Engineer

SEO

робота над тим, щоб сторінку знаходили

Що це таке

SEO, скорочення від search engine optimization, тобто пошукова оптимізація, — це робота власника сайту над тим, як його сторінки показуються в пошуку. Посібник Google SEO Starter Guide описує її як допомогу пошуковим системам зрозуміти вміст і допомогу користувачам знайти сайт і вирішити, чи варто переходити на нього з пошукової системи. Про межі посібник говорить так само прямо: немає жодних хитрощів, які автоматично поставлять сайт на перше місце в Google.

Щоб потрапити до індексу, зазвичай нічого з цього не потрібно. За словами посібника, як правило, досить просто опублікувати сайт у мережі, бо більшість сайтів Google знаходить і додає автоматично, коли сканує веб. Поява в пошуку теж нічого не коштує, і Google Search Essentials наголошує на цьому, хоч би що вам казали. SEO додає дбайливе ставлення до власних сторінок сайту, і посібник сподівається, що воно допоможе не лише Google, а й іншим пошуковим системам.

Search Essentials — це звід правил під усім цим, із трьох частин. Технічні вимоги — абсолютний мінімум, і, за словами Google, більшість сайтів виконує їх, навіть не здогадуючись про це. Правила щодо спаму описують те, через що сторінка або весь сайт можуть опинитися нижче в результатах або зовсім зникнути з них. Ключові найкращі практики — це те, що більшість людей і називає SEO. Договором це не є: виконання кожної частини не означає, що Google просканує, проіндексує або покаже вміст.

Застосуйте поняття до рішення

Застосуйте «Що таке SEO?» до конкретного рішення. Ми можемо пов'язати поняття із системою, яку ви створюєте або купуєте. Сайт чи застосунок, який ШІ-асистенти ваших клієнтів можуть знайти, прочитати й використати, і це перевіряється з кожним випуском, а не обіцяється один раз.

Переглянути наші послуги Зв'язатися з нами →

Перевірте припущення за терміном

Використайте пояснення та пов'язані роботи, щоб сформулювати запитання для проєкту. Ми можемо перевірити припущення разом до вибору інструмента. Побудувала сайт на Hugo 3 мовами — 108 файлів шаблонів обслуговують три мови й чотири формати

Побудувала сайт на Hugo 3 мовами Зв'язатися з нами →

Чому це важливо

Starter Guide сам називає частину, яка, на його думку, важить найбільше: вміст, який люди вважають захопливим і корисним, імовірно, вплине на присутність сайту в результатах пошуку сильніше, ніж будь-яка інша порада посібника. Ідеться про текст, який легко читати, оригінальний, а не переказ уже опублікованого іншими, актуальний і написаний для людей.

Слова мають значення, хоч і не так механічно, як підказують списки ключових слів. Search Essentials радить брати слова, якими люди шукали б ваш вміст, і ставити їх у назву сторінки й головний заголовок, в альтернативний текст і в текст посилань. Приклад зі Starter Guide — один читач шукає «charcuterie», а інший «cheese board»; посібник додає, що системи Google, які розуміють мову, бачать, як сторінка пов’язана з багатьма запитами, навіть коли точних слів із них на сторінці немає.

Межу Google проводить між сторінками, створеними для людей, і сторінками, створеними для пошукових систем. Посібник Google про корисний вміст ставить собі запитання, як бути з SEO, і відповідає, що SEO може бути корисним, коли його застосовують до вмісту, створеного насамперед для людей, а не насамперед для пошукових систем. Його тривожні ознаки схожі на портрет поганого SEO: вміст, створений передусім для того, щоб залучати відвідувачів із пошукових систем, масштабна автоматизація і сторінки, які здебільшого переказують сказане іншими, майже нічого не додаючи.

Спам — це крайній кінець тієї самої лінії. Правила Google щодо спаму описують його як прийоми, що мають ввести користувачів в оману або змусити пошукові системи Google виводити вміст на чільні місця, і тепер

зараховують сюди також спроби маніпулювати генеративними відповідями ШІ від Google. Сайти, які виявили автоматичні системи або перевірка людьми, можуть опинитися нижче в результатах або зовсім зникнути з них.

Чимала частина звичних порад про SEO цілить у сигнали, які Google, за власними словами, ігнорує або враховує слабко, і Starter Guide збирає їх під заголовком про речі, на яких не варто зосереджуватися. Google Search не використовує метатег keywords. Ключові слова в доменному імені чи шляху URL самі по собі майже ні на що не впливають, хіба що з'являються в навігаційному ланцюжку. Заголовки в семантичному порядку чудово допомагають програмам зчитування з екрана, але для пошуку нічого не змінюють. PageRank — лише один із багатьох сигналів. І E-E-A-T, скорочення Google для досвіду, експертності, авторитетності й надійності, теж не є фактором ранжування; посібник сам відповідає на це коротким запереченням.

Як це виглядає на практиці

Розповідь про сайти клієнтів, створені так, щоб їх знаходили від самого початку формулює ставку одним рядком: «Гарний сайт, який ніхто не може знайти, — це провал, що маскується під успіх.» Розробку й дизайн з одного боку та SEO, контент-стратегію й копірайтинг з іншого там вели як одну роботу, тож «сайт від самого початку проєктували так, щоб його знаходили, а не оптимізували заднім числом», і, за розповіддю, клієнти отримали «кращу помітність і більшу залученість аудиторії». Це власний звіт розповіді про її клієнтів, а не правило, яке встановлює якась пошукова система.

Сторінка подяк віддає власні твердження сайту на перевірку ззовні. Її розділ «Перевірте самі» посилається на публічні інструменти, що запускають живу перевірку сторінки, і «жоден із них не вірить нам на слово, і жоден із цих сервісів не наш». PageSpeed Insights «запускає Lighthouse з машин Google, а не з наших», і SEO — одна з чотирьох областей, які він охоплює. Валідатор стрічок W3C попереджає, що більшість записів мають однакову дату зміни, і сторінка залишає це попередження, бо дати беруться з історії git: «Ми воліємо показати попередження, ніж вигадати дату.» Посібник Google про корисний вміст ставить відповідне запитання: чи не змінюєте ви дати сторінок, щоб вони здавалися свіжими, хоча вміст суттєво не змінився.

Розповідь про вимірювання трафіку лише за журналом доступу показує, чого цей сайт свідомо вирішив не знати. Рядки запиту обрізаються ще до того, як щось прочитає шлях, «тож ні слова, які хтось набрав у пошуковій системі, ні слова, набрані в пошуковому полі самого сайту, не можуть потрапити в жоден файл». Тому пошукові запити стоять у переліку питань, на які, за розповіддю, тут немає відповіді, і сайт прямо про це каже. Власникові сайту, якому ця відповідь потрібна, Starter Guide як наступний крок пропонує Search Console — інструмент, щоб стежити за тим, як сайт показується в Google Search, і покращувати це.

Де виникають проблеми

Сторінка повторює ключові слова, аж поки її стає важко читати. Головна фраза стоїть у кожному заголовку й абзаці, внизу сторінки — список міст, а решту несе метатег keywords. Правила Google щодо спаму називають це перенасиченням ключовими словами (keyword stuffing): сторінку заповнюють ключовими словами чи числами, щоб маніпулювати ранжуванням, і як приклад наводять блоки тексту з переліком міст, за якими сторінка намагається ранжуватися. Поставте слова, якими шукав би читач, у назву сторінки, головний заголовок, текст посилань і альтернативний текст — і на цьому зупиніться.

Сторінки розтягують до певної довжини або переставляють дату, щоб вони здавалися свіжими. Статтю дотягують до кількості слів, яку підказують чутки, або її дата пересувається вперед, хоча текст лишається тим самим. Посібник Google про корисний вміст називає обидва прийоми серед тривожних ознак, а на запитання про бажану кількість слів сам дає заперечну відповідь. Starter Guide погоджується: магічної кількості слів, до якої треба прагнути, немає. Пишіть такої довжини, якої потребує тема, і змінюйте дату, коли змінюється вміст.

Зміна не дає ефекту через кілька днів. Позиції не рухаються, і зміну скасовують або накладають на неї наступну, перш ніж перша встигне подіяти. Starter Guide каже, що одні зміни можуть подіяти за кілька годин, а інші — за кілька місяців, радить почекати кілька тижнів і попереджає, що далеко не кожна зміна на сайті помітно вплине на результати пошуку. Змінюйте щось одне за раз і давайте цьому тижні. Щоб перевірити, чи є сторінка в Google взагалі, скористайтеся пошуковим оператором `site:` або інструментом URL Inspection у Search Console.

Хтось пропонує гарантовані позиції або пакет посилань. Продавець обіцяє перше місце або посилання, куплені на інших сайтах, масово обміняні чи розкидані по футерах. За словами самого Google, поява в пошуку нічого не коштує, і жоден секрет не ставить сайт на перше місце. Правила щодо спаму визначають спам посиланнями як створення посилань на сайт або з нього передусім для маніпулювання пошуковим ранжуванням, включно з платними посиланнями й надмірним обміном посиланнями. Посилання, оплачене як реклама, дозволене, якщо воно має `rel="sponsored"` або `rel="nofollow"` .

Що почитати далі

- SEO Starter Guide — власний вступ Google: що допомагає, скільки часу це займає і на що не варто витрачати зусилля.
- Google Search Essentials — технічні вимоги, правила щодо спаму та ключові найкращі практики для появи в Google Search.
- Creating helpful, reliable, people-first content — запитання для самоперевірки, що відрізняють вміст для людей від вмісту для пошукових систем.
- Spam policies for Google web search — перенасичення ключовими словами, спам посиланнями, клоакінг та інші прийоми, що можуть коштувати сайту його місця.
- In-depth guide to how Google Search works — сканування, індексація й показ, три етапи, яким SEO намагається допомогти.

Словник

Обирайте за фактичними умовами

Опишіть робочий процес, наявні інтерфейси та користувачів, яким потрібна зміна. Ми можемо визначити перевірюваний результат і спосіб передачі, який дасть вашій команді змогу підтримувати його.

Дивитися, скільки це коштує Зв'язатися з нами →

Зробіть термінологію практичною

Запитайте, як «Що таке SEO?» стосується вашої організації. Конкретного прикладу з поточної системи достатньо для початку розмови.

Переглянути наші послуги

welcome@engineer.company +45 50 10 61 84 Копенгаген, Данія

Візьміть цю сторінку із собою

Візитівка

Дбайливо зроблено з любов'ю — D.

CVR 45969703 · Tagensvej 105C, 3. th, 2200 København N

Авторське право © 2025 – дотепер · Engineer ApS · Усі права захищено.

Надруковано з https://engineer.company/uk/glossary/seo/