

Ключи к успеху

Вне зависимости от того, какой у вас сайт — маленький, большой, старый, новый, рано или поздно вы сами либо ваш веб-мастер будете оптимизировать его под запросы «Яндекса», Google, Yahoo и других поисковых систем. Ничего не поделаешь, таковы тенденции времени и требования интернет-аудитории. Для чего это нужно? Прежде всего для продвижения ссылки на ваш сайт и ради попадания его на верхние позиции в странице результатов. Считается, что среднестатистический пользователь поисковых систем удовлетворяется результатами первого десятка ссылок, реже — двух десятков, на дальнейшее терпения интернет-серфера не хватает, и вместо перебора очередного десятка ссылок он предпочитает вводить дополнительные определяющие слова поиска. Вот за первые места в этой первой десятке результатов и борются тысячи страниц и сайтов.

Как это делается? Обычно веб-мастера стремятся подогнать контент своих сайтов и страниц под наиболее популярные в том или ином поисковике в предыдущем месяце слова и фразы запросов, пытаясь таким образом увеличить значимость информации для поисковых роботов. Подобную информацию открыто предоставляют и «Яндекс», и Google, и другие поисковые системы, так что найти популярные запросы не так уж и сложно. Казалось бы, чего проще: берешь наиболее часто встречающуюся фразу или слово, вставляешь в метатеги, используешь в тексте ссылок, наполняешь ими текст страницы — и все, результат готов, твой сайт в первой десятке. Именно такую схему предлагают разного рода оптимизаторы, или, как стало модно сейчас их называть, SEO (от англ. Search Engine Optimizator — оптимизатор поисковых систем). И надо сказать, некоторые всерьез полагаются на подобные «методики», а спустя время, сопоставив все усилия и полученные результаты, понимают, что не все так просто. Во-первых, наличие большого количества запросов по тому или иному слову (фразе) хоть потенциально и привлекательно, но необязательно является лучшим вариантом. Во-вторых, что произойдет, если каждый владелец сайта будет оптимизировать свой ресурс по одному и тому же слову? Наверное, на каждый новый SEO найдется еще парочка применяющих тот же прием. Таким образом, число страниц с одним и тем же ключевым словом возрастает в геометрической прогрессии, и чем это слово (фраза) популярнее, тем больше страниц, использующих его.

Настоящие профессионалы предпочитают другие, более эффективные алгоритмы, дающие наилучшие результаты. Давайте рассмотрим пример, который позволит нам разобраться во всех процессах подбора эффективных ключевых слов.

Ключевые слова и словосочетания

Регионы:
[уточнить регион?](#)

Обновлено: 18/05/2006

Что искали со словом «**работа**» — 2709894 показов в месяц.

Что еще искали люди, искавшие «**работа**»:

Слова	Показов в месяц	Слова	Показов в месяц
работа	2709894	вакансии	432018
курсовая работа	235088	*поиск работы	57038
дипломные работы	97737	*работа в москве	46522
москва работа	68429	*работа и зарплата	16264
ищу работу	57168	hf inf	7767
поиск работы	57038	*ищу работу	57168
принцип работы	53055	ищем сотрудника	399

Предположим, в созданном вами списке ключевых слов для сайта есть слово «работа». Пользуясь распространенной в Рунете теорией, зайдите на <http://direct.yandex.ru>, щелкните на «подобрать слова» и введите в поисковую строку слово «работа». В качестве результата вам будет представлен список слов и фраз, связанных с работой, более того, «Яндекс» предложит еще и те слова, которые чаще всего искали вместе со словом «работа». Казалось бы, вот оно, самое популярное слово — «работа»; в прошлом месяце его запрашивали 2 709 894 раза. Бери его, вставляй, и все в порядке! Да, вроде бы так оно и есть, в список сайт попадет, но каким по счету он будет показан? Не исключено, что где-то во второй сотне тысяч. А ведь нам нужно не просто место в списке, а место в первой десятке! Определить эффективность выбранных ключевых слов можно с помощью сравнения, но как, скажем, сравнить эффективность ключевых слов «работа» и «ищу работу»? Ведь даже то, что по фразе «ищу работу» меньше показов в прошлом месяце, еще не говорит о том, что оно менее эффективно и меньше подходит для вашего сайта. Открывайте <http://www.yandex.ru> и вводите слово «работа»; сразу под поисковой строкой вы увидите количество веб-страниц, проиндексированных «Яндексом» по этому слову.

Яндекс
Найдётся всё

☐ в найденном ☐ только на украинских сайтах
☐ в регионе: Харьков

[Везде](#) [Новости](#) [Маркет](#) [Адреса](#) [Словари](#) [Блоги](#) ☒ [Кар](#)

Результат поиска: страниц — **175 316 802**, сайтов — не менее **64 015**, в каталоге — 5 249
 Запросов за месяц работа — 1 532 945. [Кликнуть это слово.](#)

Здесь я хочу сделать одно отступление. Обратите внимание, вместе с количеством страниц здесь же, под поисковой строкой, указывается число сайтов и число запросов в месяц. Неважно, что найденных сайтов меньше, ведь даже на неспециализированных ресурсах может быть несколько веб-страниц, где ведется речь о работе, которые индексируются по этому слову. Что касается количества запросов за месяц, то они показываются для каждого слова отдельно. В случае со словом «работа» число запросов соответствует цифре из direct.yandex.ru, а, например, для фразы «ищу работу» будут показаны запросы отдельно для слов «ищу» и «работа». Причем для слова «ищу» будут учитываться все запросы, использующие его, например «ищу дом», «искать слова» и т.п., а потому эти цифры нам неинтересны.

Но вернемся к нашему расчету. Прodelайте те же действия, как со словом «работа», со словосочетанием «ищу работу». В итоге для каждого из ключевых слов мы будем иметь пару: количество запросов в месяц и количество страниц, показываемых по этому запросу. Попробуем сравнить эффективность слов по этим показателям, для этого разделим число запросов на число показываемых страниц. Для слова «работа»: $2\,709\,894 : 175\,316\,802 = 0,0154$, для фразы «ищу работу»: $57\,168 : 7\,659\,524 = 0,0074$.

Казалось бы, даже по этим показателям словосочетание «ищу работу» проигрывает, но не спешите: такое сравнение некорректно, и вот почему.

Предположим, у нас есть некое слово, которое запрашивали 1 тыс. раз. По нему предоставлено 10 тыс. страниц. И есть другое слово, которое запрашивали 10 тыс. раз и по которому представлено 100 тыс. страниц. Если вы разделите количество запросов на количество показанных страниц, то и в том и в другом случае получите одну и ту же цифру — 0,1. Естественно, сравнить эффективность этих слов по полученной цифре нельзя. Чтобы уйти от подобной зависимости, достаточно возвести в любую степень число запросов, например: $1000I : 10\,000 = 100$ и $10\,000I : 100\,000 = 1000$. Таким образом, используя эту формулу, для слова «работа» получим 41 887, а для словосочетания «ищу работу» — 426. Чтобы не оперировать в своих сравнениях громадными цифрами, можем результат для обоих случаев поделить на 100 или 1000 (в нашем случае окончательно формула будет выглядеть так: количество запросов² : количество показываемых по этому запросу страниц : 1000). После расчета данных по этой формуле мы получим для слова «работа» — 41,88, для фразы «ищу работу» — 0,42. Вроде бы даже при таком расчете слово «работа» гораздо привлекательнее. Но существует одна особенность поисковиков, о которой мало кто задумывается. На странице http://www.yandex.ru/ya_detail.html есть детальное описание языка запросов в «Яндексе». Вот на что следует обратить внимание: «Независимо от того, в какой форме вы употребили слово в запросе, поиск учитывает все его формы по правилам русского языка». Например, если задан запрос «работа», то в результате поиска будут найдены ссылки на документы, содержащие слова «работа», «работу», «работать», «работает» и т.д. Поэтому для нашего примера подобное сравнение некорректно, так как слово «работу» из словосочетания «ищу работу» автоматически добавляется к количественному показателю слова «работа» и, следовательно, с учетом всех других словосочетаний, использующих слово «работа», его количественный показатель всегда будет выше.

В этом-то и кроется основная ошибка начинающих веб-мастеров. Используя слово «работа» для оптимизации сайта, вы автоматически уменьшаете эффективность своей оптимизации. Когда время поиска будет использоваться слово «работа», поисковик покажет ссылки на документы, содержащие не только слово «работа», но и производные от него. В этом случае количество показываемых документов возрастает в несколько раз, а положение в первой десятке определяется объемом трафика, числом ссылок, в общем — популярностью сайта. Если же вы будете использовать дополнительные определяющие слова, составляя таким образом более точные фразы, например «ищу работу», «предлагаю работу», «надомная работа», вы сузите область запросов. Но и в этом случае слово «работа» не будет точно соответствовать искомой фразе, а значит, и ваш сайт снова окажется не в лучшем положении.

Выход из этой ситуации прост. Первое слово, показываемое в <http://direct.yandex.ru>, — общее для всех запросов, оно определяет их категорию. Исходя из правил русского языка оно вряд ли может быть лучшим ключевым для вашего сайта по той простой причине, что оно слишком обобщенное. Куда лучше использовать уточняющие фразы с этим словом, например «ищу работу», «предлагаю работу», «надомная работа» и т.п. Как же определить лучшую ключевую фразу? Используя формулу, рассмотренную выше, определите индекс эффективности для каждой фразы и выберите, какая из цифр больше, — та фраза и лучше.

Вообще, что касается наиболее эффективных фраз и слов, то тут есть одно правило: чем больше запросов и меньше страниц, показываемых по этому запросу, тем лучше ключевое слово или фраза. Давайте для примера еще раз сравним показатель эффективности для двух произвольных фраз. Предположим, для одной мы имеем 10 тыс. запросов и 1 тыс. страниц, а для другой — 1 тыс. запросов и 10 тыс. страниц. В итоге получаем: $10\,000I : 1000 : 1000 = 100$ и $1000I : 10\,000 : 1000 = 0,1$. По-моему, комментарии излишни. Вы можете задаться вопросом: а бывает ли такое реально в жизни? Конечно бывает, правда, в основном с фразами, а не с отдельными словами. Иногда этому способствуют СМИ, сообщая какую-либо «горячую» новость, так или иначе связанную со словами и фразами, которые в одночасье из малозначимых и неинтересных превращаются в лидеров запросов (так, например, было с фразой «птичий грипп»), а иногда и сам Интернет, реагируя на новые продукты, повышает эффективность тех или иных слов (так было со словом «pixel» после того, как начала появляться информация о проекте Алекса Тью по продаже пикселей).

Пока что мы говорили о сравнении двух фраз, а есть ли некий минимально необходимый уровень эффективности? Вообще-то методологию, которую мы тут используем, разработал Самантра Рой, который и вывел некий минимальный уровень индекса KEI (Keyword Effectiveness Index — индекс эффективности ключевых слов), равный 400 единицам. В англоязычном Интернете много веб-мастеров, программ и сайтов, использующих этот алгоритм для поиска привлекательных ниш и ключевых фраз. Де-факто индекс KEI давно стал неоспоримым стандартом, используемым в интернет-развитых странах, где достаточно пользователей. Однако в Рунете гораздо меньше сайтов и ежемесячных запросов по тем или иным словам, а значит, индекс в 400 единиц просто недостижим для большинства ключевых фраз и слов. Вместо этого принято применить метод сравнения, выбирая наиболее эффективную фразу или слово, либо использовать сравнение с единицей. То есть лучше та фраза, индекс эффективности которой больше 1. Если же по выбранным вами словам и фразам ни один из результатов не превышает единицы, то предпочитают тот результат, который выше (например, эффективнее фраза с индексом 0,95, а не 0,4).

* * *

К сожалению, не все поисковые системы предоставляют необходимые данные для расчетов, но для Google.com (сведения о количестве запрашиваемых слов и их эффективности в графическом отображении можно найти на сайте <https://adwords.google.com>) и Yandex.ru вы спокойно можете использовать этот метод подбора. Если же ваш сайт ориентирован на англоязычную аудиторию, то индекс KEI для выбранных ключевых слов следует смотреть на <http://www.wordtracker.com/free-trial.html>, а количество запросов по каждому из слов или фраз (для самостоятельных расчетов) можно получить на Overture-Keyword Selector Tool (<http://inventory.overture.com>) или с помощью программы Good Keywords (<http://www.goodkeywords.com>).