

Как создать и не потерять сайт

Почти каждая компания сегодня имеет собственный корпоративный сайт. Он служит не только подтверждением определенного уровня и статуса предприятия, но и инструментом продаж, менеджером, который предлагает и продает товары и услуги в режиме он-лайн 24 часа в сутки, 365 дней в году.

**По данным
НА АПРЕЛЬ 2010
ГОДА, СЕГОДНЯ
В ИНТЕРНЕТЕ
НАСЧИТЫВАЕТСЯ
БОЛЕЕ 30 000 000
САЙТОВ РАЗЛИЧНЫХ
ТЕМАТИК, НЕ СЧИТАЯ
САЙТОВ-ОДНОДНЕВОК,
САЙТОВ-ДОНОРОВ
И МАЛЫХ ПРОЕКТОВ**

Допустим, Вы — представитель развивающейся энергетической компании и хотите создать корпоративный сайт. Представим, какие трудности Вас поджидают на пути реализации задуманного.

1. Учтите: на создание, согласование и тестирование сайта, даже не очень сложного, Вы потратите, как минимум, 6–10 месяцев и 27–35 тысяч рублей (без учета затрат на этапе согласования).

2. Сайт готов. Теперь Вам нужно или нанять в штат сотрудника (20 000 рублей ежемесячно), который бы осуществлял наполнение и продвижение сайта, или заказать эту услугу компании-разработчику (20–50 000 рублей в месяц). Проблема решена, но...

3. Вы наверняка понимаете, что Рунет — давно уже развитая инфраструктура, и 90 % компаний-производителей стремятся в нем присутствовать. Соответственно в сети свою информацию размещают и ваши конкуренты. Каким же образом потенциальные клиенты будут находить именно ваш сайт?

Все посетители Интернета используют для поиска специализированные интернет-каталоги или системы — Яндекс, Google, Rambler и другие. Значит, необходимо, чтобы ваш сайт находился на первых, а не на 20-х страницах результатов поиска. Для этого нужно грамотное продвижение сайта. Но мы же решили этот вопрос! Мы доверили эту задачу компании-разработчику!

Давайте определим, что такое оптимизация и продвижение сайта, то есть уточним терминологию, поскольку она является одним из основных барьеров в общении и способом получения завышенных сумм.

Поисковая оптимизация и продвижение — это правильное наполнение сайта и размещение ссылок на него с других ресурсов с целью выведения сайта на первые страницы результатов поиска. Что такое поисковые системы? Это сервисы, которые помогают находить нужную информацию в Интернете. У них есть серверы, где хранятся данные обо всех сайтах Рунета. Существуют также специальные программы-роботы, которые изучают и индексируют сайты, а потом отправляют информацию на серверы поисковых систем. Точно никто не знает алгоритм работы этих роботов, но известно, что положение вашего сайта в результатах поиска определяется, в том числе, ключевыми словами, то есть теми, что являются главными в тематике вашего сайта.

Когда Вы спрашиваете у представителей компаний-оптимизаторов, за что платите, в ответ Вы получаете результаты поисковых запросов... Ваш сайт по ключевым словам в «топе»? Но надолго ли? И как этого добиваются?

Существует несколько наиболее популярных способов продвижения, которые одновременно ис-

пользуются большинством компаний, потому что у роботов-поисковиков постоянно меняется алгоритм работы. Чтобы подстроиться под этот алгоритм, используется принцип, который отражен в уравнении Ланчестера — «эффективно то, что массово».

Способ № 1 — покупка ссылок на биржах ссылок или донорах (больших тематических ресурсах). Есть вполне оправданная теория о том, что тематические ссылки с больших авторитетных ресурсов положительно влияют на результаты ссылочного ранжирования и поисковых выдач: чем больше ссылок, тем выше расположен ваш сайт в результатах поиска. Компании-продвиженцы являются посредниками между организацией и биржами ссылок, то есть, обратившись к ним, Вы переплатите.

Кроме того, поисковые машины борются с манипуляциями, в том числе и с покупкой ссылок. Робот-поисковик ищет коммерческие ссылки и блокирует их. Если находит много подобных ссылок, он либо «банит» сайт, на который они ведут (то есть выкидывает сайт из базы, и его будет невозможно найти), либо ставит на него фильтр «ты последний» — по результатам поиска сайт всегда будет последним. Конечно, администрация поисковика уведомит вас об этом и объяснит причину. Однако вам останется либо ждать, пока будут сняты санкции, либо делать новый сайт.

Способ № 2 — наполнение сайта тематическим контентом (текстами с ключевыми словами), что тоже положительно влияет на результаты поиска. Компании-продвиженцы опять являются посредниками между заказчиком и специалистами, которые пишут контент. Если плотность ключевых слов будет слишком большая (что тоже является манипуляцией), то роботы-поисковики могут, опять же, «забанить» сайт или наложить на него фильтр.

Способ № 3 — самостоятельное создание компанией сайтов-доноров и прописывание ссылок с них на основной сайт. На сайтах-донорах постоянно обновляется информация, и робот-поисковик по ссылкам переходит с них на основной сайт. Как уже было сказано выше, некоммерческие ссылки с других ресурсов положительно влияют на результаты выдачи. Однако если такая сеть обнаружится, в отношении вашего сайта будут предприняты все те же санкции.

Накладываются они не сразу. Если оптимизаторы переборщили со ссылками, контекстом или созданием сетей, то сайт на некоторое время попадает в «топ», а потом «падает» очень низко... возможно — навсегда. Из-за таких некорректных манипуляций уже пострадали многие компании. Они заплатили деньги, увидев сайт в «топе», а потом... Спрашивать было не с кого, так как оптимизаторы выполнили все свои обязательства по договору.

Есть над чем задуматься. Не так ли?



Григорий ШИПИЛИН,
ведущий специалист
интернет-каталогов
www.Stroyip.ru,
www.StroyIP.com