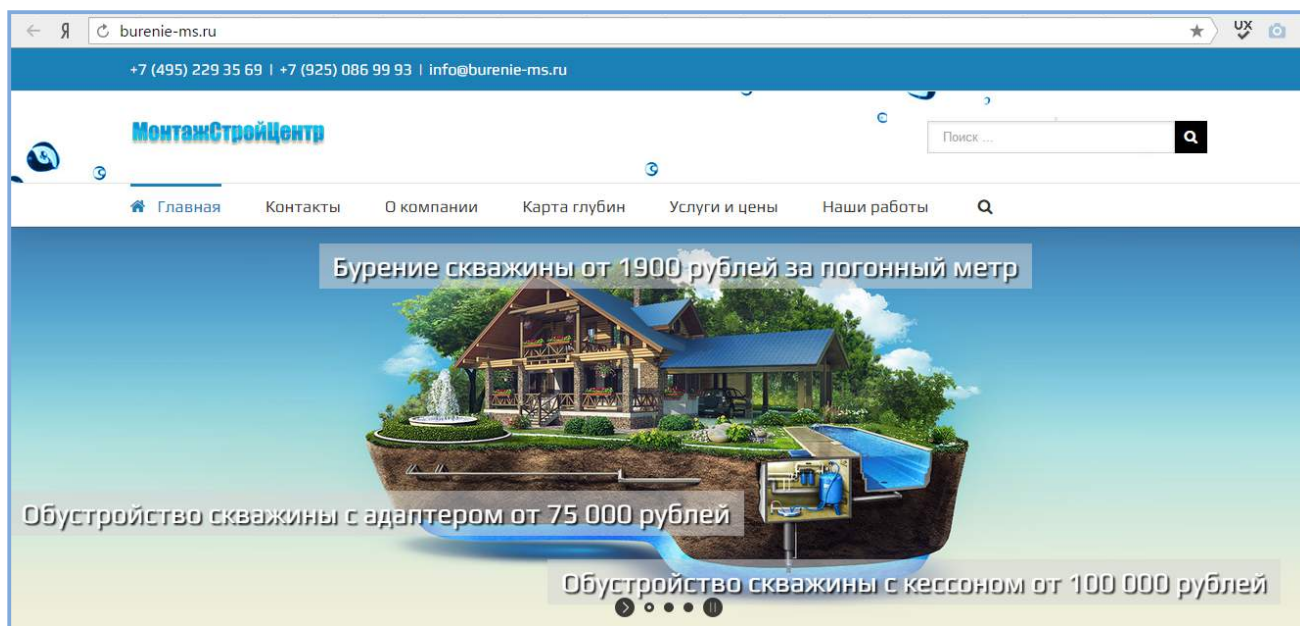
- ✓ Не включайте в заголовок название компании, если конечно, это не самый узнаваемый бренд. Либо расположите его в конце текста.
- ✓ Не стоит прописывать URL сайта и добавлять в текст такие «бесполезные слова» как «добро пожаловать, главная страница, официальный сайт».
- ✓ Не используйте спецсимволы (= ()/ \ | + _) и сократите употребление знаков препинания (– . ! ?). Все слова, которые находятся внутри предложения учитываются поисковыми системами как единое целое. Как только мы ставим точку или другой знак, мы отделяем предыдущие слова от следующих.

- ✓ Не стоит злоупотреблять стоп-словами: союзами, предлогами, междометиями и частицами. Но для повышения читабельности заголовка лучше включить их в текст тега.

2.2. Практические советы при создании заголовков

Используя перечисленные выше пункты, составим оптимизированный тег title для сайта на примере разных ресурсов.

Подробно разберём **пример 1** – сайт burenie-ms.ru.



Виниченко Екатерина
специалист отдела поискового продвижения

Кликните правой кнопкой мыши в любом пустом месте – в контекстном меню выберите «Просмотр кода страницы» (Просмотр HTML-кода/Исходный код страницы и т.п.) – таким образом можно посмотреть код для любой страницы.

Просматривая код на сайте, видим:

```

1 <!DOCTYPE html>
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="ru-RU" xmlns:og="http://opengraphprotocol.org/schema/" xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml" prefix="og: http://ogp.me/ns# fb
3 <head>
4
5 <meta name="yandex-verification" content="5691319dc3c5e535" />
6 <meta name="google-site-verification" content="ci4ow2MqNDNSuHVCo0Mug07YvVidXsreTXbc6H_ViZrU" />
7 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8"/>
8 <link href="http://fonts.googleapis.com/css?family=Play&subset=latin,cyrillic-ext,greek,latin-ext" rel="stylesheet" type="text/css">
9 <title>Бурение артезианских скважин, обустройство скважин в Москве и МО. Тел. +7 (495) 229 35 69</title>
10
11
12 <!--[if lte IE 8]>
13 <script type="text/javascript" src="http://burenie-ms.ru/wp-content/themes/Avada/js/html5shiv.js"></script>
14 <![endif]>
15
16
17 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, maximum-scale=1" />
18
19 <link rel="shortcut icon" href="http://burenie-ms.ru/wp-content/uploads/2015/04/favicon.ico" type="image/x-icon" />
20
21
22
23
24
25
26 <!-- SEO Ultimate (http://www.seodesignsolutions.com/wordpress-seo/) -->
27 <meta name="description" content="компания монтажностроитель занимается бурением артезианских скважин, а также их обустройством под ключ в Московской области. монтаж систем
28 водоснабжения, отопления, канализации, септиков и фильтрации воды. Тел. +7 (495) 229 35 69" />
29 <meta name="keywords" content="бурение скважин на воду,обустройство скважин,обустройство колодцев,монтаж септика,цены на бурение,Жуковский,Раменское" />
30 <meta property="og:type" content="article" />
31 <meta property="og:title" content="Главная" />

```

`<title>Главная | Бурение скважин на воду в Московской области, услуги обустройства скважин, колодцев, монтаж септиков</title>`

Ошибка: Текст тега начинается с не несущего никакой нагрузки слова «Главная»; использован спецсимвол «|», содержание представляет собой простое перечисление слов и превышает допустимое количество символов.

Корректировка: Предположим, что у нас есть уже готовый список ключевых слов, который был сформирован при составлении семантического ядра для сайта. Сопоставим ключевые слова оптимизируемым страницам.

1. Так, для главной страницы ресурса burenie-ms.ru выделим следующие запросы: бурение артезианских скважин на воду, бурение скважин на воду, бурение скважин в Московской области, обустройство скважин под ключ.
2. Теперь расположим данные запросы в порядке убывания важности, т.е. ближе к началу поставим слова, по которым мы хотим иметь больший вес.
3. Далее составим читабельное предложение с использованием этих фраз, которое и будет представлять собой тег title:

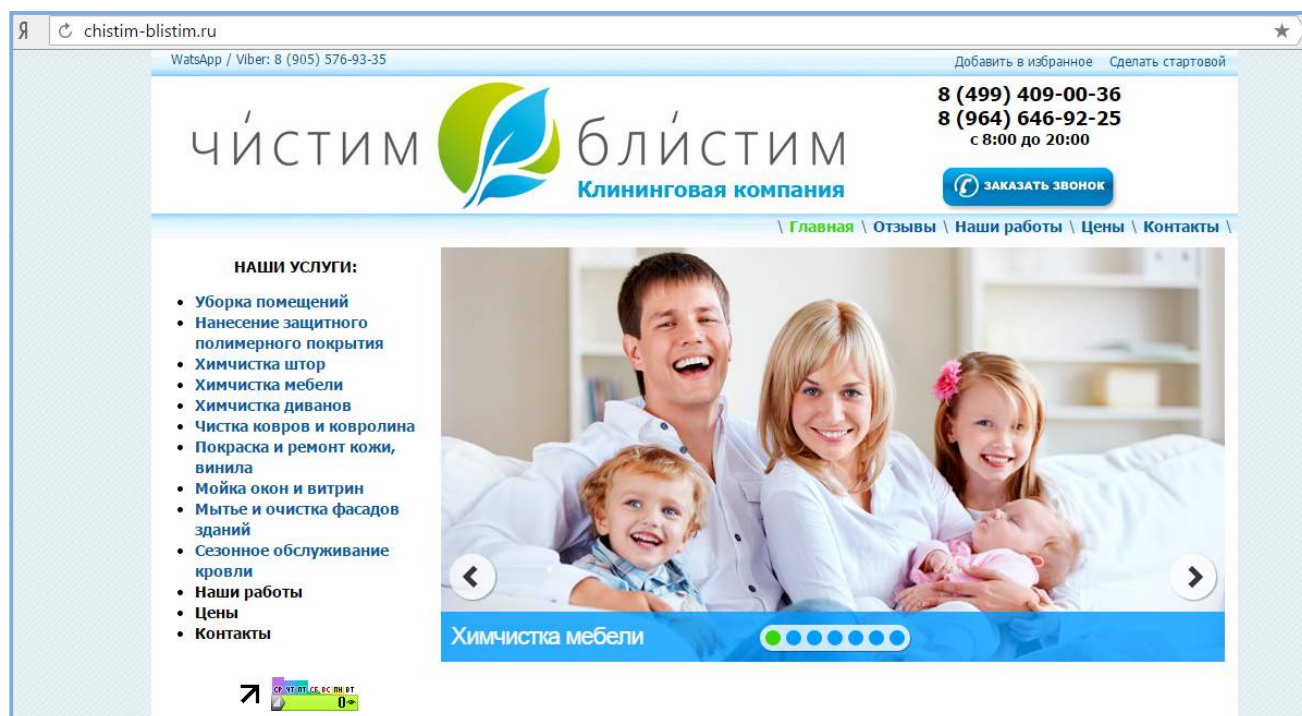
`<title>Бурение скважин на воду и обустройство скважин. Гарантия качества</title>`

или

<title> Бурение артезианских скважин на воду в МО. Тел. 7 495 229 35 69</title>

<title> Бурение скважин и обустройство скважин под ключ. Доступные цены</title>

Пример 2 – сайт chistim-blistim.ru



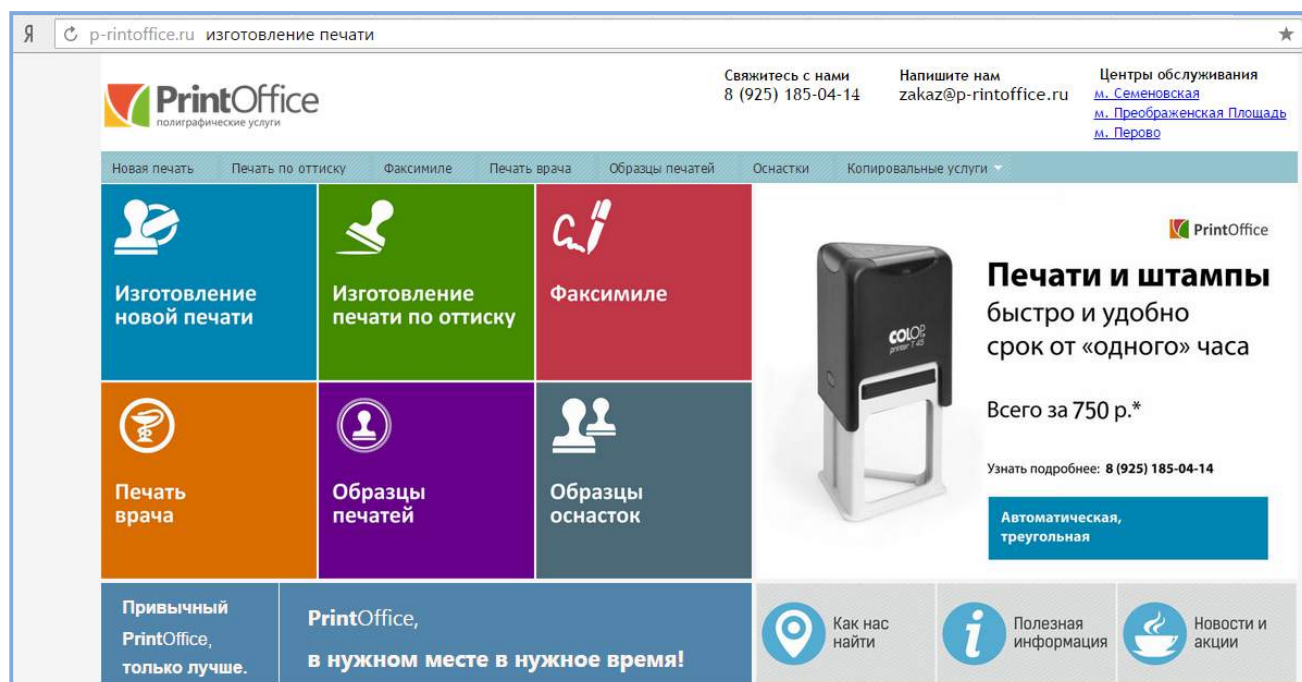
Смотрим код страницы:

<title>Химчистка мебели, химчистка диванов, чистка ковров, чистка ковролина, мойка окон, мойка витрин, мойка рекламных щитов, очистка кровли от снега и наледи, химчистка штор, реставрация кожи</title>

Ошибка: Тег представляет собой перечисление ключевых запросов; количество слов и символов превышает допустимое.

Корректировка:

<title>Клининговая компания в Москве: химчистка мебели, чистка ковров. Тел. 8 499 409-00-36</title>

Пример 3 – сайт p-rintoffice.ru

Код на сайте:

`<title>изготовление печати </title>`

Ошибка: Использовано слишком мало символов и минимальное количество ключевых слов. Тег не информативен и не привлекателен для людей.

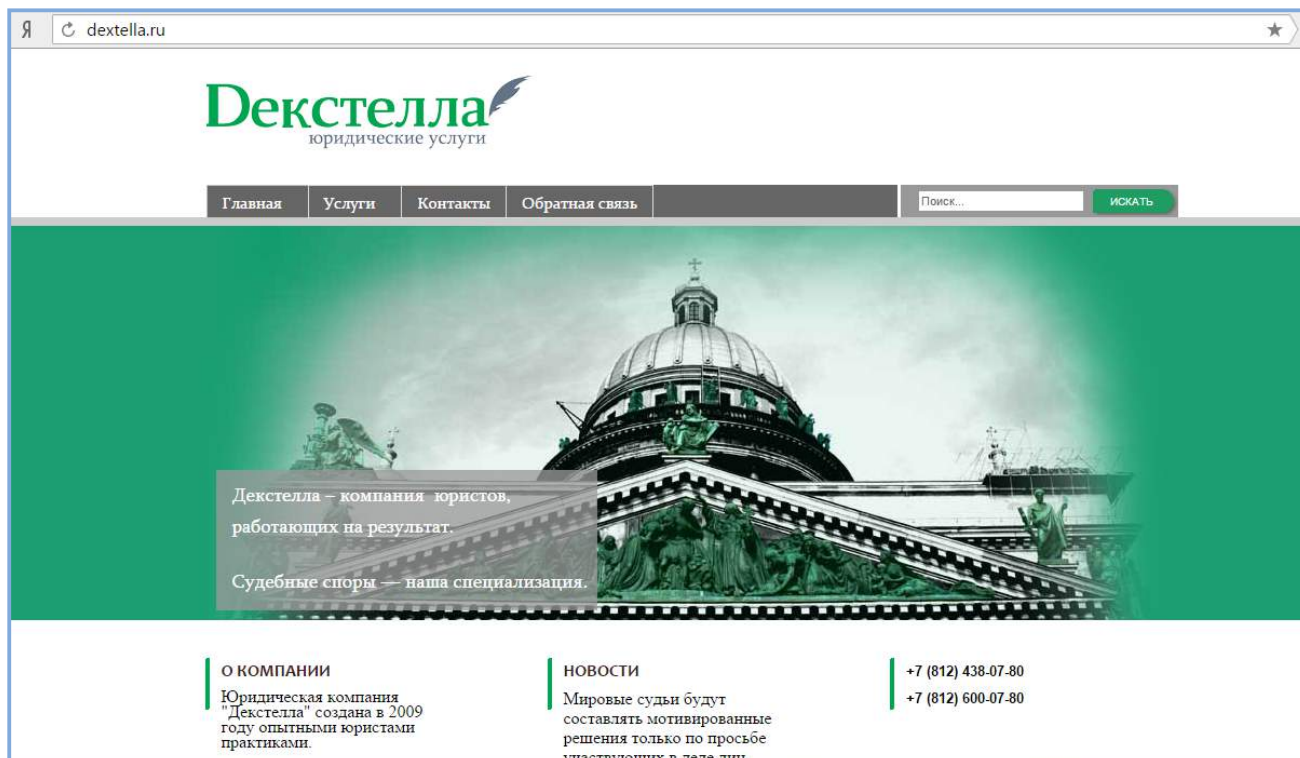
Корректировка:

`<title>Изготовление печати, печати и штампы в Москве – компания Print Office</title>`

или

`<title>Изготовление печатей и штампов, печати и штампы недорого. Тел. 8 (925) 185-04-14</title>`

Пример 4 – сайт dextella.ru



Код на сайте:

`<title>Главная</title>`

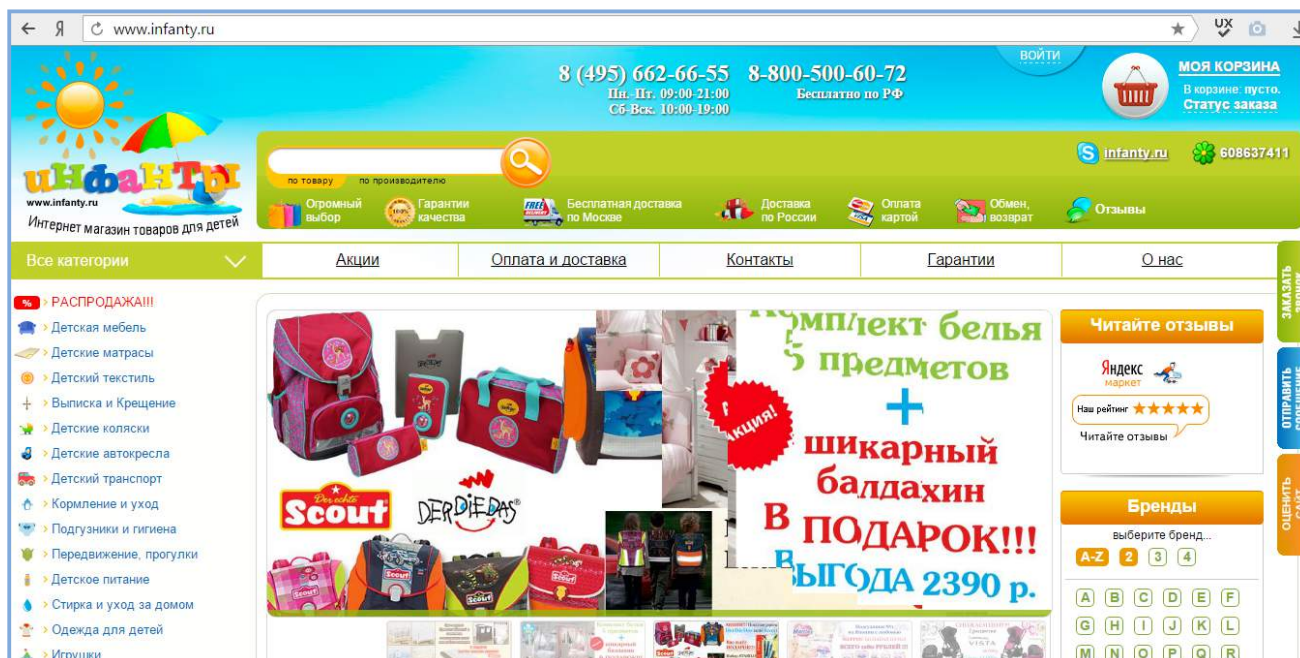
Ошибка: Отсутствуют какие-либо ключевые слова. Текст тега не несет в себе никакой информации, а, следовательно, не привлекателен ни для людей, ни для поисковых машин.

Исправленный код:

`<title>Юридические услуги в Санкт-Петербурге, ведение дел в арбитражных судах</title>`



Пример 5 – сайт infancy.ru



Код на сайте:

`<title>Интернет-магазин детских товаров - - ИНФАНТЫ.РУ</title>`

Ошибка: Слишком кратко и неинформативно, есть спецсимволы.

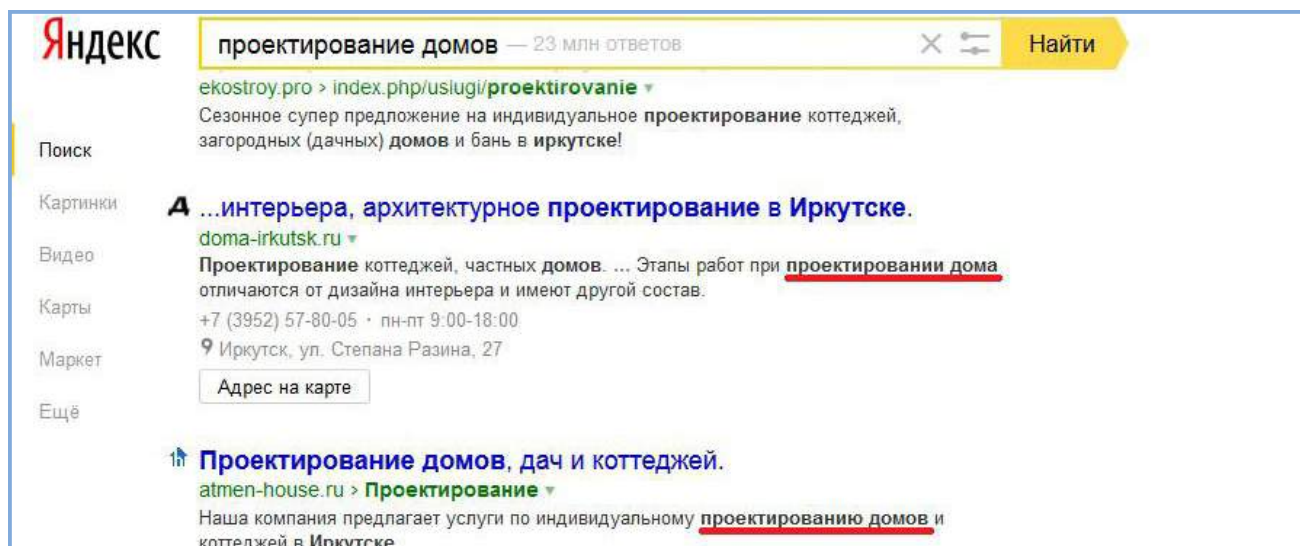
Корректировка:

`<title>Интернет-магазин детских товаров. Бесплатная примерка. Доставка по Москве </title>`

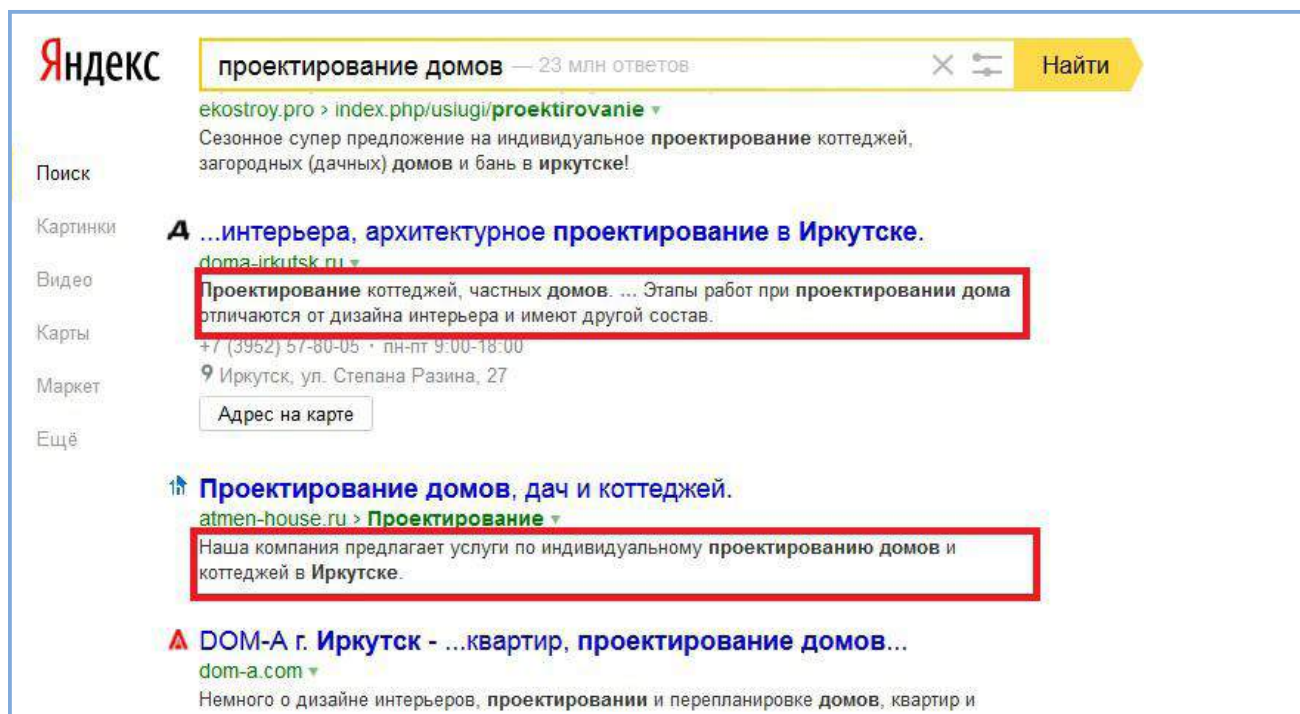
3. Ter Description

Description – тег, в котором отражается краткое описание страницы.

Содержимое тега description:

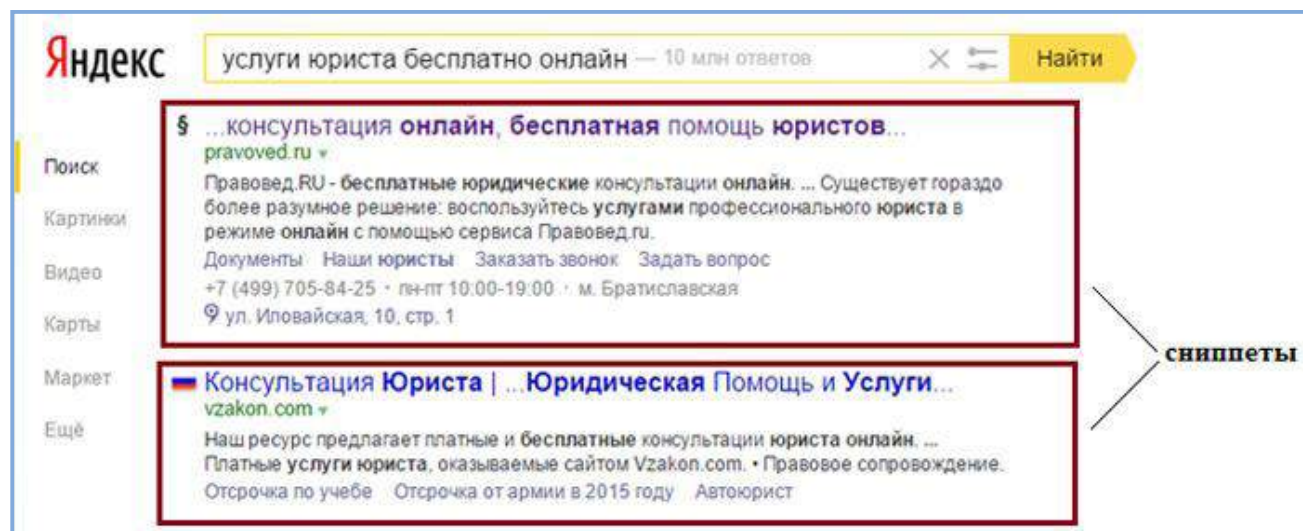


- Используется при индексации сайта поисковыми роботами;



- Может участвовать в формировании сниппета в поисковой выдаче.

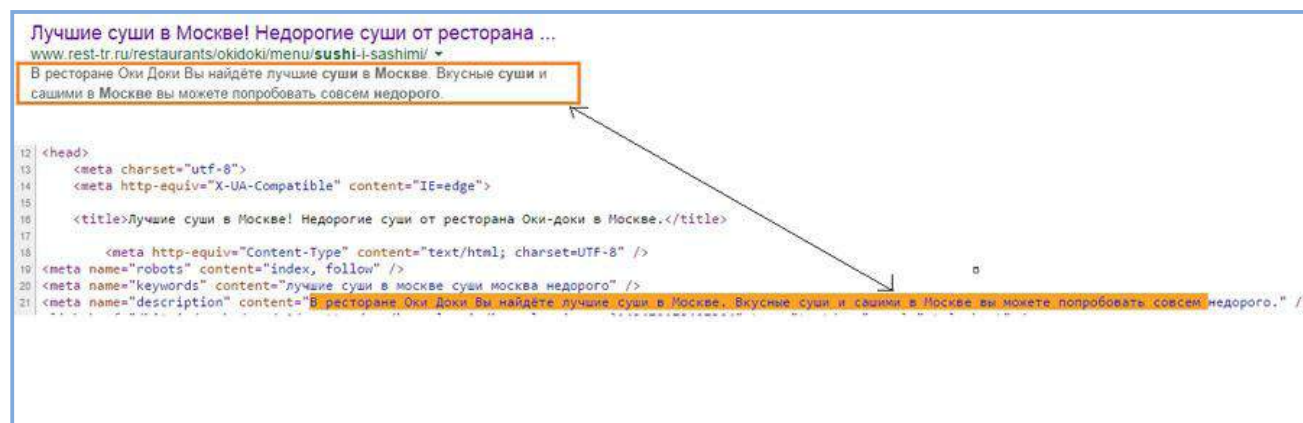
Сниппет – это блок информации о вашем сайте, который отображается в результатах поиска. Сниппет состоит из заголовка и описания, также может включать дополнительную информацию о сайте, например, адрес и телефон.



Сразу скажем, что в поисковых системах Яндекс и Google сниппет формируется по-разному.

- Сниппет для Google

Для поисковой системы Google всё просто – если тег Description заполнен корректно, в качестве сниппета Google берёт этот текст.

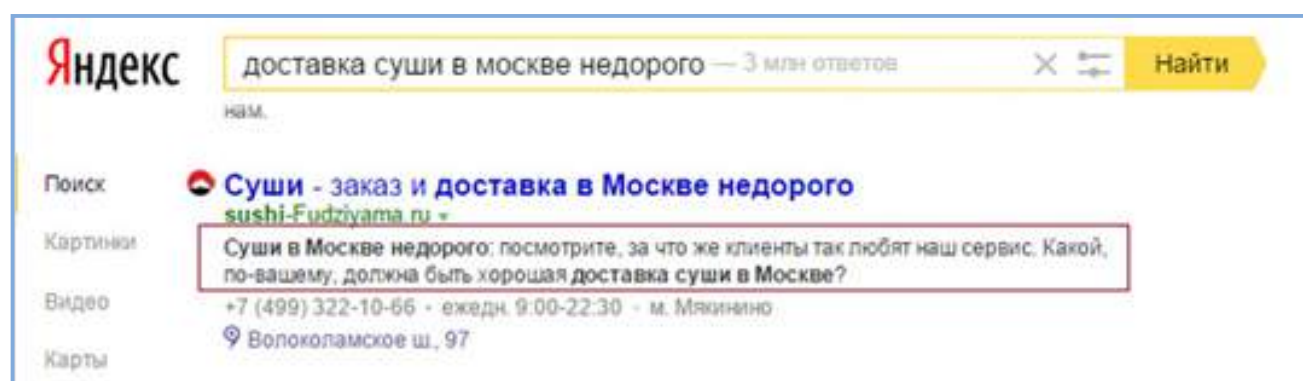


Сниппеты Google имеют длину до 160 знаков с пробелами. Всё что вам надо, это написать интересный, информативный Description длиной до 160 знаков, и разместить его в коде сайта. Всё. Google покажет пользователю то, что вы хотите.

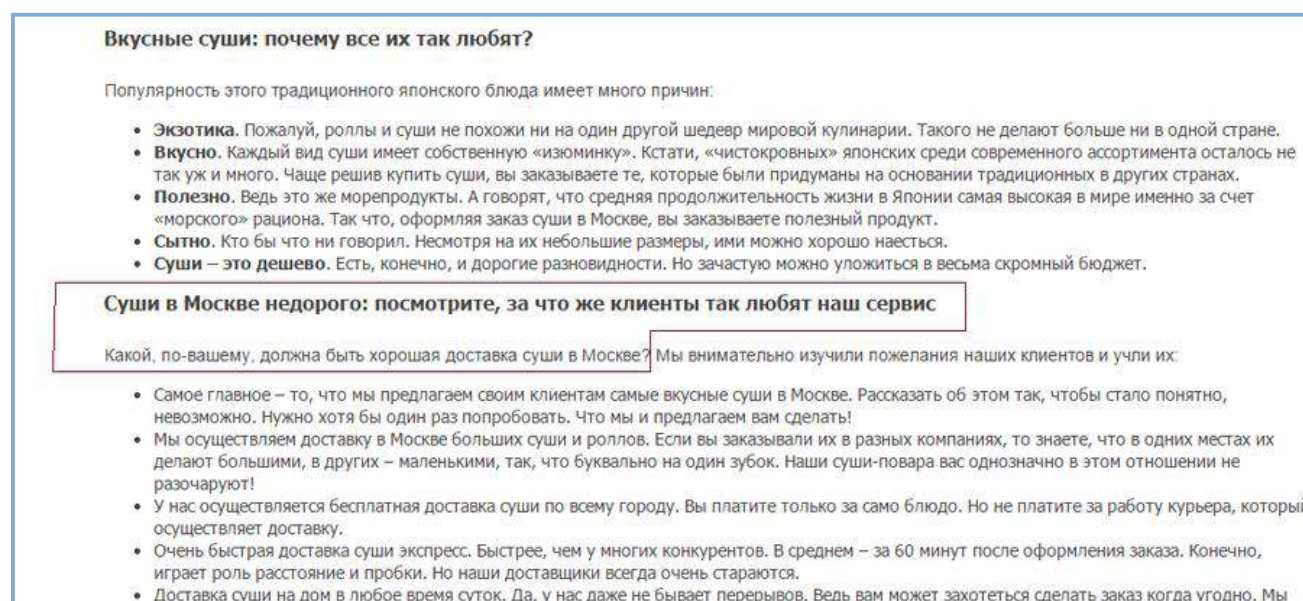
Если тег Description поисковой системе Google не понравится (переоптимизированный, неинформативный, не отражает сути страницы и т.д.), то в качестве описания берется кусок текста (или разные фрагменты текста) самой страницы.

• Сниппет для Яндекса

С Яндексом дела обстоят сложнее. В качестве сниппета Яндекс берёт отрезок текста со страницы длиной до 240 знаков с пробелами.



Если мы посмотрим сам сайт, то увидим, что краткое описание взято из текста страницы:



Чтобы поисковик показал именно тот отрезок, который вам нужен, необходимо выполнить несколько шагов:

1. В тексте страницы пишем абзац, длиной до 240 знаков. Лучше второй по счету.
2. Этот абзац должен логично вписываться в общую структуру текста.
3. Плотность ключевых слов в Абзаце должна быть больше, чем в любом другом абзаце текста, т.е. пишем оптимизированный Абзац.
4. Ключевое слово должно стоять как можно ближе к началу Абзаца.
5. По возможности ключевые слова должны быть прописаны в той форме, в которой его вводит пользователь в строку поиска.
6. Предложения, которые стоят перед и после Абзаца, не должны включать ключевых слов, иначе Яндекс и их захватит, и тогда целостность сниппета будет потеряна.
7. Предложения перед и после Абзаца не должны быть короткими, т.к. опять же их захватит Яндекс.

Но и это ещё не всё. Не менее важными являются настройки сниппета в Яндекс. Вебмастере. Эти настройки позволяют показать на странице выдачи адрес, время работы, специфику предприятия, данные о товарах и другое.

Подробнее о том, как настроить сниппеты для сайта, рекомендуем прочитать в статье: [«Как увеличить посещаемость сайта в 2 раза с помощью сниппетов»](#).

А мы возвращаемся к тегам.



3.1. Рекомендации по составлению description

- ✓ Длина тега не должна превышать 150-200 символов с пробелами.
- ✓ Тег должен описывать содержание определенной страницы ресурса.
- ✓ Указывайте наиболее важную информацию, размещая ключевые слова в начале тега.
- ✓ Description не должен повторять title.
- ✓ Также как и title, мета-тег Description должен быть написан для людей.



Позднякова Софья

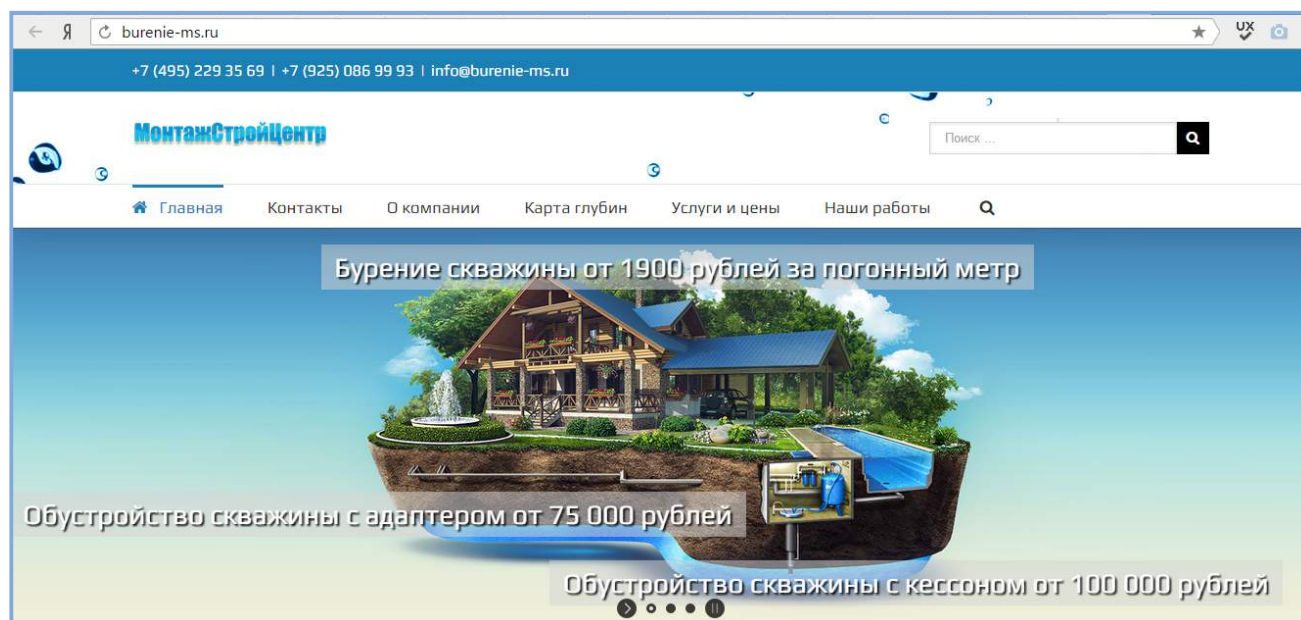
специалист отдела поискового продвижения

***Секрет:** посмотрите, какой фрагмент текста выводится у вашего сайта в сниппет, и просто скорректируйте его.*

3.2. Практические советы при создании описаний

Разработаем оптимизированный тег мета-описания.

Вернёмся к сайту burenie-ms.ru и составим для него правильный description.



Код на сайте:

```
<meta name="description" content="Компания МонтажСтройЦентр занимается бурением скважин на воду в городе Жуковский, Раменское, Люберцы, Бронницы. На сайте можете найти цены на бурение, стоимость монтажа септика, стоимость обустройство скважин и другие услуги." />
```

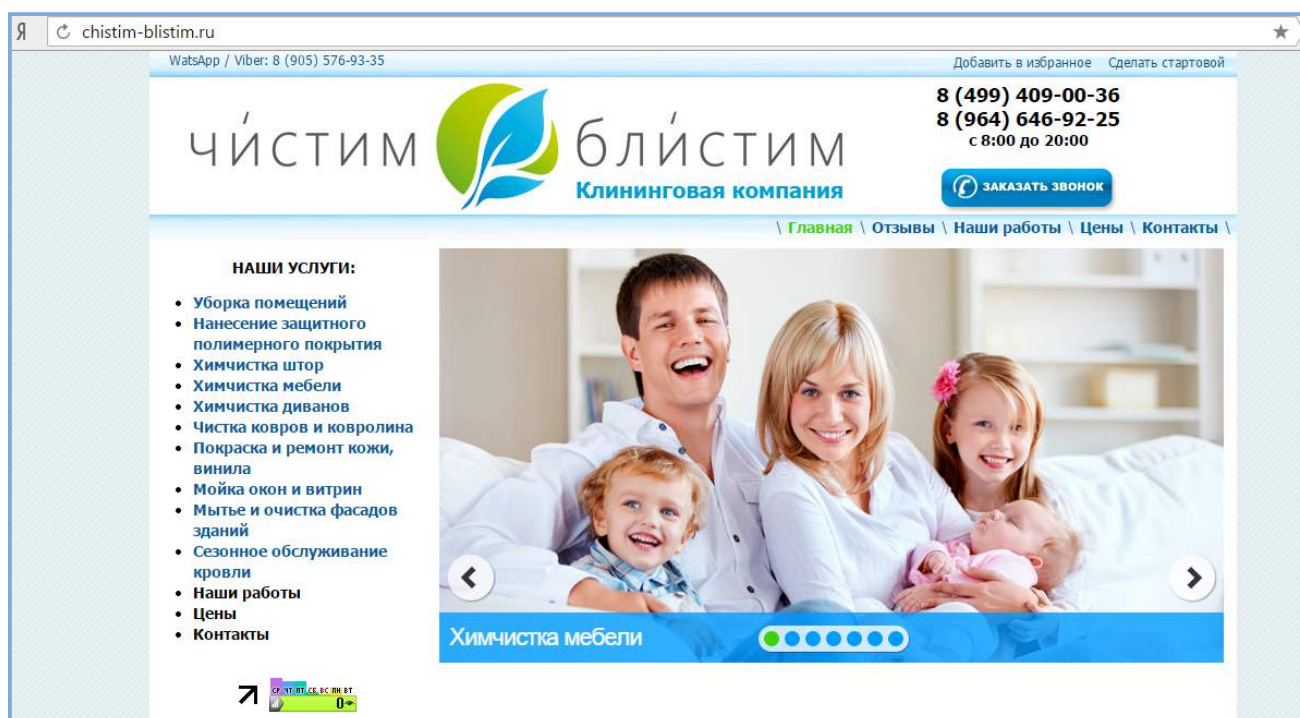
Ошибка: Приведённый выше текст описания нельзя назвать критично неправильным. Описание не превышает допустимое количество символов, можно добавить ещё несколько ключевых запросов.

Корректировка: Снова обратимся к списку ключевых слов (семантическому ядру сайта). Выделите основные запросы для данной страницы и расположите их в порядке убывания важности. Опираясь на вышеперечисленные рекомендации, составьте одно-два предложения, которые наиболее подробно и привлекательно описывают деятельность вашей компании, товары или услуги. В текст описания добавьте ключевые запросы.

В итоге мы получаем следующее мета-описание:

```
<meta name="description" content="Бурение артезианских скважин на воду, монтаж и обустройство скважин под ключ в Московской области. Гарантия до 10 лет! Компания МонтажСтройЦентр. Тел. 7 495 229 35 69." />
```

Пример 2 – сайт chistim-blistim.ru.



Код на сайте:

```
<meta name="description" content="Все работы по химчистке мягкой мебели, диванов, ковровых, мойке окон, витрин будут выполнены качественно и в короткие сроки.">
```

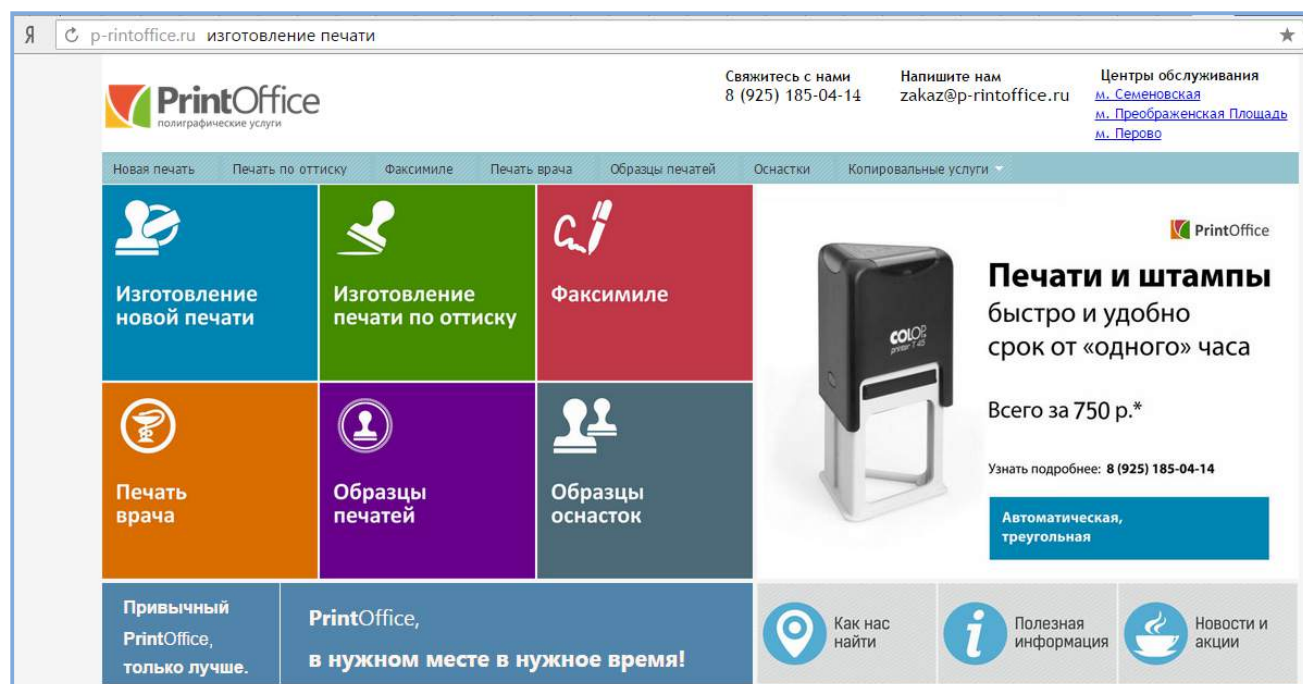
Ошибка: Описание короткое, незавершенное.

Исправленный код:

```
<meta name="description" content="Химчистка мебели, чистка ковров, а также мойка фасадов от клининговой компании Чистим-Блистит в Москве. Выполним все работы качественно и оперативно. Контакты: 8 499 409-00-36.">
```



Пример 3 – сайт p-rintoffice.ru



Код на сайте:

```
<meta name="description" content="PrintOffice- печати и штампы, быстро, удобно, качественно. Срочное изготовление печати за 2 часа.">
```

Ошибка: Использовано слишком мало символов; отсутствуют ключевые слова; наличие грамматических ошибок.

Исправленный код:

```
<meta name="description" content="Изготовление печатей и штампов, а также факсимиле в Москве. Срок от 1 часа. Образцы оснасток и печатей на сайте салона печати PrintOffice. Тел. 8 925 185-04-14">
```




Пример 4 – сайт lovelbaby.ru

Код на сайте:

```
<meta name="description" content="интернет-магазин модной детской одежды, продаваемой оптом и в розницу детские костюмы">
```

Ошибка: Текст описания не информативен, части предложения не согласованы.

Исправленный код:

```
<meta name="description" content="Заходите в интернет-магазин детской одежды: обувь, одежда для мальчиков и девочек, пижамы и др. Оплата при получении. Бесплатная доставка при заказе от 1000 рублей по Иркутску. Тел. 8 964 22 00 88 6">
```

4. Keywords

Keywords – это ключевые слова (в идеале 3-5, не более 20 для одной страницы сайта), соответствующие содержанию страницы.

В коде страницы этот мета-тег выглядит вот так:

```
<html>
<head>
<metaname="keywords" content="ключевые слова" />
</head>
</html>
```

Чтобы понять его значение, нужно вспомнить далёкие 90-е годы, когда существовал только один основной фактор ранжирования веб-ресурсов для поисковых роботов.

Система просто анализировала статью на предмет наличия в ней ключевых фраз. Так, мета-тег keywords был предназначен для облегчения тяжелой работы поисковиков по выявлению соответствующих пользовательскому запросу веб-страниц.

Зная об этом, владельцы сайта начали хитрить – злоупотреблять keywords или добавлять большое количество неуместных слов в этот тег. И поисковики достаточно быстро это обнаружили.

Важно! В настоящее время наличие и содержание тега keywords практически не оказывает какого-либо влияния на сайт.

Представители Яндекса заявили о keywords следующее: «... *может учитываться при определении соответствия страницы поисковым запросам*».

Обратим внимание, что ключевое слово здесь *может*. Ведь *может* совсем не значит *учитывается*.

Система Google не оставляет никаких сомнений и не дает почвы для размышлений. Тут все лаконично и ясно: «*We don't use keywords meta-tag in a search-ranking*», «*Google has ignored the keywords meta tag for years and currently we see no need to change that policy*».

«Мы не используем мета-тег keywords в поисковом ранжировании», «Google игнорирует мета-тег keywords в течение многих лет, и в настоящее время нет необходимости менять эту политику».

Rambler, Yahoo, Mail.ru разделяют мнение Гугла и считают, что мета-тег keywords исчерпал себя. Поэтому совсем не учитывается данными поисковиками.

В идеале оставляйте этот тег пустым.

Но почему многие по-прежнему используют keywords?

Скорее всего, это связано с неоднозначной формулировкой Яндекса о теге. Логика владельцев сайтов такая: если есть надежда, что все-таки Яндекс учтет тег, а Google, Rambler, Yahoo и Mail.ru относятся к мета-тегу нейтрально, то от его заполнения хуже не станет.

Если же вы всё-таки решили заполнить данный мета-тег, то предлагаем вам два основных совета.

Рекомендации по заполнению keywords:

- ✓ Избегайте повторения ключевых слов;
- ✓ Указывайте только те запросы, которые релевантны странице вашего сайта. Не стоит добавлять более 7 слов.
- ✓ Проверяйте общую тошноту страницы, например, сервисом [Pr-cy](#). Потому что тег keywords влияет на это значение и легко получить санкции за переспам. Старайтесь, чтобы тошнота страницы не превышала 8%.

4.1. Секреты написания Title и Description

Допустим, Вы владелец интернет-магазина карнизов и рулонных штор в г. Санкт-Петербург.

Начнем с TITLE-тега для главной страницы.

Возьмите окончательный список ключевых слов, составленный вами в результате подбора семантического ядра.



Подробнее о том, как подобрать ключевые слова, по которым следует продвигать сайт, читайте в нашей книге [«Семантическое ядро»](#).

Сопоставьте ключевые слова оптимизируемым страницам, например, с помощью Excel. Помните, каждая страница должна быть оптимизирована под 1-5 ключевых фраз. Теперь создайте текстовый файл в Блокноте. Ключевые слова, которые вы выбрали для главной страницы впишите через запятую в тег Title в порядке убывания важности, т.е. на первое место поставьте слова, которые вам важны.

Получится нечто вроде этого:

`<TITLE> интернет-магазин рулонных штор, интернет-магазин карнизов, купить рулонные шторы, купить карнизы, карнизы для штор </TITLE>`

Теперь просто составьте предложение из этих фраз:

Интернет-магазин рулонных штор: купить шторы и карнизы для штор в нашем предложении 63 знака.

**Виниченко Екатерина****специалист отдела поискового продвижения**

Заметили, что мы расположили ключевые слова в правильном порядке? Мы постарались поместить наиболее важные слова в начало тега.

Заметьте, что использовали минимум знаков препинания, вместо них лучше брать союзы, т.к. во многих поисковых машинах запятые являются разделителями ключевых слов. Запятым предпочитайте тире или двоеточие.

Размещая ключевые слова, помните, что их порядок важен. Если вы хотите добиться максимального ранга по запросу “Интернет-магазин рулонных штор” то располагайте ключевые слова именно в таком порядке (а не “рулонные шторы в интернет-магазине”), потому что поисковый робот ищет точные соответствия запросу. Старайтесь избегать лишних слов (если это не стоп-слова) между ключевыми словами.

Можно включить название компании в TITLE-тег. При этом ставьте название компании в конец, чтобы важные ключи получили больший релевантный вес.

Предположим, что наш интернет-магазин называется “Шторка”. Это название легко добавить в TITLE-тег:

```
<TITLE>Купить шторы и карнизы для штор в интернет-магазине «Шторка»  
</TITLE>
```

Содержимое TITLE-тега также является названием закладки, если пользователь сохраняет вашу страницу в Избранном. Это еще один плюс к тому, чтобы включить название компании в TITLE-тег.

Есть еще одна тонкость, которую следует учитывать при написании тегов <TITLE>, <META> и текстов для сайта: некоторые символы не индексируются. Для разных ПМ это могут быть @, #, \$, %, &, *, ?.

В работу алгоритма поисковой машины заложено отбрасывание, т. е. исключение из индексирования, определенных слов, которые часто называют “шумовыми словами” (или “стоп-словами”):

цифры;

Примечание

Составные числа, состоящие из нескольких цифр, например, 941-6023 (номер телефона), не фильтруются. Буквы английского алфавита; слова, частицы, предлоги, союзы, междометия, вводные слова, местоимения, сочетания букв.

Приведем перечень наиболее распространенных русских стоп-слов.

В основном это предлоги, местоимения, причастия, междометия и частицы:

а, без, более, бы, был, была, были, было, быть, в, вам, вас, весь, во, вот, все, всего, всех, вы, где, да, даже, для, до, его, ее, если, есть, еще, же, за, здесь, и, из, из-за, или, им, их, к, как, как-то, ко, когда, кто, ли, либо, мне, может мы, на, надо, наш, не, него, нее, нет, ни, них, но, ну, о, об, однако, он, она, они оно, от, очень, по, под, при, с, со, так, также, такой, там, те, тем, то, того, тоже, той, только, том, ты, у, уже, хотя, чего, чей, чем, что, чтобы, чье, чья, эта, это, я

А также целый ряд других слов.

Их конкретный перечень может состоять от нескольких сотен до нескольких тысяч слов.

Теперь создадим оптимизированный тег Description

Продолжим пример с магазином “Шторка”.

Вы можете сделать описание Description любой длины, но только определенная его часть будет индексироваться поисковыми машинами. Обычно в индекс попадает от 200 до 250 символов мета-описания, а отображается еще меньше. Так что опять важные ключевые слова нужно ставить в начале.



Схема действий:

Для разнообразия возьмем другие ключевые слова:

- *Купить рулонные шторы в Москве;*
- *Рулонные шторы Москва;*
- *Интернет-магазин рулонных штор Санкт-Петербург;*
- *Карнизы для штор.*

Теперь нужно составить примерно два предложения, наилучшим образом описывающие вашу деятельность и содержащие эти ключевые фразы.

Постарайтесь максимально задействовать положение слов в предложении.

Важно, чтобы у вас получилось грамматически правильное предложение, достаточно убедительное, чтобы пользователь зашел на ваш сайт по ссылке.

Что-то вроде такого:

«Если вы хотите купить рулонные шторы и карнизы для штор в Москве или Санкт-Петербурге, то приходите в интернет-магазин “Шторка”. Огромный выбор штор, карнизов и креплений к ним. Низкие цены. Доставка».



Позднякова Софья

специалист отдела поискового продвижения

Вроде неплохо, длина составленного нами текста около 199 символов, и все три ключевых слова туда вошли. Но текст получился шаблонный и стандартный. Воспринимать его сложно, он как у всех. А нам нужен хороший рекламный текст, да и ключевые слова было бы хорошо еще ближе к началу передвинуть.



Необходимо добавить что-нибудь, чтобы привлечь посетителя, например: «Крепление для штор в подарок!» или «Скидка 10% за заказ с сайта. Ждем!» или «Набор для чистки штор в подарок!» – тут следует указать ваше уникальное торговое предложение.

В итоге получаем такое мета-описание:

"META name="description" content=" Хотите купить рулонные шторы и карнизы для штор в Москве или Санкт-Петербурге, приходите в интернет-магазин "Шторка". Более 3000 видов рулонных штор, карнизов и креплений к ним. За онлайн-заказ скидка 10%!"

Наше новое мета-описание лучше оптимизировано по выбранным ключам, 206 символов в длину, хорошо описывает наш сайт и, будем надеяться, убедит пользователя нажать на ссылку и посмотреть его.

<TITLE>и <META>

Даже опытные веб-мастера до сих пор включают теги "title" и "META" в HTML-код главной страницы сайта, но забывают использовать их на внутренних страницах. Или просто копируют один и тот же тег на все внутренние страницы.

Чтобы повысить рейтинг сайта, необходимо для каждой страницы создавать собственные теги заголовков и описаний, связанные с содержанием данной конкретной страницы.

Пусть, например, на сайте нашего магазина одна страница посвящена рулонным шторам, а другая — карнизам. Тогда теги "title" и "meta" первой из них должны быть посвящены только рулонным шторам, а второй — только карнизам.

Иначе говоря, продвигать и оптимизировать надо не только главную страницу, но и все внутренние, тем самым вы создадите дополнительную точку входа на сайт. Сайт будет весь равноценно участвовать в результатах поиска. Чем больше страниц оптимизировано, тем больше задействовано ключевых слов и точек входа на сайт.

Заклучение

В этой книге мы рассмотрели 3 основных тега сайта, которые принимают активное участие как в оптимизации, так и в продвижении веб-ресурса.

Отметим, что раскрутка сайта – комплексная процедура и мета-теги – это лишь один из элементов этого комплекса. Однако именно с оптимизации этих тегов рекомендуем начинать работы по продвижению сайта.



Виниченко Екатерина

специалист отдела поискового продвижения

Помните, что мета-теги созданы как для поисковых систем, так и ориентированы на людей.

Делайте title, description и keywords привлекательными и информативными, а также грамотными с точки зрения анализа поисковых машин. Только в этом случае ваш ресурс станет приоритетным в глазах и тех, и других.

Если у вас возникнут вопросы или сложности с подготовкой сайта к продвижению, вы всегда можете написать нашим специалистам.



Жанна



Виталий



Андрей



Александр



Михаил



Александр



Екатерина



Тофик



Иван



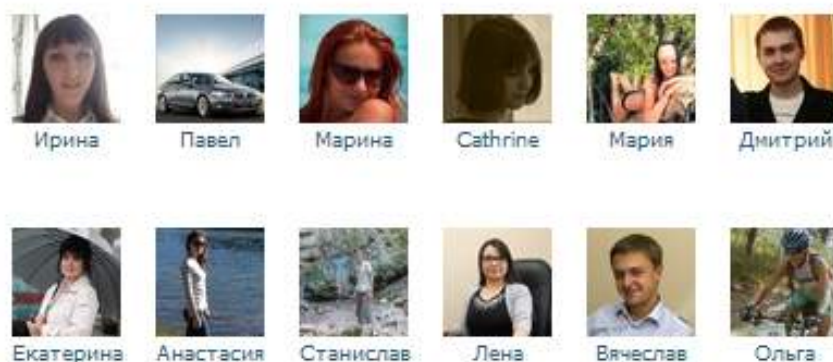
Александр

Консультируем по SEO и другим вопросам бесплатно: подскажем, поможем и посоветуем. [Задать свой вопрос](#)

Книга оказалась полезной? Порекомендуй другим!

Нужно больше полезной информации ?

- ✓ Приходите на наши [обучающие курсы и вебинары](#).
- ✓ Читайте полезные статьи нашего [блога](#).
- ✓ Дружите с нами в соцсетях



- ✓ Подпишитесь на нашу рассылку [«Актуальный интернет-маркетинг»](#)

Нужно больше полезной информации ?

Книга: Бизнес-аналитика. Ни шагу без Яндекс.Метрики

Новинка



Бесплатно

[Подробнее](#)

Книга: Как составить семантическое ядро для сайта



Бесплатно

[Подробнее](#)

Книга: Как избежать обычных ошибок юзабилити



Бесплатно

[Подробнее](#)

Книга: Готовим сайт к продвижению за 1 день!



Бесплатно

[Подробнее](#)