

Безпечне алгоритмічне забезпечення "White&Black-hat" в оптимізації сайту

УДК 004.056

Максим Бурлака¹, Людмила Рибалка²*Національний авіаційний університет, ¹Lucky1941@ukr.net, ²fish96@list.ru*

Оптимізація в пошукових системах ускладнюється такими властивостями як нестабільність результатів, засекреченість алгоритмів і низька швидкість індексації, що призводить до великих труднощів при отриманні гарантії результату.

Алгоритми пошукових систем – це особливі математичні формули, за допомогою яких пошукові системи приймають рішення, щодо видачі сайтів в результатах пошуку.

Пошукові машини шукають сайти за певними ключовими словами або фразами. Алгоритми пошукових систем дозволяють знайти ресурси, які найбільш точно відповідають запиту користувача, відсікаючи при цьому ресурси, непотрібні користувачу або ті, що використовують недозволені методи оптимізації. Пошукова машина, керуючись алгоритмом, аналізує контент сайту, з'ясовує наявність у складі контенту ключової фрази, приймає рішення про те, наскільки сайт відповідає пошуковому запиту, і від ступенів відповідності присвоює сайту ту чи іншу позицію у віддачі – вище або нижче. Для кожної пошукової системи розробляються свої алгоритми. Схеми роботи всіх алгоритмів пошукових систем побудовані на подібних принципах. Всі пошукові системи обов'язково оцінюють унікальність контенту.

Отже, методи SEO можна поділити на: «біле», «сіре» та «чорне» SEO.

«Біле» SEO – метод просування сайту, який полягає в застосуванні способів просування, що не забороняються правилами пошукових систем. Це дозволений і допустимий метод, що не має обмеження.

«Сіре» SEO – найбільш необхідний і часто використовуваний метод серед вебмайстерів і оптимізаторів.

«Чорне» SEO – це метод, який передбачає яскраво виражену спробу впливу на позиції сайту при ранжируванні. Саме поняття «чорного» SEO має на увазі масовість і високий ступінь автоматизації, будь то створення контенту, сайтів або розміщення зовнішніх посилань.

Для пошукової оптимізації було розроблено такий алгоритм: 1) перевірка сайту на наявність санкцій; 2) створення семантичного ядра; 3) аналіз конкурентів; 4) технічний аудит сайту; 5) створення контенту та цільових сторінок; 6) зовнішнє ранжування; 7) аудит змін позицій ресурсу в пошукових системах.

Для кожного ресурсу доцільно використовувати свій метод або їх комбінацію. В залежності від цілей та напрямку руху сайту, можна зрозуміти яка оптимізація йому необхідна.

Для постійних комерційних цілей потрібно перебувати в пошуковій видачі на перших позиціях довгий час, тому слід використовувати «сіре» чи комбіноване SEO з «сірого» та «білого» методів.

Науковий керівник — к.пед.н. Юлія Коваленко