

Фактори за класиране в Google през 2017

Какво работи и какво не в Google през 2017?

Парите се търкалят по улицата (в интернет)

Научете се как да ги вземете!




Joomla Day Bulgaria 2016

29 Октомври 2016, Пловдив

Автор: Едуард Димитров

(3D Web Design)

Фактори за класиране в Google през 2017



Колко фактора
за класиране
знаеш?



Само 134



Основните неща:

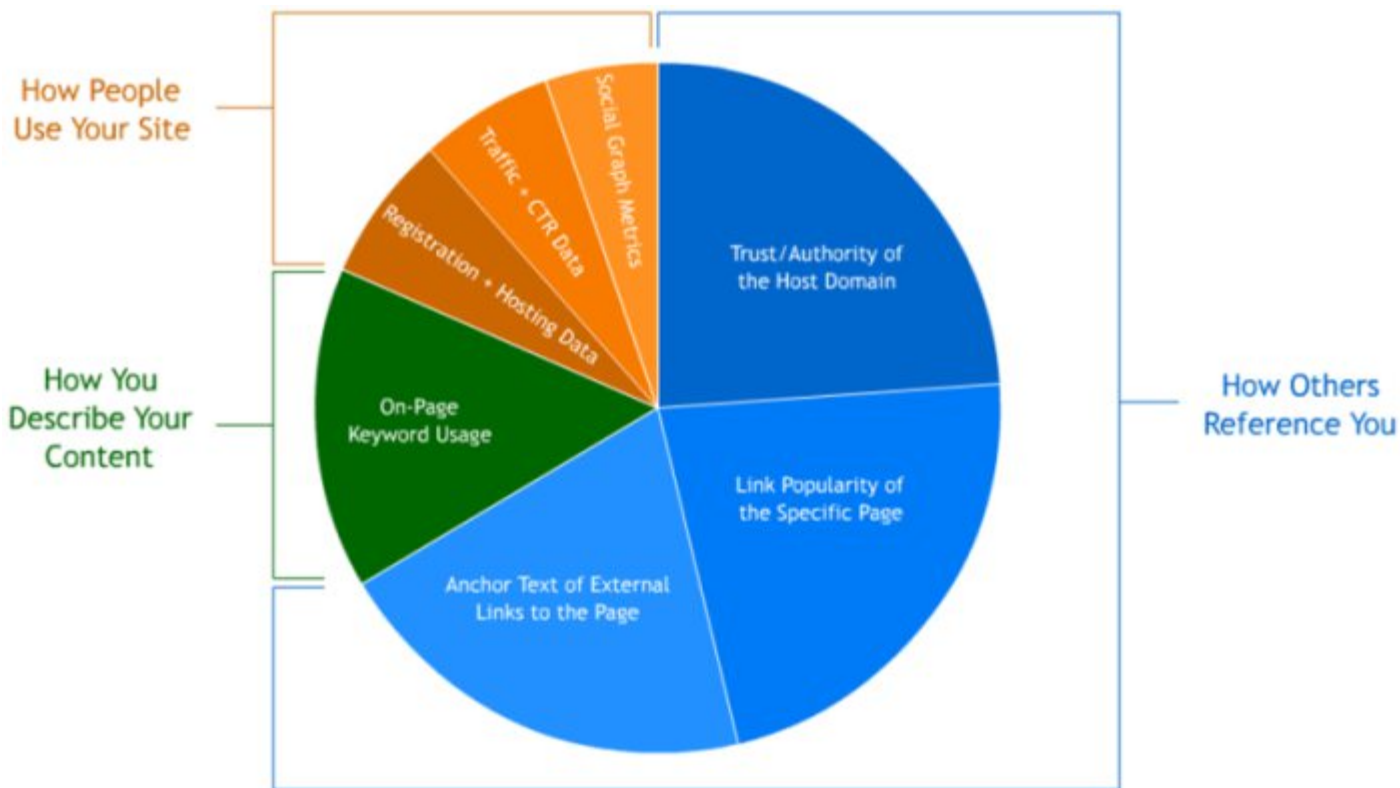
1. Най-важно: Правете SEO!

В интернет нищо не се случва случайно! Направили сте си скъп сайт, в него продавате страхотни неща и си мислите че с времето лека-полека нещата ще потръгнат?

Няма да се случи никога!



Основни фактори на алгоритъма на Google



Типове оптимизация на сайт:

Заради тези фактори, оптимизацията на сайтове е два основни вида:

Вътрешна оптимизация ("Onpage SEO" или оптимизация вътре в сайта ви):

<https://www.google.bg/search?q=onpage+seo&cr=countryBG>

И **външна оптимизация** - "**Offpage SEO**" на английски или "**линк билдинг**" на български (публикуване на публикации на други сайтове с линк към вашият сайт):

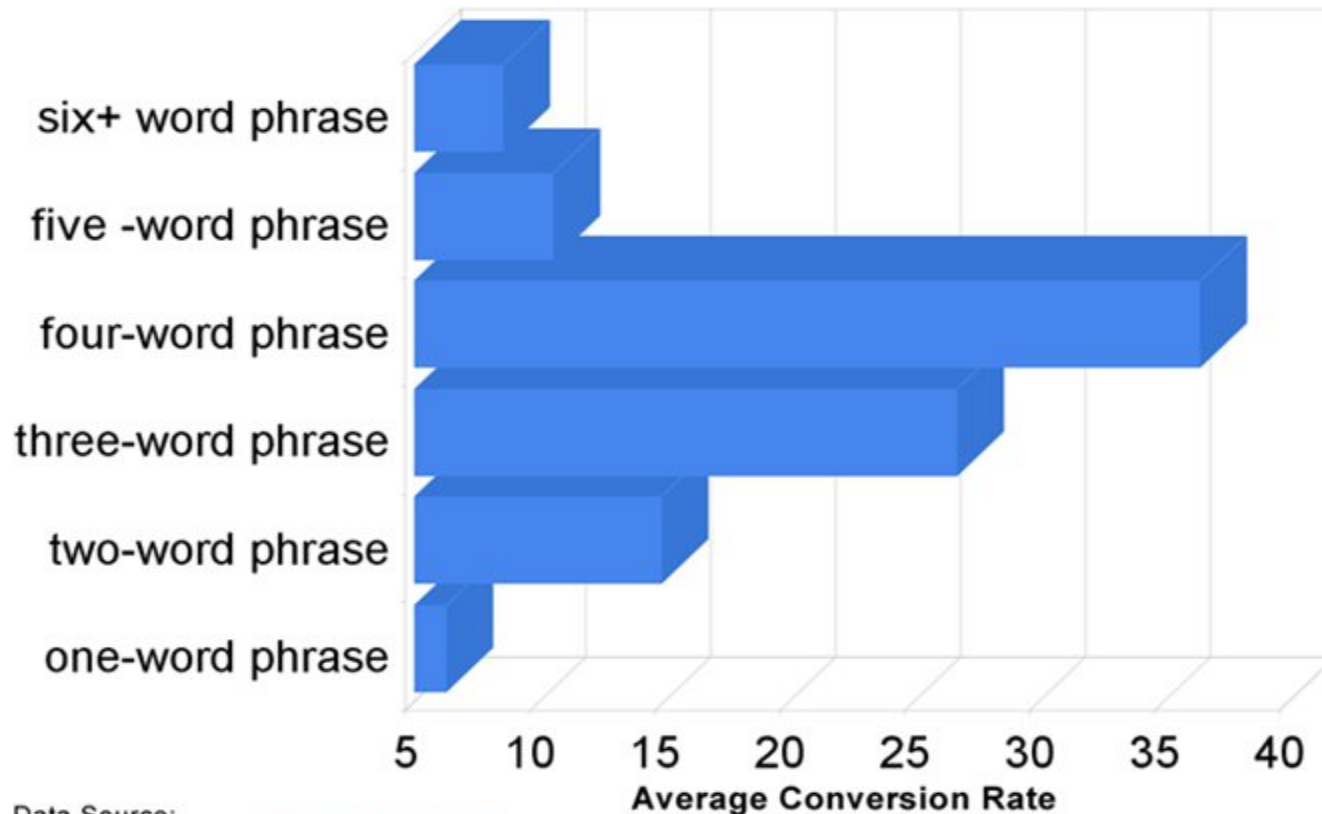
<https://www.google.bg/search?q=offpage+seo&cr=countryBG>

Когато искате да сте класирани в Google за трудни ключови думи, най-силен фактор са линковете. Тоест, класирането на сайта ви зависи на над 65% от връзките към него и популяризирането му в други сайтове и в социалните мрежи.

2. Проучете ключовите думи в нишата!

Истинските пари в България се изкарват от средно-трудните ключови думи, от изразите по две и три думи!

Conversion Rate by KW Phrase Length



Data Source:
oneupweb

seomoz.org
The Web's Best SEO Resources

Всичко започва със съдържанието?

Ако не напишем нещо качествено, няма кой да пусне линк към вас!

Дори след като го напишете, сами да си направите линк билдинг, това няма да има особен смисъл – потребителите ще дойдат на страницата, ще видят че съдържанието е посредствено и ще я напуснат.

Те няма да могат да разберат предимствата на продукта или услугата която продаваме, тоест, няма да спечелим нищо от тази страница!

Такива страници нямат шанс за високо класиране. В ниско или средноконкурентна ниша може и да ги докарате до топ 10, но само за кратко.

Защото тази страница ще има ужасно висок Bounce Rate и Google ще го знае!

Не забравяйте, че всички сайтове класирани на първа страница за трудни ключови думи се проверяват ръчно от модератори на Гугъл!

Основните неща в OnPage SEO – вътрешната оптимизация

The "Perfectly" Optimized Page

(for the example keyword phrase "chocolate donuts")

Page Title: Chocolate Donuts | Mary's Bakery

Meta Description: Mary's Bakery's chocolate donuts are possibly the most delicious, perfectly formed, flawlessly chocolately donuts ever made.

Добре е ключовите думи да ги има на няколко места:

- в title tag-а на страницата
- в началото на текста – в първите 2 параграфа;
- по средата на текста;
- в края на текста;

Ако е израз от две и повече думи, трябва думите да ги има и поотделно в текста!

H1 Headline:
Chocolate Donuts from Mary's Bakery

Image Filename:
chocolate-donuts.jpg

Body Text: _____
_____ chocolate donuts _____

_____ donuts _____

_____ chocolate donuts _____

_____ chocolate donuts _____

Photo of Donuts (with Alt Attribute):
Chocolate Donuts

Page URL: <http://marysbakery.com/chocolate-donuts>

Техническо SEO - Основни мета тагове

1. Title. Най-важен! До 60-70 символа!

<title>Мета тагове и Seo оптимизация</title>

2. Description. Второстепенен! 120-150 символа!

<meta name="description" content="Мета тагове и seo оптимизация, какво е мета таг, къде и как се използват мета таговете" />

3. Keywords. Не работи отдавна в Google!

<meta name="keywords" content="seo, seo оптимизация, мета тагове, мета таг" />

4. Robots. Внимавайте с него!

С този таг можете да кажете на търсачките да не индексират страницата ви или да не проследяват връзките на страницата!

<meta name="robots" content="index, follow" />

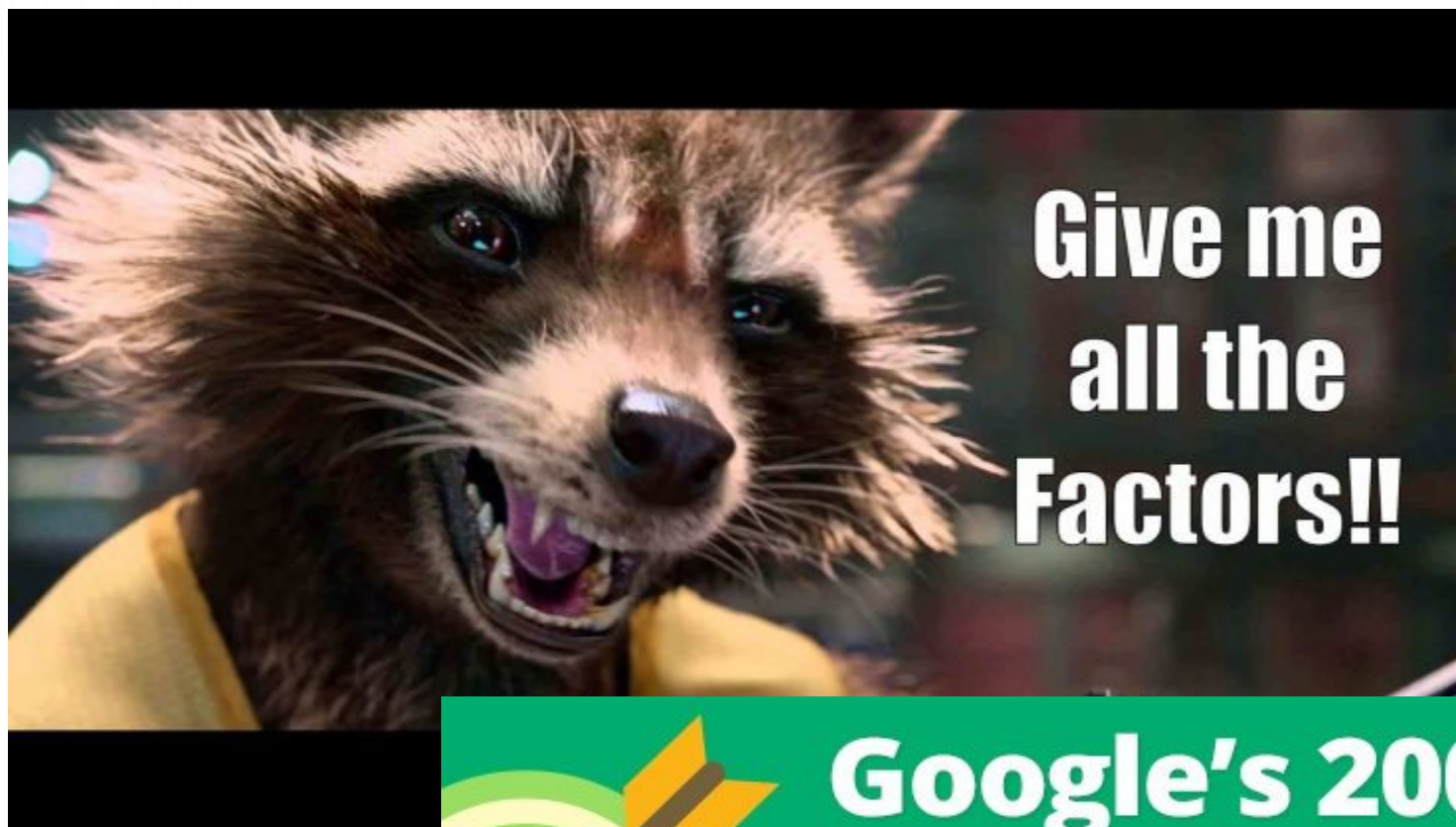
<meta name="robots" content="noindex, follow" />

<meta name="robots" content="noindex, nofollow" />

5. Author и други...

<meta name="author" content="3D Web Design" />

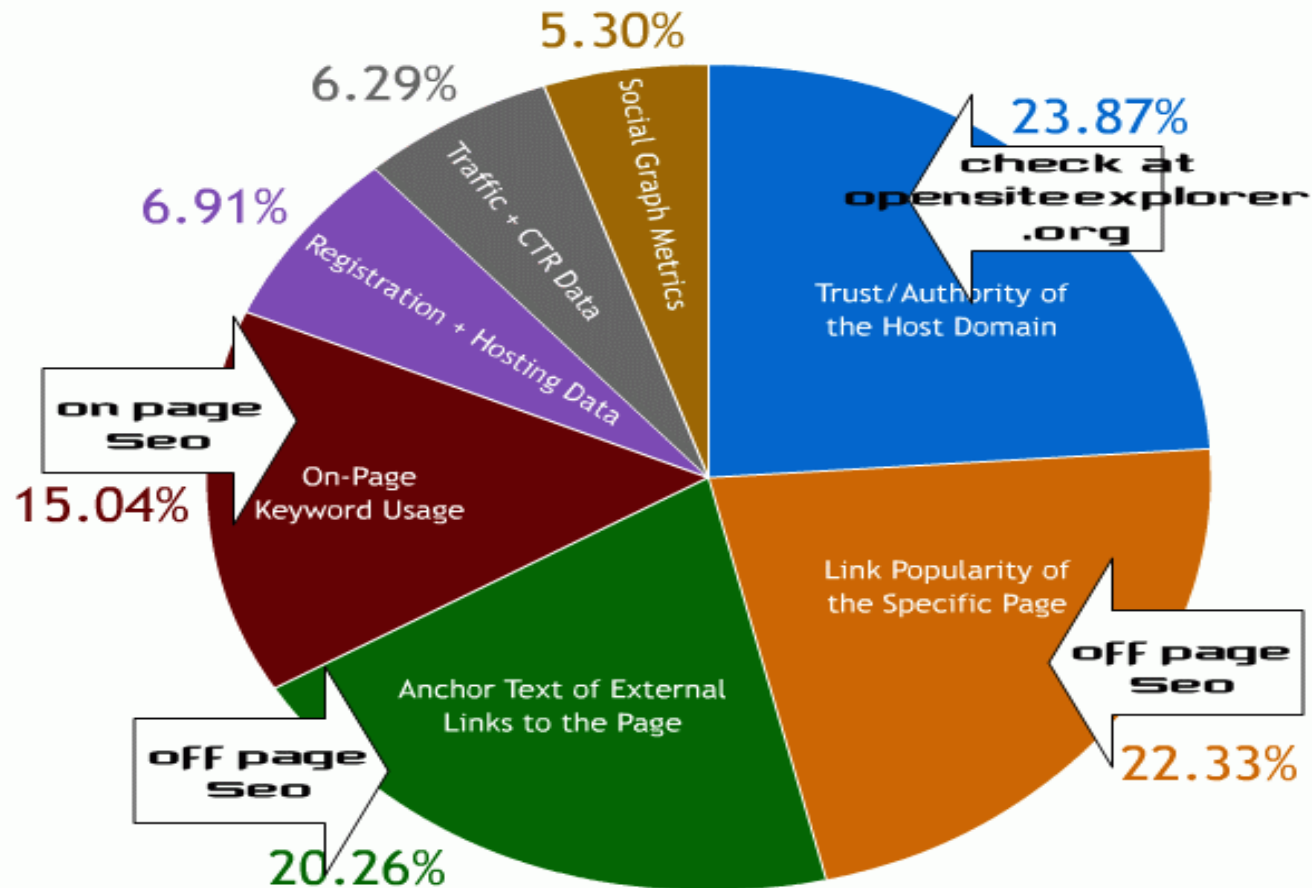
Факторите за класиране в Google: Митът



Колко лесно бе някога: Google Ranking factors за 2012

Components of Google's Ranking Algorithm

(According to 72 SEOs Surveyed for SEOmoz's Biennial Search Ranking Factors)



Колко лесно бе някога: Google Ranking factors 2013

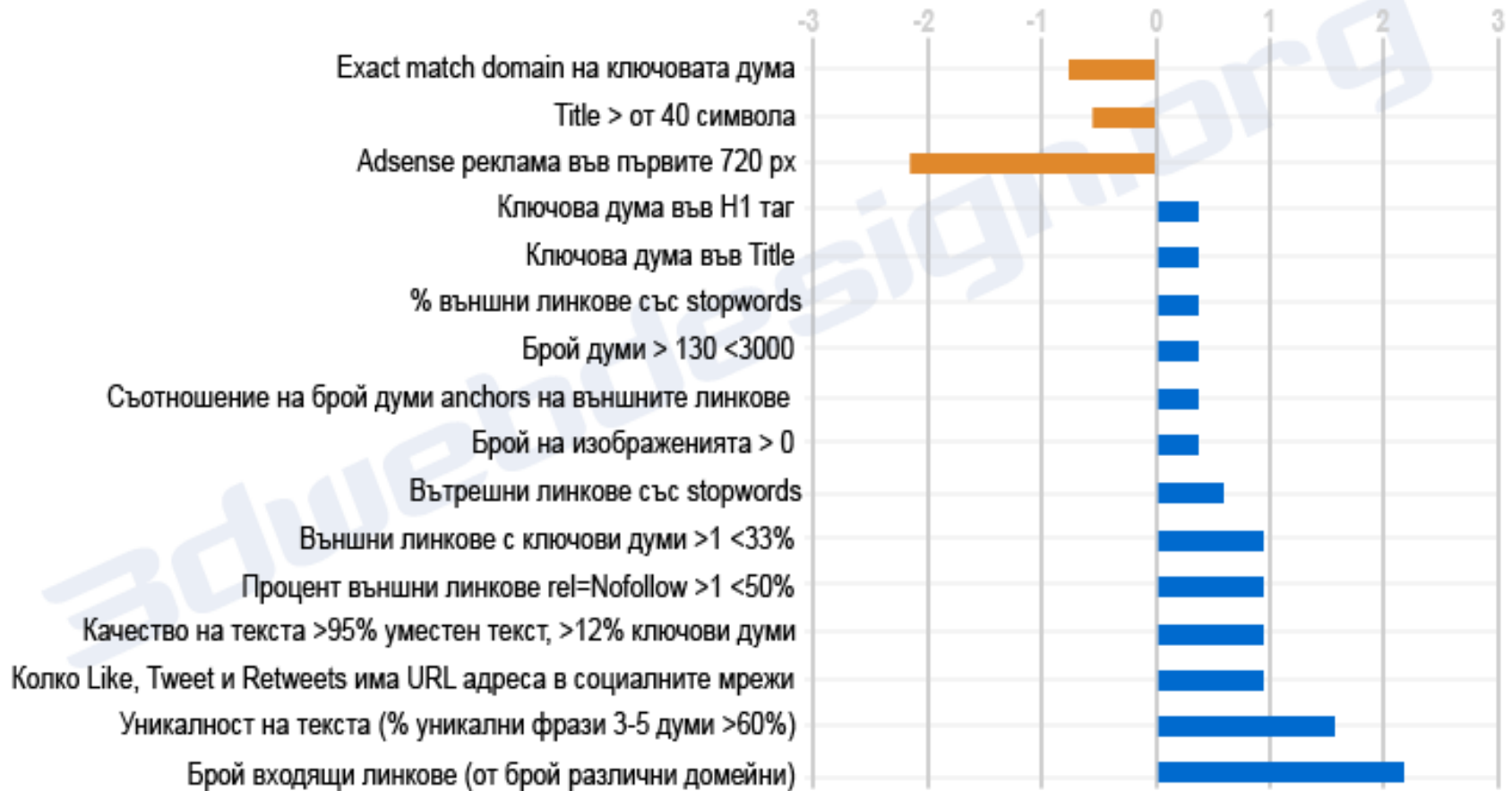
Оценка на качеството? Процент уникални фрази 3-5 думи?

Уникалност на текста? Това което Google въведе през 2013 година:

Обърнете внимание на: **>95% уместен текст** и **% уникални фрази от 3 до 5 думи!**

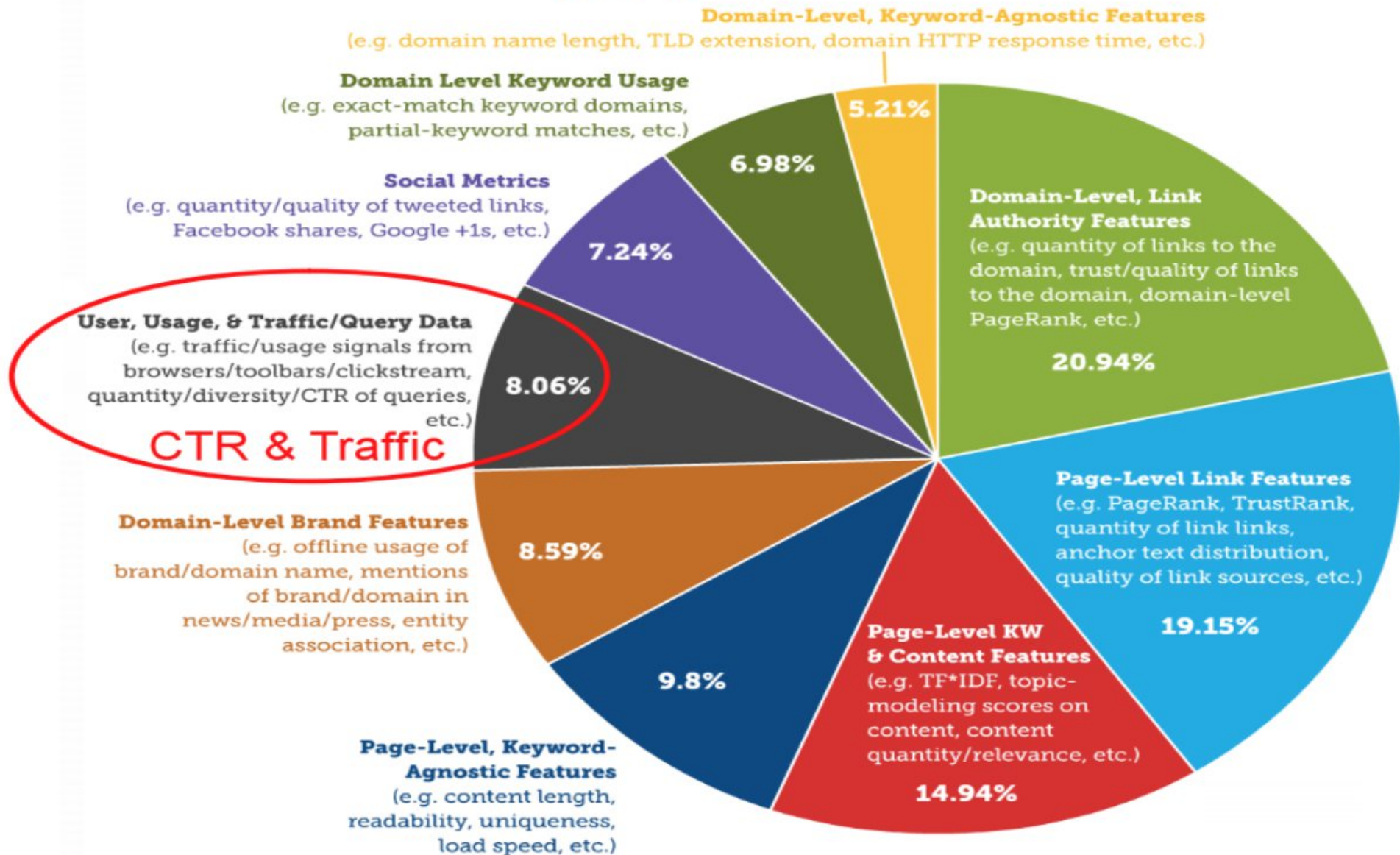
Актуални параметри за класиране на URL адрес в Google за 2013г.

(Променени спрямо 2012г.)

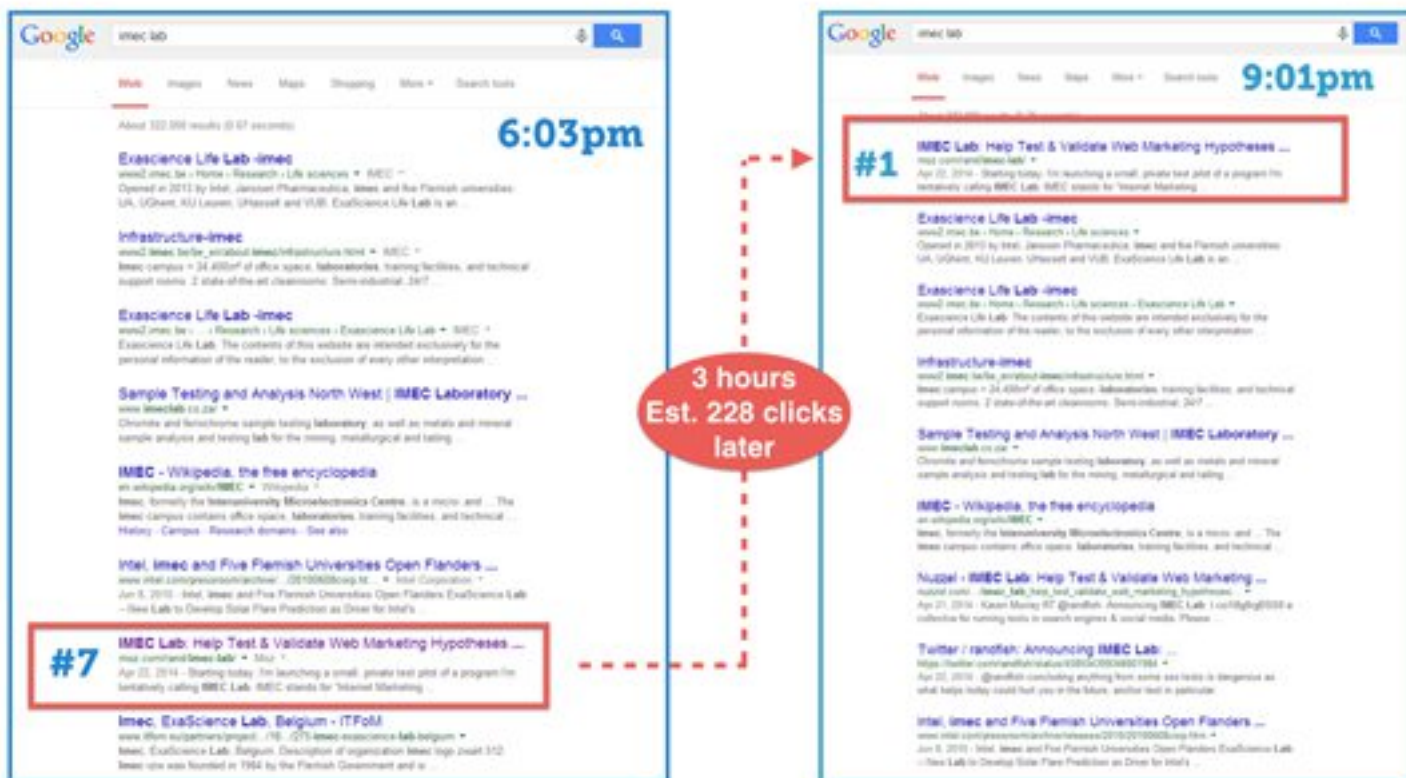


Вече става по-сложно! Google Ranking factors за 2014 година

Weighting of Thematic Clusters of Ranking Factors in Google 2014 Start



Click Through rate & трафик фактори: Rand Phishkin CTR эксперимент



CTR като фактор за класиране?



Order and Pricing

CTR START PLAN

\$12
PER MONTH

30 Days

30 Searches Per Day

900 Searches Total

Up to 2 Links

One or Two Keywords


Any Ratio Between Keywords

60-70 Seconds Average Visit

Monthly ranking report

Support over email

[Subscribe](#)



CTR STANDART PLAN

\$28
PER MONTH

30 Days

To 100 Searches Per Day

To 3000 Searches Monthly

Up to 10 Links

Up to 10 Keywords


Any Ratio Between Keywords

140 Seconds Average Visit

Monthly ranking report

Support over email

[Subscribe](#)



FREE TRIAL

FREE
TO TRY

3 Days

To 20 Searches Per Day

60 Searches Total

1 Link

One Keyword

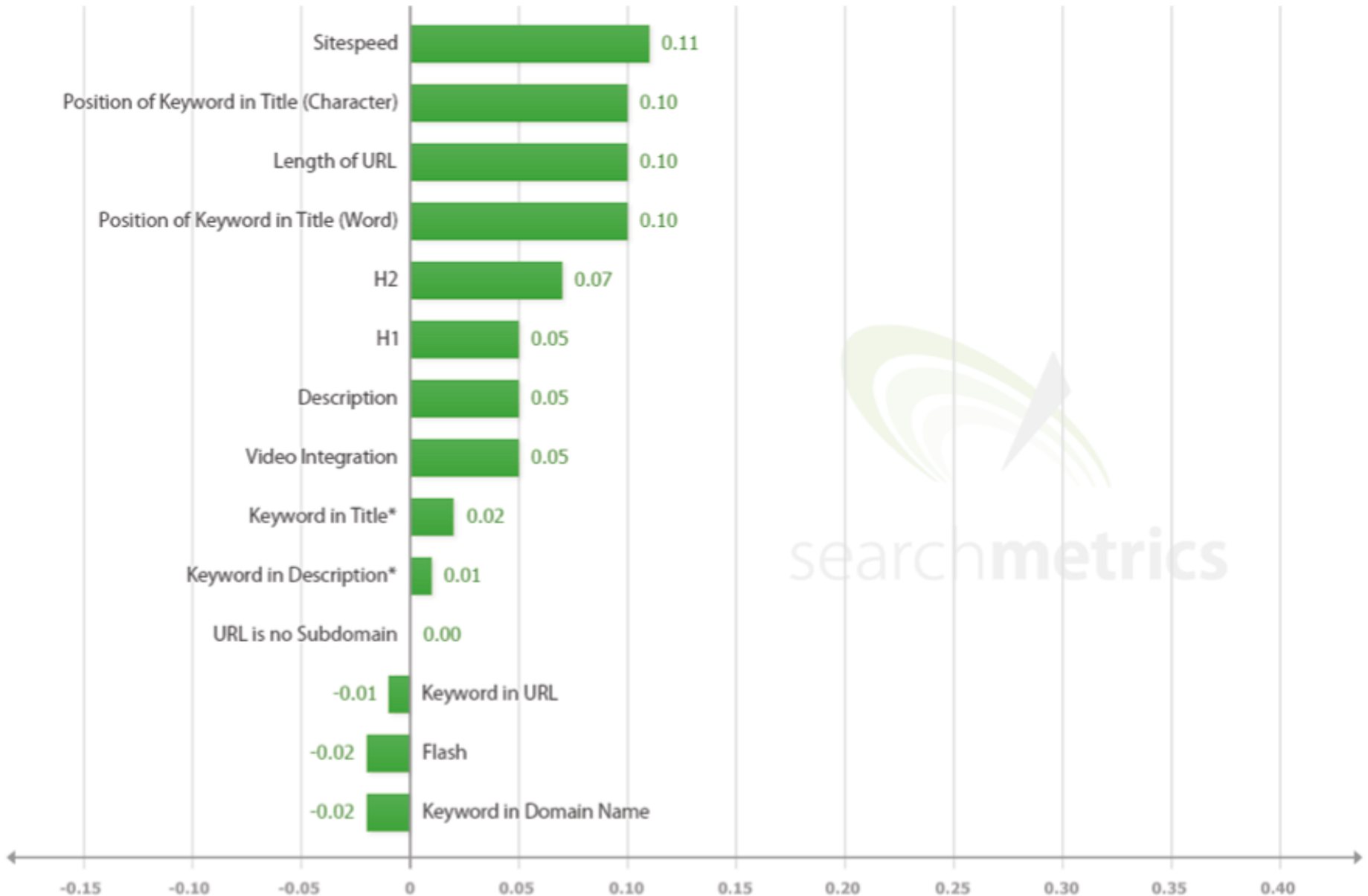
60 Seconds Average Visit

No support

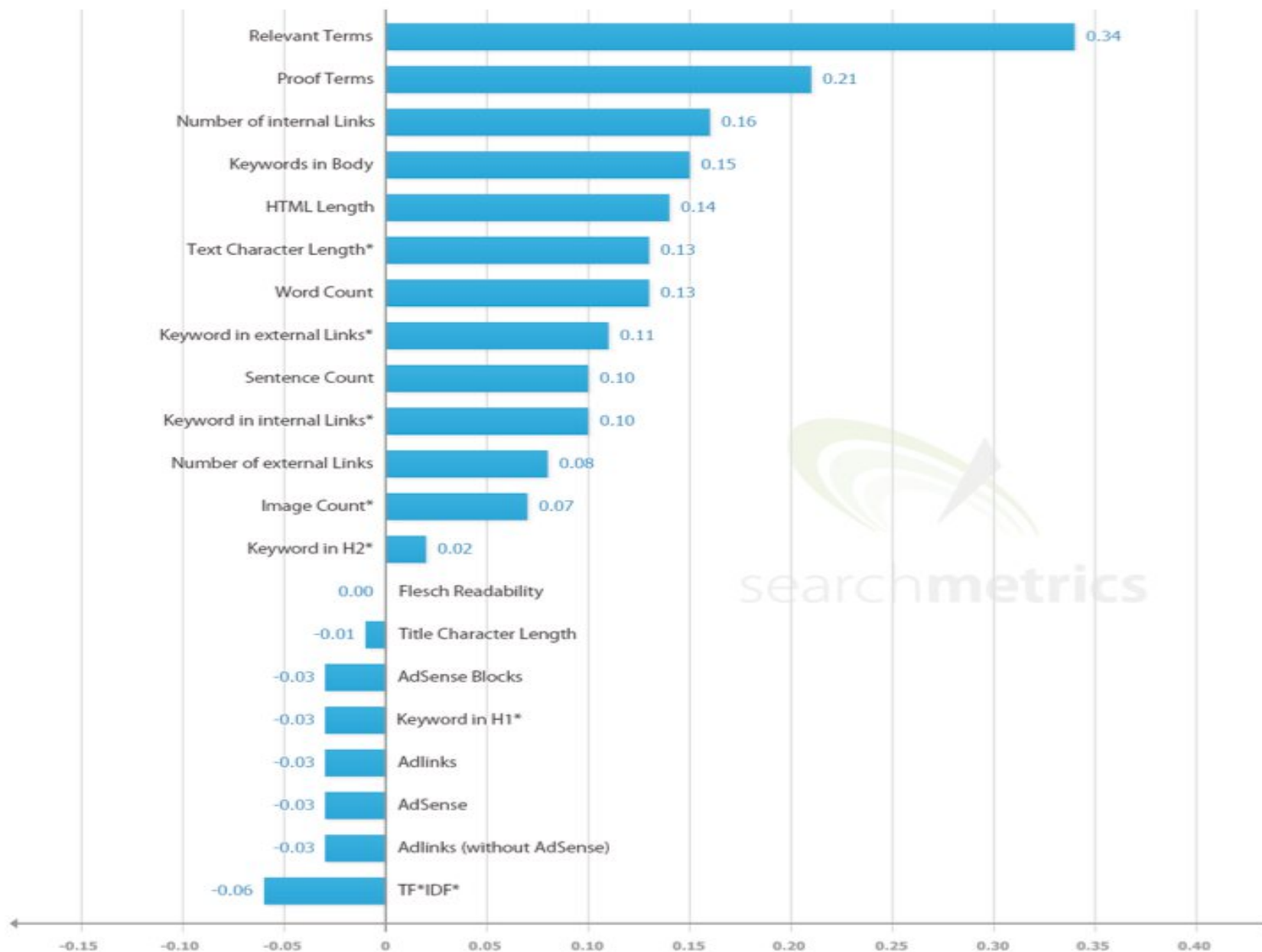
No ranking reports

[Start your free trial](#)

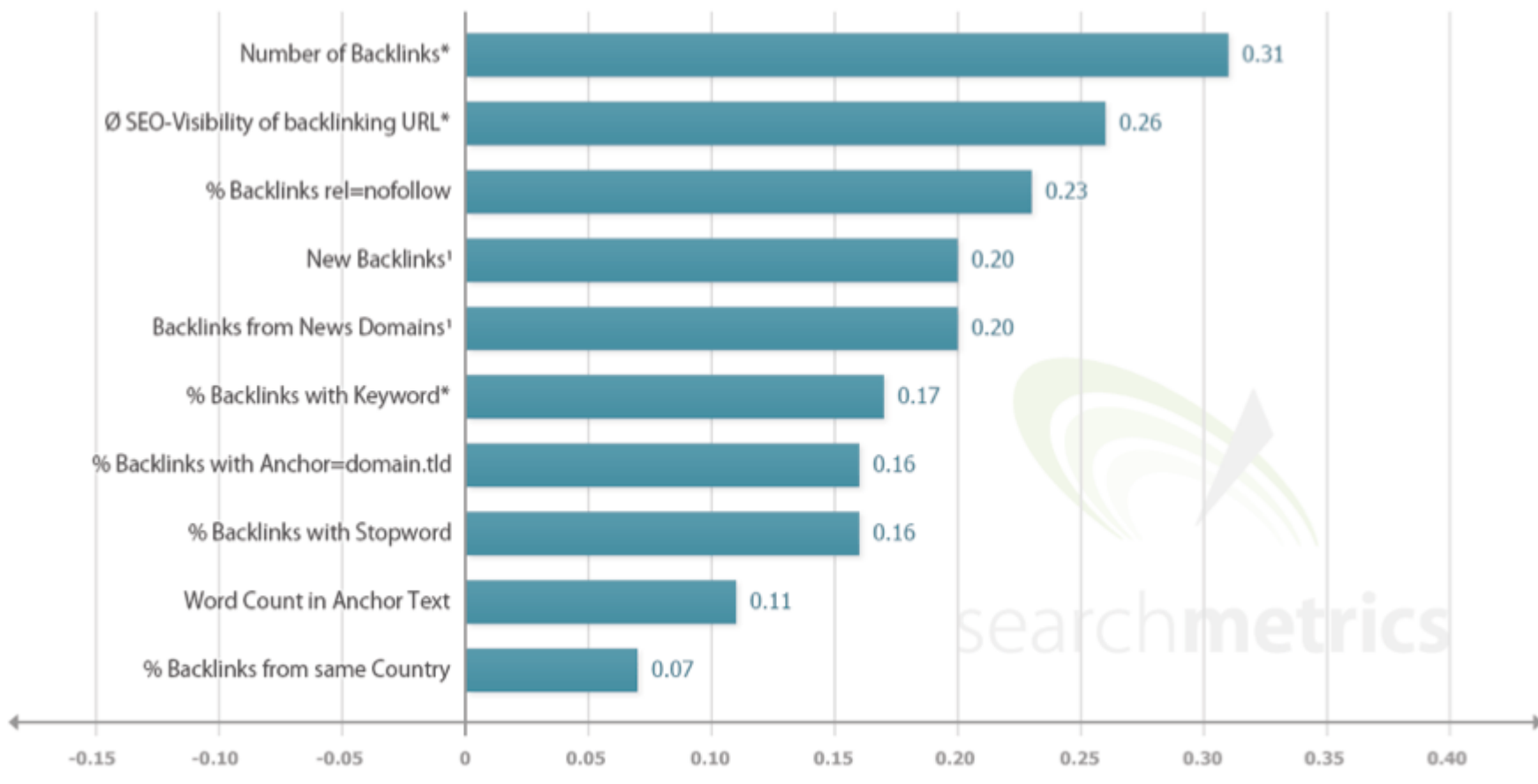
OnPage SEO оптимизация: Content Ranking factors – края на 2014



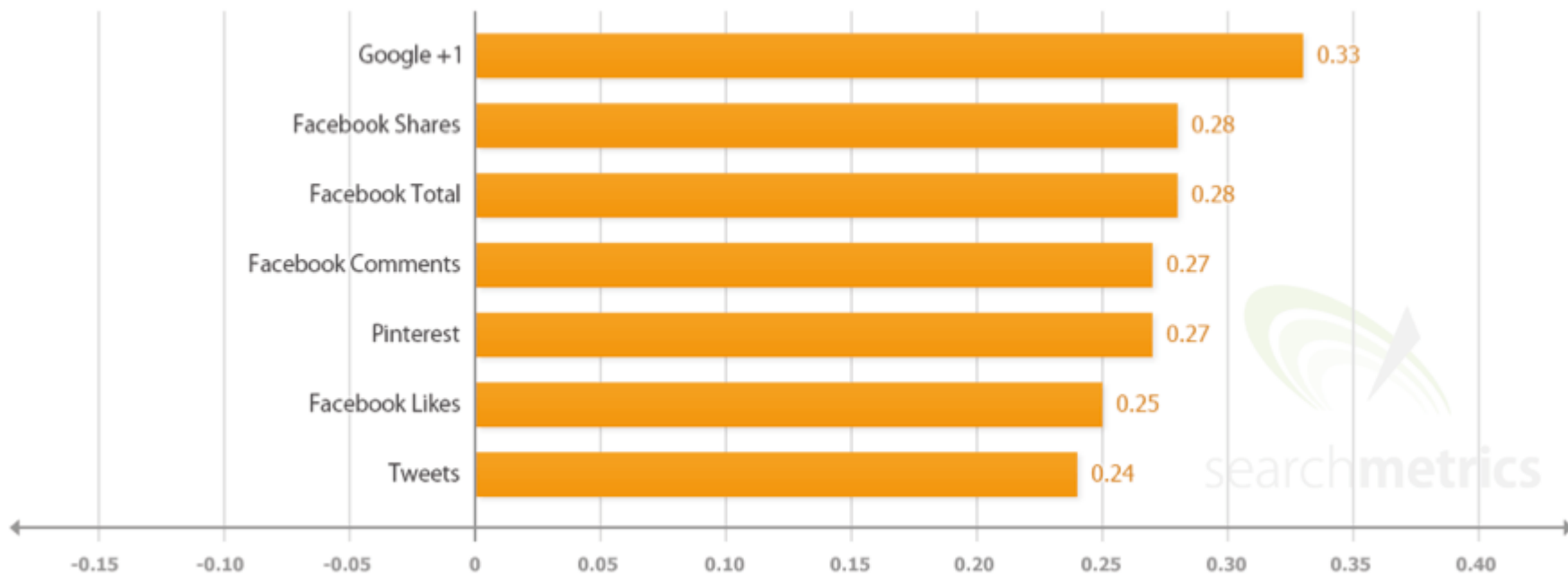
OnPage SEO оптимизация: Technical Ranking Factors: краят на 2014



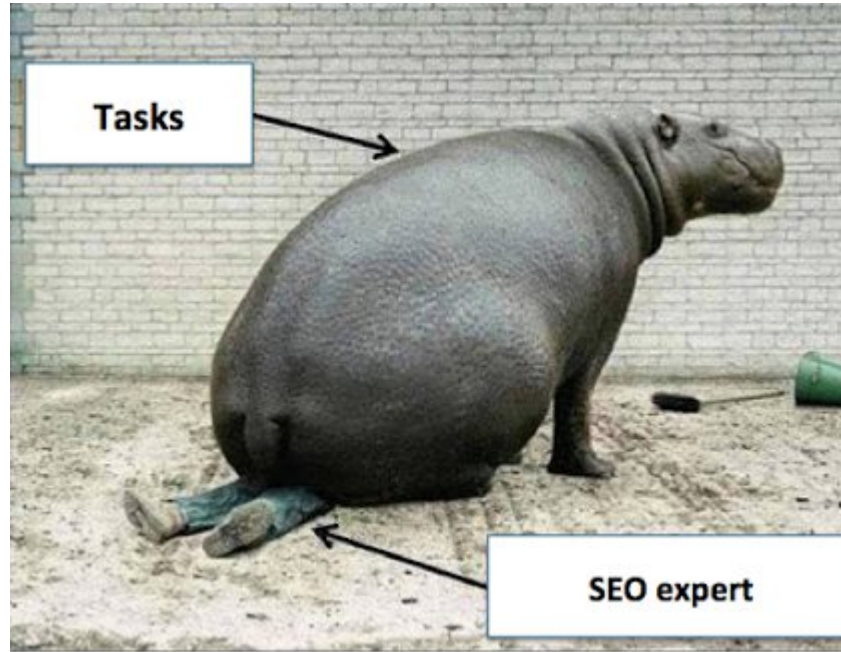
Off-Page SEO оптимизация: линк фактори към края на 2014



Социални фактори за края на 2014 година (още го имаше Google+)



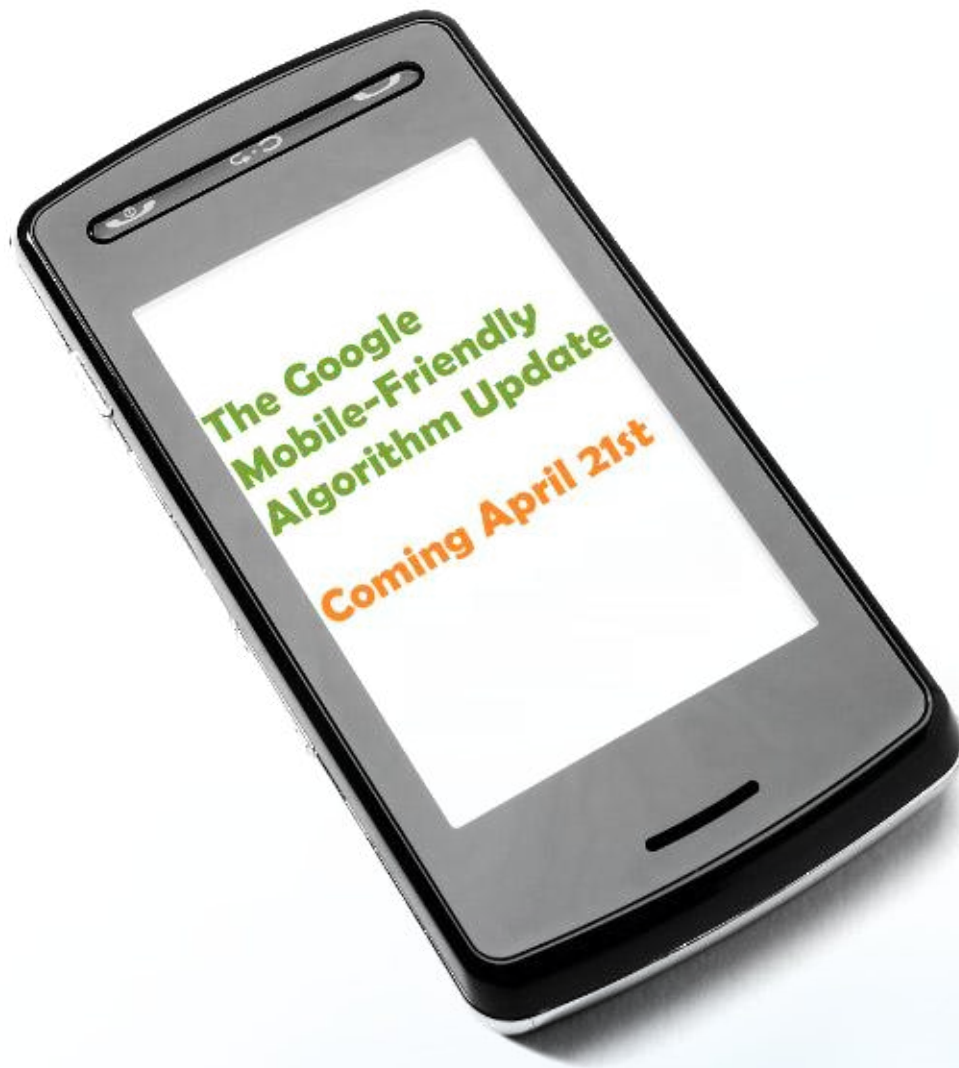
Перфектната SEO оптимизирана страница Или какво имате да свършите :)



1. Страницата трябва да зарежда бързо. Скоростта е най-важна за мобилните устройства.
2. Следователно трябва да има и Мобилна версия?

Виж следващия слайд :)

Ползваемост за мобилни устройства?



Google mobile-friendly алгоритъм: #Mobilegeddon Започна на 21 Април 2015!



Перфектната OnPage SEO оптимизирана страница

Е страницата с най-доброто съдържание в интернет по темата!

- Съдържа ключовите ви думи в заглавието.
- Има уникално заглавие (включете бранда или домейна в него).
- Има кратко заглавие (заглавия от под 45-50 символа се класират по-добре).
- Има напълно уникално (и релевантно на заглавието) съдържание.
- Съдържанието ѝ е по-дълго от 350 думи, но е по-кратко от 1000 думи.
- Има кратък урл адрес (и е публикувана в основният ви домейн, а не в субдомейн).
- Има къстъм урл адрес въведен на ръка от вас (а не автоматично генериран от CMS).
- Съдържа ключовите думи в урл адреса (или поне най-важните 1-2 думи).
- Към страницата сочат голям брой вътрешни (и външни) линкове (със stopwords).
- Има "call to action" meta description, който е различен от заглавието!
- Има поне 2-3 картинки (с правилен alt tag) и видео в съдържанието.
- Съдържа хеадинг тагове в съдържанието (h1, h2, h3).
- Съдържа ключовата ви дума поне ДВА пъти в съдържанието.
- Съдържа ед. и мн. число на ключовите ви думи, съдържа думите членувани и техните синоними.
- Съдържа и други думи и изрази за които пишат и другите сайтове на страниците си по същата тема (проучване на страниците на конкурентите ако не ги знаете).
- Съдържа полезно за потребителя съдържание, а не бла-бла-бла пълнеж!
- Има линкове в съдържанието към полезни за потребителя ресурси по темата: и вътрешни линкове към други страници по темата във вашия сайт, и външни линкове към други сайтове (само линкове към качествени сайтове, които не са ви конкуренти).
- Няма реклама в съдържанието (Adsense рекламите свалят класирането ви).
- Обхваща всичко по темата или поне всичко най-важно.

Ползвайте синоними и близки варианти!

Strict Keywords



Natural Variants



Synonyms and Close Variants

Search engines possess vast corpuses of synonyms and close variants for billions of phrases, which allows you to enrich your content with natural text to provide greater meaning.

MOZ

Перфектното съдържание: OnPage SEO – какво трябва да знаят копирайтерите

От текста ви трябва да се разбира: Какво, къде, кога, кой, защо?

...и още от мен: за какво искаме да се класира публикацията ни?

- Трябва да пишете разкази, а не да изброявате ключови думи!
- Само свободният текст е уникален за Google!
- Текст който описва параметри на продукт (онлайн магазин) и текст който представлява изброяване на продукти или услуги НЕ е уникален текст за Google!
- Такъв текст ако ви бъде откраднат от сайта едно към едно, дори не можете да го репортнете в Google!

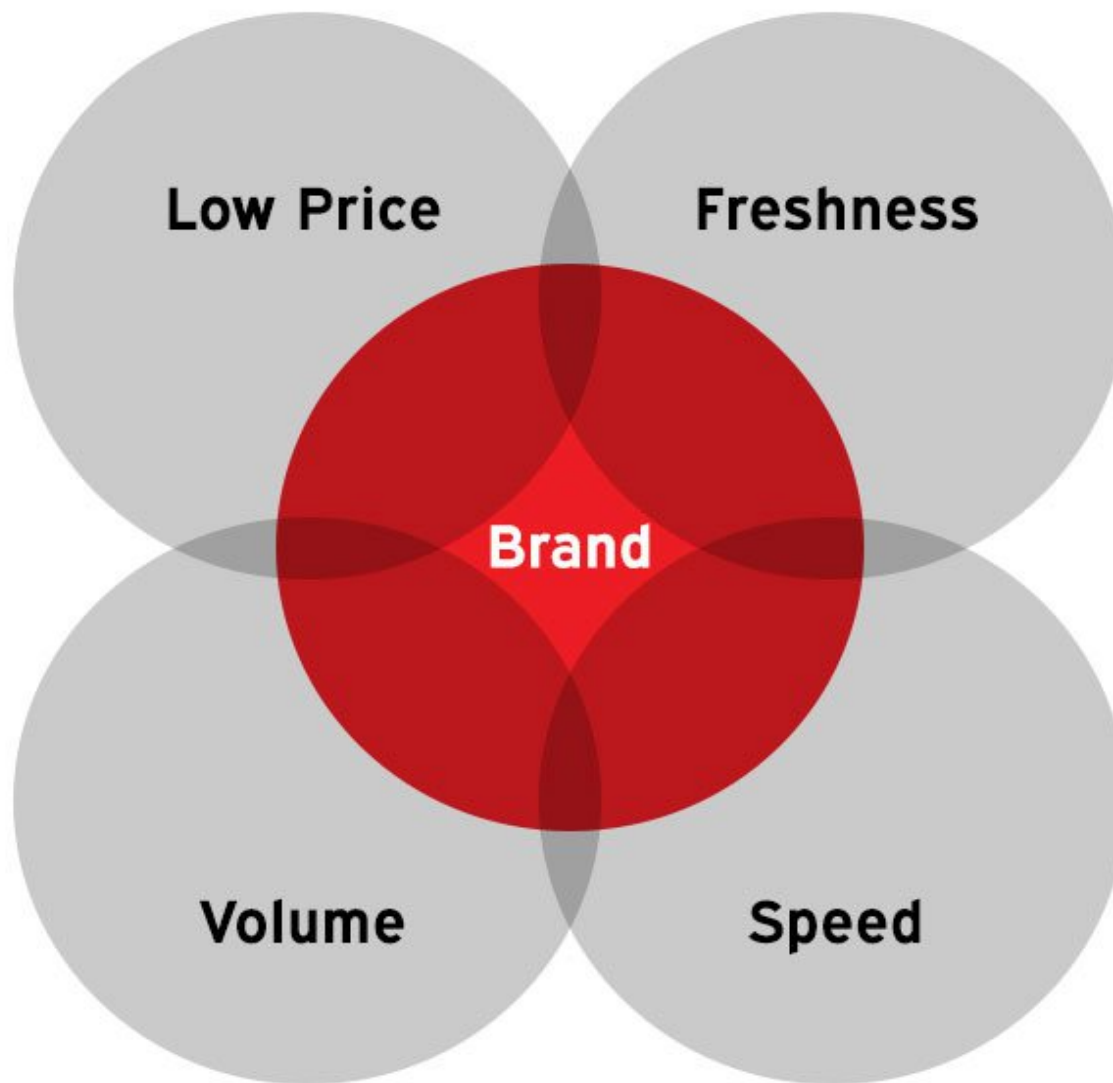
Параметри на статията:

Статията трябва да има уникално заглавие! И да съдържа ключовите ви думи в заглавието. Да има кратко и точно (а не бла-бла-бла) заглавие.

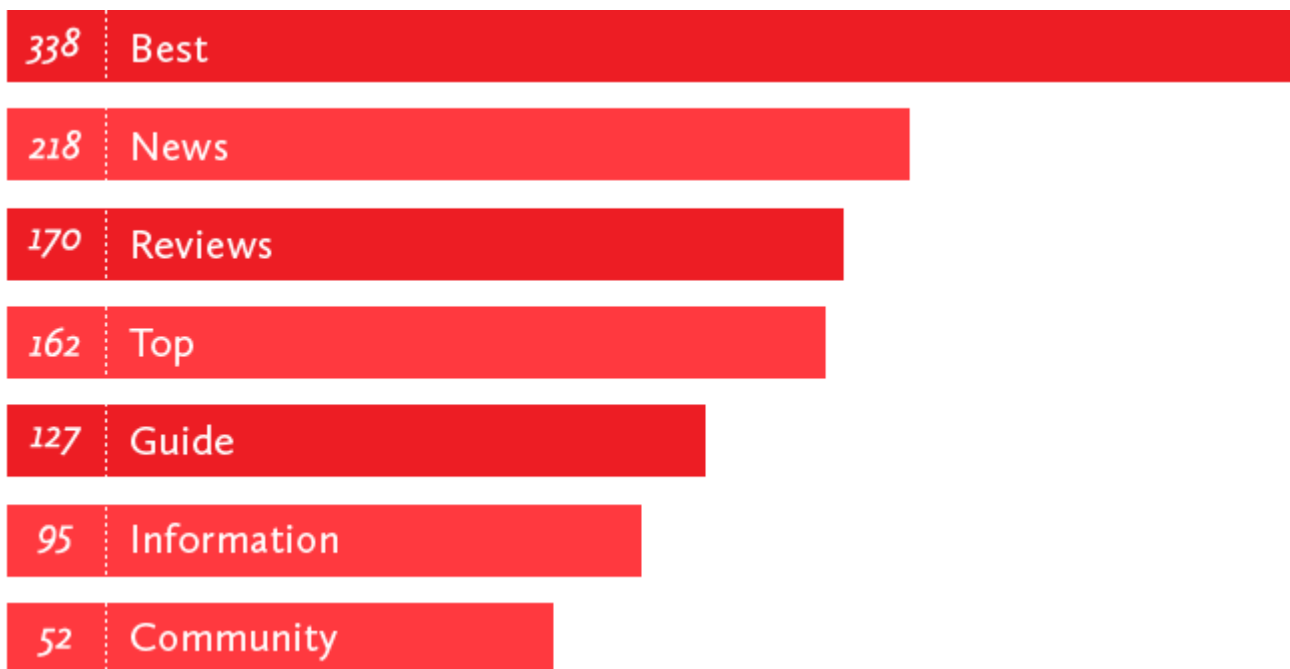
Да има напълно уникално (и релевантно) съдържание, в което е добре да е разказана някаква история, за да не изглежда, че съдържанието е написано само за да промотира сайт, продукт или услуга.

Да има интересно, смешно, увлекателно съдържание. Съдържанието ТРЯБВА да е по-дълго от 300 думи! Колкото повече, толкова по-добре (но под 1000?).

Съвети за Title tag - за натурално повишаване на CTR:



Съвети за Title tag – топ ключови думи в заглавията на Английски език:



Перфектното OnPage SEO на съдържанието ... още параметри за копирайтерите :)

- Да съдържа "**call to action**" в текста (да подтиква потребителя към нещо, да си личи че поста има цел - така съдържанието не изглежда като спам)!
- Да съдържа **поне 1 полезно нещо за потребителя**, а не само пълнеж!
- Да има линкове в съдържанието към полезни за потребителя ресурси: вътрешни линкове към други страници по темата в сайта и външни линкове към други сайтове.
- Да има картинки (с правилни alt тагове) в съдържанието. Не, alt таговете НЕ трябва да са от по една дума!
- Съдържа h1, h2, h3 тагове в съдържанието, списъци (li) и параграфи (p).
- Съдържа ед. и мн. число на ключовите ви думи, съдържа думите членувани и техните синоними, а също и други думи и изрази за които пишат и подобните сайтове.
- Съдържа ключовите думи поне ДВА пъти в съдържанието.

И всичко това без да се прекалява, без съдържанието да изглежда написано с цел оптимизация! Ключовите думи не бива да са повече от 3,5% (ако текста е за основния сайт)! Препоръчително е да са до 2% !!! ако са текстове за линк билдинг (за постване в други сайтове).

Keyword Density? Решението е **SeoQuake** за Firefox.

Бързо ръководство за класиране (за мързеливите)

1. Направете си сайт и започнете да правите SEO.
2. Facebook страниците НЕ са сайт! Въпреки че по принцип могат да бъдат оптимизирани (потърсете за "Фейсбук реклама" в Google).

DON'T WASTE
YOUR TIME ON
facebook®

Бързо ръководство за класиране (за мързеливите)

3. Оптимизирайте сайта си и структурата му.
4. Най-важните страници трябва да са най-видими. Линковете към тях трябва да са видими от всички страници на сайта (менюта)
5. Напишете качествено, изчерпателно съдържание на всички важни страници.
6. Оформете добре HTML кода, сложете H1, H2, H3 тагове, картинки с правилни alt тагове.
7. Сложете връзки към всичко полезно по темата в сайта, а също и връзки към други сайтове – авторитети по темата (сайтове които не са ви конкуренти).
8. Напълнете сайта си с МНОГО съдържание по темата! Освен основните страници в сайта, напишете и поне няколко полезни за потребителите статии.
9. Подайте сайта си на Google. Ping-нете търсачката или си направете акаунт в Google Search Console и подайте сайта за индексирание от там.
10. Споделете всички или поне част от публикациите в социалните мрежи: Google+, Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn (социални сигнали).
11. Набавете си някакви линкове: от партньорски сайтове, от социални мрежи, директории за статии или просто наемете доказана фирма която да го направи за вас. Внимавайте с избора на фирма: повече линкове НЕ значат по-добро класиране! Качеството е много по-важно от количеството!
12. Вече съм класиран?! Не било толкова трудно :)

И кратка таблица (пак за мързеливите)

ON-THE-PAGE FACTORS

These elements are in the direct control of the publisher

CONTENT

Cq	QUALITY	Are pages well written & have substantial quality content?
Cr	RESEARCH	Have you researched the keywords people may use to find your content?
Cw	WORDS	Do pages use words & phrases you hope they'll be found for?
Cf	FRESH	Are pages fresh & about "hot" topics?
Cv	VERTICAL	Do you have image, local, news, video or other vertical content?
Ca	ANSWERS	Is your content turned into direct answers within search results?
Vt	THIN	Is content "thin" or "shallow" & lacking substance?

ARCHITECTURE

Ac	CRAWL	Can search engines easily "crawl" pages on site?
Ad	DUPLICATE	Does site manage duplicate content issues well?
Am	MOBILE	Does your site work well for mobile devices & make use of app indexing?
As	SPEED	Does site load quickly?
Au	URLS	Do URLs contain meaningful keywords to page topics?
Ah	HTTPS	Does site use HTTPS to provide secure connection for visitors?
Vc	CLOAKING	Do you show search engines different pages than humans?

HTML

Ht	TITLES	Do HTML title tags contain keywords relevant to page topics?
Hd	DESCRIPTION	Do meta description tags describe what pages are about?
Hs	STRUCTURE	Do pages use structured data to enhance listings?
Hh	HEADERS	Do headlines & subheads use header tags with relevant keywords?
Vs	STUFFING	Do you excessively use words you want pages to be found for?
Vh	HIDDEN	Do colors or design "hide" words you want pages to be found for?

THE PERIODIC TABLE OF SEO SUCCESS FACTORS

Search engine optimization — SEO — seems like alchemy to the uninitiated. But there's a science to it. Below are some important "ranking factors" and best practices that can lead to success with both search engines and searchers.

ON-THE-PAGE SEO

OFF-THE-PAGE SEO

CONTENT	ARCHITECTURE	HTML	TRUST	LINKS	PERSONAL	SOCIAL
Cq ⁺³ Quality	Ac ⁺³ Crawl	Ht ⁺³ Titles	Ta ⁺³ Authority	Lq ⁺³ Quality	Pc ⁺³ Country	Sr ⁺² Reputation
Cr ⁺³ Research	Ad ⁺² Duplicate	Hd ⁺² Description	Te ⁺² Engage	Lt ⁺² Text	Pl ⁺³ Locality	Ss ⁺¹ Shares
Cw ⁺² Words	Am ⁺² Mobile	Hs ⁺² Structure	Th ⁺² History	Ln ⁺¹ Numbers	Ph ⁺³ History	
Cf ⁺² Fresh	As ⁺¹ Speed	Hh ⁺¹ Headers	Ti ⁺¹ Identity	Vp ⁻³ Paid	Ps ⁺² Social	
Cv ⁺² Vertical	Au ⁺¹ URLs	Vs ⁻² Stuffing	Vd ⁻¹ Piracy	VI ⁻³ Spam		
Ca ⁺¹ Answers	Ah ⁺¹ HTTPS	Vh ⁻¹ Hidden	Va ⁻¹ Ads			
Vt ⁻² Thin	Vc ⁻³ Cloaking					

FACTORS WORK TOGETHER

All factors on the table are important, but those marked 3 carry more weight than 1 or 2. No single factor guarantees top rankings or success, but having several favorable ones increases the odds. Negative "violation" factors shown in red harm your chances.

OFF-THE-PAGE FACTORS

Elements influenced by readers, visitors & other publishers

TRUST

Ta	AUTHORITY	Do links, shares & other factors make site a trusted authority?
Te	ENGAGE	Do visitors spend time reading or "bounce" away quickly?
Th	HISTORY	Has site or its domain been around a long time, operating in same way?
Ti	IDENTITY	Does site use means to verify its identity & that of authors?
Vd	PIRACY	Has site been flagged for hosting pirated content?
Va	ADS	Is your content ad-heavy, especially "above-the-fold"?

LINKS

Lq	QUALITY	Are links from trusted, quality or respected web sites?
Lt	TEXT	Do links pointing at pages use words you hope they'll be found for?
Ln	NUMBER	Do many links point at your web pages?
Vp	PAID	Have you purchased links in hopes of better rankings?
VI	SPAM	Have you created links by spamming blogs, forums or other places?

PERSONAL

Pc	COUNTRY	What country is someone located in?
Pl	LOCALITY	What city or local area is someone located in?
Ph	HISTORY	Has someone regularly visited your site or socially favored it?
Ps	SOCIAL	Has someone or their friends socially favored the site?

SOCIAL

Sr	REPUTATION	Do those respected on social networks share your content?
Ss	SHARES	Do many share your content on social networks?

Край на факторите

Въпроси?

**Майтапите ли се?
Няма начин да претупам факторите за класиране в Google
в само 34 слайда!**



Бързо слагайте 3D очилата!

**На следващия слайд започват
разширените фактори за
класиране.**

Разширени фактори за класиране (за работливите)

Конкретни и доказани Фактори, които със сигурност работят:

Позитивни On-Page Фактори:

Ключова дума в URL

Ключова дума в Заглавието - в Title Tag

Ключови думи в bold, italic, underline или с по-голям шрифт

Ключова дума в ALT Текст на снимка

Анкор текст на вътрешните линкове

Ключова дума в името на домейна

Distribution of Page Authority – къде се намира страницата в сайта.

Ползване на HTTPS (SSL)

Свежо съдържание (ново).

Старо съдържание. Google казва: "For some queries, older documents may be more favorable than newer ones."

Изходящи Линкове към качествени релевантни сайтове.

Mobile Friendliness - мобилна версия -

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

Негативни On-Page Фактори 1

Цвета на фона е същия като цвета на съдържанието.

Картинки които не се виждат и картинки от по един пиксел

Празни анкори на линковете.

Copyright Violation – публикуване на съдържание в нарушение на Digital Millennium Copyright Act (DMCA) - крадено съдържание. Само за съдържание с авторски права - текста трябва да е уникален и да е статия (изброяването на услуги или продукти или ключови думи НЕ е уникален текст и НЕ може да е ваша собственост).

Doorway Pages или Gateway Pages - създаването в сайта на много страници без стойност за потребителя, само за да се класирате за нещо в търсачките. Счупени вътрешни линкове.

Текст в картинки (картинки направени само от фон и текст).

Текст във видео.

Текст в Rich Media - във видео и други формати като Flash или Javascript. Frames/Iframes.

Тънко съдържание (кратко, некачествено) - "Panda" алгоритъма.

Domain-Wide тънко съдържание – особено опасно е ако целия ви сайт е с кратко и некачествено съдържание!

Твърде много реклами.

Дублирано Съдържание (копирано от външни сайтове)

Дублирано Съдържание (копирано от други вътрешни страници в сайта ви).

Негативни On-Page Фактори 2

Линкване на наказани Сайтове.

Бавен сайт - <https://pagespeed.web.dev/>

NoIndex таг на страницата - meta tag.

Disallow Robots - ако сайта ви има robots.txt с "Disallow:" директива и "*" след това, "Googlebot" няма да индексира сайта ви! Инструмент за тестване: <https://www.google.com/webmasters/tools/robots-testing-tool?hl=bg&siteUrl=http://3dwebdesign.org/>

Лоша репутация на домейна.

Meta или JavaScript редиректи и Текст в JavaScript.

Meta или JavaScript редиректи и Текст в JavaScript.

Poor Uptime - ако сайта ви е офлайн през повечето време, то той няма как да се класира добре. Хостинга е важен!

Твърде много изходящи Линкове.

Search Results Page - ако страницата е резултат, генериран от търчаката на сайта ви, тя няма как да се класира много добре.

Автоматично генерирано Съдържание - страници от търсене или страници на тагове.

Phishing Activity - ако сайта ви се опитва да краде лични данни, пароли и т.н.

Orphan Pages - ако страницата на сайта ви е трудна за откриване от бота и потребителите, ако е забутана навътре в структурата на сайта (брой slashове).

HTTP Status Code 4XX/5XX на страницата.

Позитивни Off-Page Фактори

Авторитетни входящи Линкове към страницата.

Повече входящи Линкове към страницата.

Авторитетни входящи Линкове към домейна.

Много входящи Линкове към домейна.

Link Stability - възраст на линковете, по-старите са по-силни.

Анкори с ключови думи.

Линкове от релевантни Сайтове.

ALT Текст с Ключова дума (линкове)

Контекст на текста около линка - тематично съдържание на страницата.

Линкове от свежо съдържание (сайтове за новини)

Safe Search - без adult съдържание!

Crawl budget или бюджет на обхождане - броя страници които Google ще обходи и индексират от сайта ви страници са пропорционални на авторитета който сайта ви е получил от входящите линкове. По-слабо авторитетни сайтове, получават по-малък "crawl budget".

Нов сайт с малко или без никакви линкове към него = много бавно индексирание и преиндексирание!

Негативни Off-Page Фактори

Excessive Cross-Site Linking - може да се хване по регистрант на домейна, по IP адрес, по подобност на съдържанието, един и същи дизайн или темплейт. Негативно SEO (Google Bowling) - ако се опитвате да навредите на класирането на друг сайт.

Paid Link Schemes - продаване и купуване на линкове.

Линкове от страници с много изходящи линкове.

Линкове от домейни с много изходящи линкове.

Мерки, предприети ръчно спрямо сайта – наказания. Проверете на адрес:
<https://www.google.com/webmasters/tools/manual-action?hl=bg&siteUrl=http://3dwebdesign.org/>

Параметри на url адресите - Google Search Console. Проверете на адрес:
<https://www.google.com/webmasters/tools/crawl-url-parameters?hl=bg&siteUrl=http://3dwebdesign.org/>

НЕДОКАЗАНИ ФАКТОРИ (които обаче работят):

Позитивни On-Page Фактори:

Гъстота на ключовата дума - до 5%-6% макс!

Ключовата дума е по-високо на страницата.

Ключовата дума е в името на домейна - Exact Match Domain или EMD.

Гъстота на ключовата дума в целия сайт - колко съдържание по темата има в домейна ви. На тази база, някои домейни се наричат "експерти" в нишата и получават по-високо класиране.

TF-IDF на домейна: term frequency – inverse document frequency - Google знае границите на натуралната честота на всяка ключова дума във всяка ниша, сравнява я с другите сайтове по темата.

Стар домейн.

Нов домейн - новите домейни могат да получат краткосрочно по-високо класиране отначало.

Ключова дума по-напред в таг - в изречение, в заглавие, параграфи, алт тагове и други.

Домейна е регистриран отдавна. История на домейна?

Schema.org - ползването на структурирани данни може да ви помогне в доста случаи.

Rich Media - картинките и видеото са част от "high quality, unique content".

Суб-директории и слаш символи в урл.

ccTLD при национално класиране - Country code TLDs - .uk и .bg

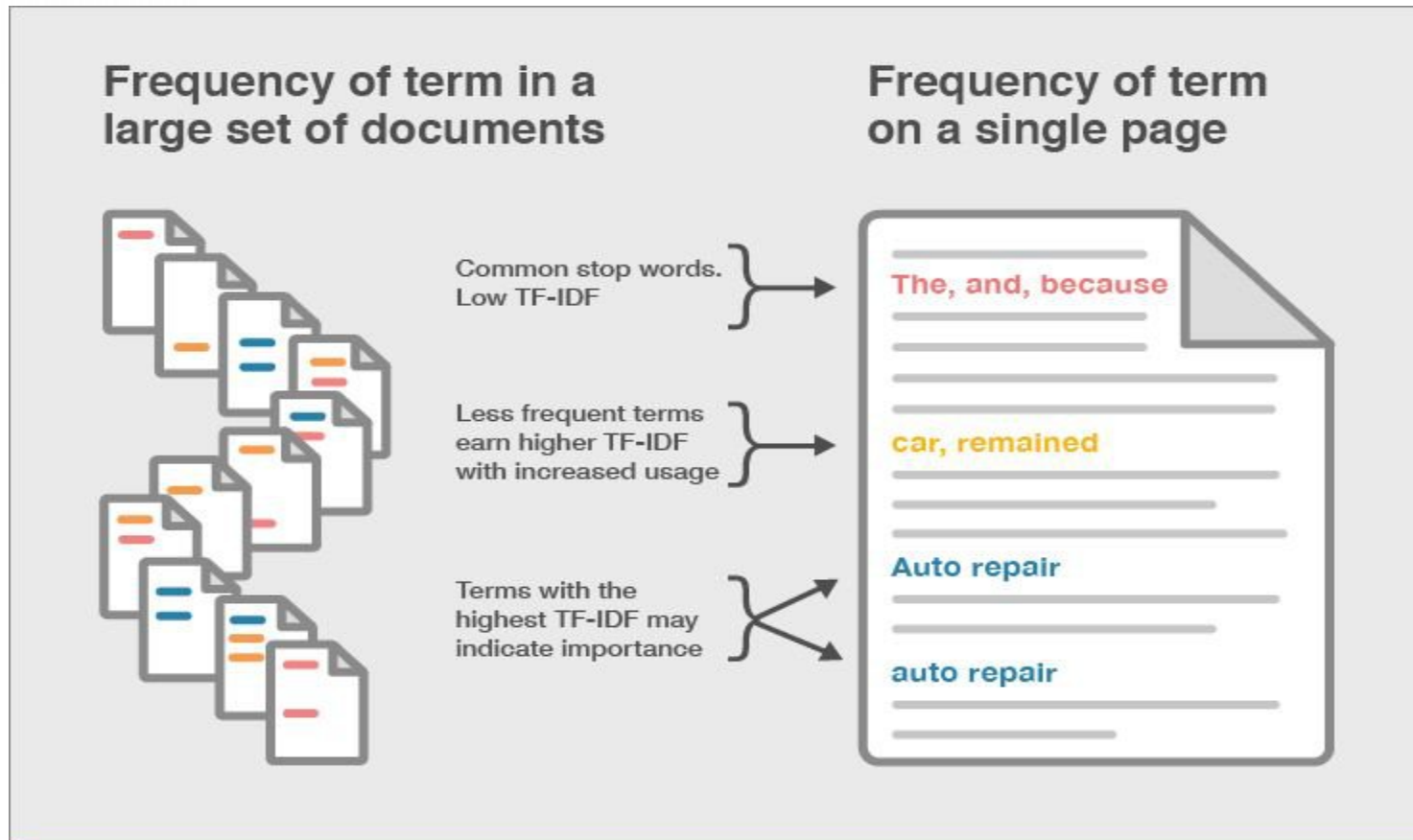
Подредба на изреченията и добра граматика - Google Panda и Bing ranking factor. Българския език на Гугъл не е много добър. За разлика от английския :)

Ключова дума по-напред в Title.

Sitewide Average Novelty Score - параметър на средната дължина и качество на съдържанието на сайта.

Rel="hreflang" - за многоезични сайтове. Ползвайте го много внимателно!

TF-IDF (Google знае всички статистики):



TF-IDF

Term frequency–inverse document frequency (TF-IDF) measures the importance of a keyword phrase by comparing it to the frequency of the term in a large set of documents. Many advanced textual analysis techniques use a version of TF-IDF as a base.

MOZ

Негативни On-Page Фактори (недоказани):

Повторение на Ключова дума в URL - поставяне на ключовата дума в URL адреса много пъти. Не забравяйте, че кратките урл адреси (и най-вече тези от по една дума, без тирета) се класират по-добре!

Много дълги анкори на вътрешните линкове.

Прекалено ползване на Bold, Italic и подобни - не забравяйте че това намалява съотношението на текста спрямо кода! (clear text/html)

Динамично съдържание - всеки път променящо се на страницата съдържание. За заглавна страница на новинарски сайт или на онлайн магазин - да. За статия - не!

Изскачащи прозорци.

Лоши сайтове на същия IP Address - custom IP, VPS сървър?

ccTLD в глобално класиране - сайт с .bg домейн се опитва да се класира за ключови думи на английски в google.co.uk или google.com.au :)

Invalid HTML/CSS – ако имате много грешки в кода.

Изходящи Affiliate линкове.

Инфектиран сайт - заразен със зловреден код или променен от хакери (този сайт може да навреди на вашия компютър).

Сексуално съдържание.

Soft Error Pages - "soft 404" pages or other soft error pages. Страницата трябва да връща HTTP code 200 в хедъра на документа ако искате тя да се класира високо!

Foreign Language Non-Isolation - цял сайт на БГ, само една страница на ENG.

Commercial Queries (YMYL) - създаване на страница със заглавие: "хранителни добавки цени"??? Пишете съдържание полезно за хората (не само за търсачките) :)

Микроформати и структурирани данни, Schema.org:

Google search for "seo". The search bar shows "seo" and a magnifying glass icon. Below the search bar are filters: "Всичко", "Изображения", "Видеоклипове", "Новини", "Карти", "Книги". The search results show approximately 1,330,000 results. The left sidebar contains filters for "Всички държави", "Държава: България", "Всички езици", "Страници, написани на български", "Независимо кога", "Последния час", "Последните 24 часа", "Последната седмица", "Последния месец", "Последната година", "Всички резултати", "Дословно", and "Стандартни опции". The main search results list several items, including "Държава: България", "Безплатен SEO Анализ - Побързай и се възползвай днес", "www.theseo.bg/", "SEO оптимизация на сайт :: seo оптимизация - лесно откриване ...", "ganbox.com/seo", "seo оптимизация - лесно откриване на вашия сайт | Ganbox @", "ganbox.com/", "Архив | Безплатен SEO курс - Telerik Academy", "academy.telerik.com/student-courses/archive/seo.../about", "Безплатен SEO курс. Научете тънкостите в SEO оптимизацията на сайтове, управлението на онлайн репутацията и изграждането на линкове.", "SEOM Професионални SEO услуги за оптимизация на сайтове", "seom.bg/", "Професионални SEO услуги от SEOM. Оптимизация на сайт за търсачки, SEO курсове, консултации и фирмени обучения за оптимизиране на сайтове .", "theSEO: SEO Оптимизация на Сайтове", "www.theseo.bg/", "в позициите и откриваемост с theSEO. Вижте как ... SEO Оптимизация от the SEO ... Кой е по-верният избор - органично SEO или Pay-Per-Click кампания?", "SEO оптимизация на сайтове, SEO оптимизация за търсачки ...", "3dwebdesign.org/seo-optimization-web-site.html", "★★★★★ Оценка: 4,7 - 317 гласа", "Услуги за SEO оптимизация на сайт за класиране в Google, SEO оптимизиране на сайт за търсачки без платени линкове!

Позитивни On-Page Фактори (недоказани):

Ползване на Analytics и на Google search console (старо име Google webmaster tools - GWT)

Click Through Rate - за Query/Page.

Увеличаване броя линкове към домейна.

Google+ профил на автора и Google+ страница на сайта

Източници заслужавани да се класират (за труден израз) - човешка модерация!

Източници класиращи се, защото са стари (или са първия източник писал авторитетно по темата). Това важи само за определен период от време, но е дълъг!

Източници заслужаващи да се класират защото са изчерпателни (най-пълната статия по темата, сетете се за Wikipedia).

User Search History - конкретно за всеки потребител.

Брой търсения за името на бранда и кликове.

Дълги посещения на сайта - bounce rate или честота (процент) на отпадане.

Международно насочване - Маркери hreflang:

<https://www.google.com/webmasters/tools/i18n?hl=bg&siteUrl=http://3dwebdesign.org/>

Reconsideration Requests - ако сте нямали наказания в миналото. Ако имате наказание и сте подали молба за преразглеждане, това е позитивен фактор.

Линкове от ccTLDs за съответната държава - примерно за България ако имате много линкове от .bg домейни.

Линкове от IP адреси от същата държава.

Линкове от Iframes също придават (някаква) тежест.

Негативни Off-Page Фактори (недоказани):

Google Penguin ъпдейт:

Неестествено съотношение на линкващите сайтове. Какво е разнообразие на линк профила на сайт:

<http://3dwebdesign.org/forum/kakvo-e-raznoobrazie-na-link-profila-na-sayt-t1014>

Неестествено съотношение на анкорите на линковете:

<http://3dwebdesign.org/forum/vrashtane-na-pozicii-na-ueb-sayt-nakazan-ot-google-penguin-t1386>



Съвременния Пингвин е "модерен" и не е като предишните!



Последния Google Penguin ъпдейт вече не наказва цели сайтове!

Как да линкуваме за да не ни накаже Google Penguin?

Post-Penguin Link Building

100% Safe Anchor Text Percentages for your Site

Brand links

"Name of Company"
"Unique name of your product",
"My keyword from name of Company or website"

40%

5% Keyword links

"My keyword"

5%

Partial Match Anchors

"Learn more about my keyword",
"My quality keyword",

10%

25% Brand URLs

"www.yourURL.com"

25%

Generic links

"Learn more here", "Visit website",
"Read more", etc.

20%



POWERED BY:

3dwebdesign.org

Негативни Off-Page Фактори 2 (недоказани):

Линкове от спам коментари.

Линкове от Форумен спам.

Линкове от Форумни профили и форумни подписи.

Webspam Footprints - може да ви хванат по име, по потребителско име, по снимка, по еднакъв текст на профилните страници.

Линкове в хедъра и сайдбаровете. Ако искате безпроблемен линк, то той трябва да е от съдържанието и да е от тематична страница!

Линкове от WordPress (и Joomla) теми.

Widget Линкове - линкове от виджети.

Линкове от авторски биографии и гост блогване - само за разпознатите гост постове!

Линкове от директории за статии - само сайтове за които се знае че са такива! Българските не се отчитат много добре, тоест, доста от тях все още работят.

Линкове от нискокачествени уеб директории - третират се като платени линкове!

Линкове от нерелевантно съдържание - така автоматизирано се разпознават платените линкове.

Много бързо нарастване на броя от линкове.

Понижаване на броя линкове към домейна.

Наказание заради редирект. Редиректнат наказан домейн към вашия сайт, ще пренесе наказанието към сайта ви! Но не забравяйте че за да тежи редиректа, двата сайта трябва да са: или на един и същи IP адрес, или да са на един и същи собственик в Google Search Console.

Chrome Blocked Сайтове - Google представи през 2011 тул който блокира определени сайтове в брауъра Chrome. Но блокирането на конкурент на 1-2-3 компютъра няма да му навреди :)

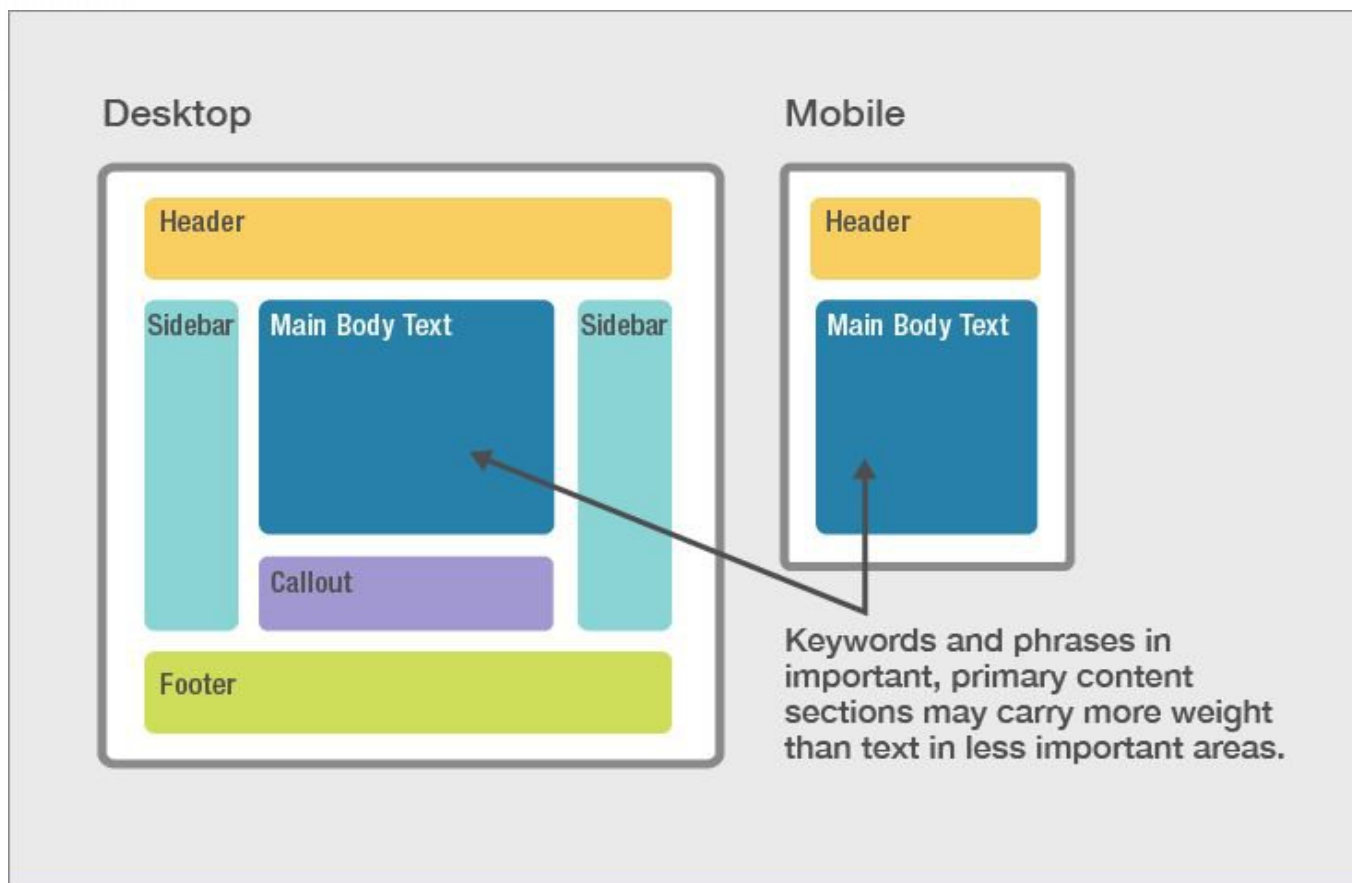
Негативни ревюта за бранда/домейна.

Click Manipulation или (CTR) манипулиране - много кликове от един и същи айпи адрес или прекалено много кликове върху резултат от сайта за определено търсене. Google има лимити за всяка ниша и всяка ключова дума. Твърде рязкото покачване на броя кликове, може да доведе до леко наказание или до неотчитането им.

Висок bounce rate.

Линкове (много) от същата C клас мрежа IP адреси.

Качествени (и безопасни) са само линковете от съдържанието!



Page Segmentation

Content located in the main body text likely holds more importance than text placed in sidebars or alternative positions. Repeating text placed in boilerplate locations, or chrome, runs the risk of being discounted even more.

MOZ

Local SEO или органично SEO?



онpage seo фирма близо до мен



Всичко Изображения Видеоклипове Карти Новини Още ▾ Инструменти за търсене

Около 2 330 резултата (0,40 секунди)

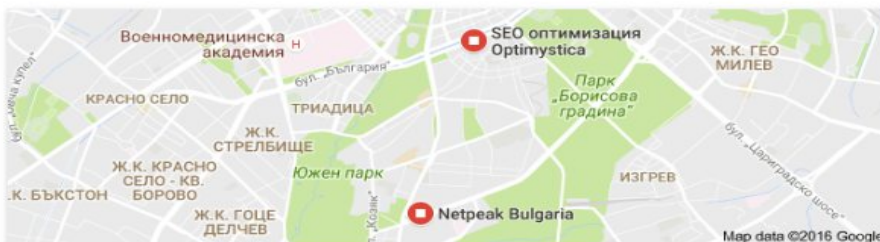
SEO Оптимизация - Най-Ефективните SEO Услуги в БГ - theseo.bg

Реклама www.theseo.bg/

Намалени Цени. Поръчай Днес!

Плащате само за резултати - №1 според Forbes - Над 10 години на пазара

Безплатен SEO Анализ Плащате Само За Резултат



Оценка ▾ Работно време ▾

SEO оптимизация Optimys...

4,9 ★★★★★ (15) - Маркетинг...

пл.Папа Йоан Павел II 1, ет.8

Отворено до 18:00



УЕБСАЙТ



УПЪТВАНИЯ

Netpeak Bulgaria

4,9 ★★★★★ (9) - Маркетингов...

бул. „Никола Й. Вапцаров“ 10

Отворено до 19:00



УЕБСАЙТ



УПЪТВАНИЯ

☰ [Още места](#)

Onpage SEO – вътрешни технически фактори — Gennadiy ...

netpeak.bg > Нашите доклади от конференции

На 23.05.2015 като част от курса Digital Marketing and SEO към Software University беше проведена лекция от Геннадий Воробъев на тема Onpage SEO ...

SEO оптимизация на сайтове, SEO оптимизация за търсачки | Seo ...

3dwebdesign.org/seo-optimization-web-site.html

★★★★★ Оценка: 4,7 - 317 гласа

3D Уеб дизайн е уебдизайн и seo фирма от България която до момента е класирала ...

Вътрешната оптимизация на сайт (OnPage Seo) е обикновено ...

Локалната оптимизация е важна!

Google+ Търсене Изображения Карти YouTube Новини Gmail Диск Още ▾

Google

3dwebdesign



Всичко

Изображения

Видеоклипове

Новини

Карти

Книги

Около 75 000 резултата

Всички държави

[3D Web Design](#)

Държава:
България

3dwebdesign.org/ ▾

Уеб дизайн, изработка на сайт и уебдизайн на уеб сайт, Web дизайн и изработка на сайтове, изработка на онлайн магазин, Seo оптимизация на уеб ...

Всички езици

Страници,
написани на
български

[Изработка на сайт](#)

Изработка на уеб сайт от 3D Уеб дизайн: изработка на сайтове ...

[Joomla Extensions, Addons ...](#)

Directory with extensions for Joomla, components for joomla ...

[SEO оптимизация на сайтове](#)

Услуги за SEO оптимизация на сайт за ... SEO оптимизация за ...

[Едуард Димитров](#)

Контакти на Едуард Димитров: Seo expert, основател и ...

Независимо кога

Последния час
Последните 24
часа

[Курс по изработка на ...](#)

Курс по изработка на уеб сайтове в София. 3D Уеб ...

[Изработка на онлайн магазин](#)

Изработка на онлайн магазин от 3D Уеб дизайн: поръчай ...

Последната
седмица

[Още резултати от 3dwebdesign.org](#) »

Последния месец

Последната
година

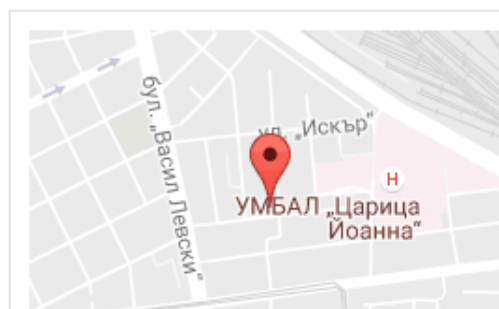
[3D Web Design | Facebook](#)

<https://www.facebook.com/3d.web.design.seo/> ▾

Панайот Волов 25. Sofia 1527 ... <http://3dwebdesign.org/курс> - 3D Web Design провежда курс по изработка на сайтове в София! Дати на провеждане на уеб дизайн курса: 8-ми, 10-ти, ...

Всички
резултати

Последни



3D Web Design

4,9 ★★★★★ 7 отзива

Уеб дизайнер

[Направления](#)

[Уебсайт](#)

Адрес: ул. „Панайот Волов“ 25, 1527
София

Телефон: 089 861 5736

Отворено днес · 9:00–17:00

Хората търсят също



Today queries left: 3985

[Upgrade to "Plan B"](#)[See other plans](#)x² Подобни фрази

Подсказки за търсене

Страници-лидери

Конкуренти

PPC-анализ

Контент-маркетинг

Анализ на SERPa

Анализ на връзки ^{new}Rank Tracker ^{new}Site Audit ^{new}

Инструменти

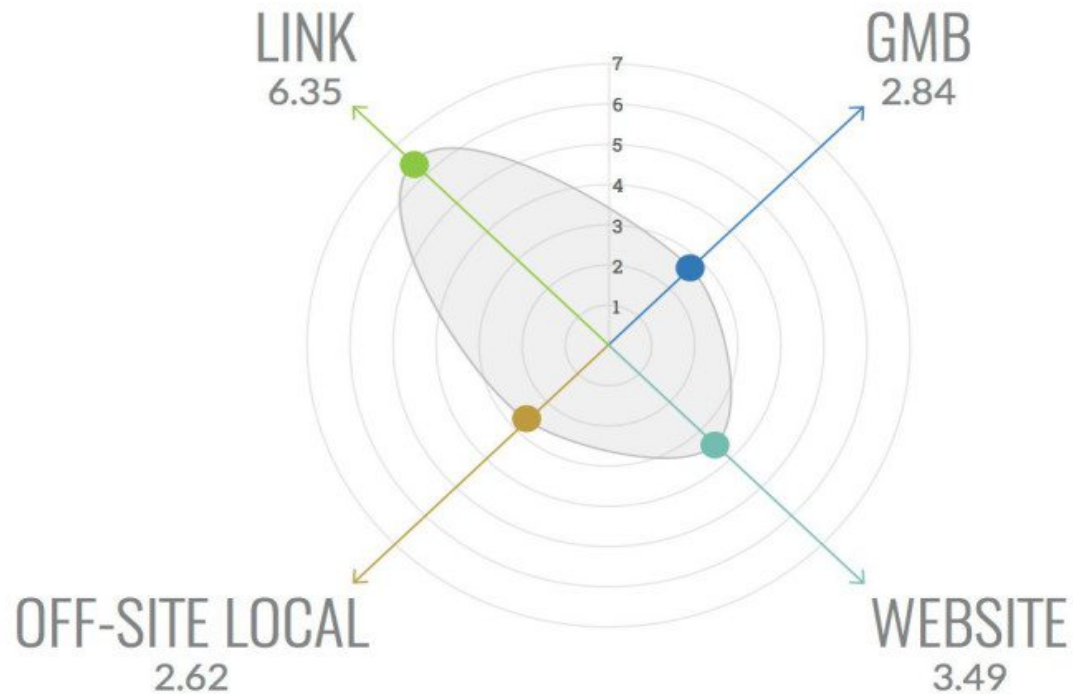
<input type="checkbox"/>	№	Фраза				Volume Google	Volume (last)	Стойност (\$)	Конкуренция	Резултати	Social domains
<input type="checkbox"/>	1	вик услуги софия				1 000	1 000	1.64	51 %	292K	f
<input type="checkbox"/>	2	счетоводни услуги софия				1 000	880	0.83	45 %	439K	f
<input type="checkbox"/>	3	хамалски услуги софия				480	390	1.52	65 %	257K	f
<input type="checkbox"/>	4	транспортни услуги софия				480	590	0.78	62 %	668K	f
<input type="checkbox"/>	5	дърводелски услуги софия				320	320	0.67	9 %	157K	f
<input type="checkbox"/>	6	тапицерски услуги софия				260	390	0.05	9 %	34.4K	f
<input type="checkbox"/>	7	хамалски услуги софия цени				260	390	1.46	55 %	82K	f
<input type="checkbox"/>	8	шивашки услуги софия				210	210	0.21	28 %	120K	f
<input type="checkbox"/>	9	стъklarски услуги софия				170	170	0.1	9 %	27.5K	f
<input type="checkbox"/>	10	ключарски услуги софия				170	110		73 %	121K	f
<input type="checkbox"/>	11	вик услуги софия цени				170	260	1.2	72 %	134K	
<input type="checkbox"/>	12	електрически услуги софия				170	140	0.6	69 %	841K	
<input type="checkbox"/>	13	електро услуги софия				170		0.56	57 %	111K	f
<input type="checkbox"/>	14	ел услуги софия				170	140	0.6	69 %	110K	
<input type="checkbox"/>	15	копирни услуги софия				140	320	0.01	6 %	70.4K	f
<input type="checkbox"/>	16	водопроводни услуги софия				140	140	1	59 %	55.2K	f
<input type="checkbox"/>	17	услуги с автокран софия				170		0.37	54 %	71.1K	f
<input type="checkbox"/>	18	счетоводни услуги софия цени				110	140	0.87	34 %	62.3K	
<input type="checkbox"/>	19	бояджийски услуги софия				110	110	0.19	45 %	76.5K	
<input type="checkbox"/>	20	автотенекеджийски услуги софия				110	210	0.24	28 %	18K	
<input type="checkbox"/>	21	автобояджийски услуги софия				110	90	0.31	17 %	19.3K	f
<input type="checkbox"/>	22	стругарски услуги софия				110	140	0	12 %	13.9K	f
<input type="checkbox"/>	23	счетоводни услуги цени софия				110	50	0.77	46 %	72.3K	

Локалната оптимизация наистина е важна!

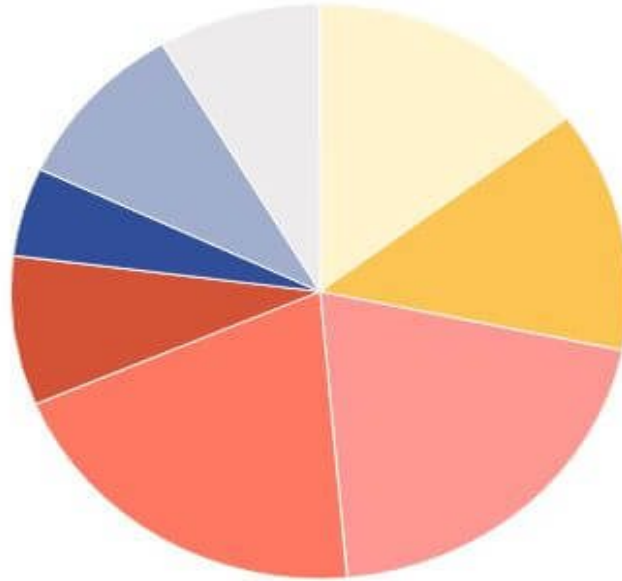


Ho: Organic algorithm > Local algorithm!

Investment Chart



Най-важни Local SEO фактори



My Business Signals (14.7%)
(Categories, Keyword in Business Title, Proximity, etc.)

External Loc. Signals (13.6%)
(IYP/aggregator NAP consistency, Citation Volume, etc.)

On-page Signals (20.3%)
(Presence of NAP, Keywords in Titles, Domain authority, etc.)

Link Signals (20.0%)
(Inbound anchor text, Linking domain authority, Linking domain quantity, etc.)

Review Signals (8.4%)
(Review quantity, Review velocity, Review diversity, etc.)

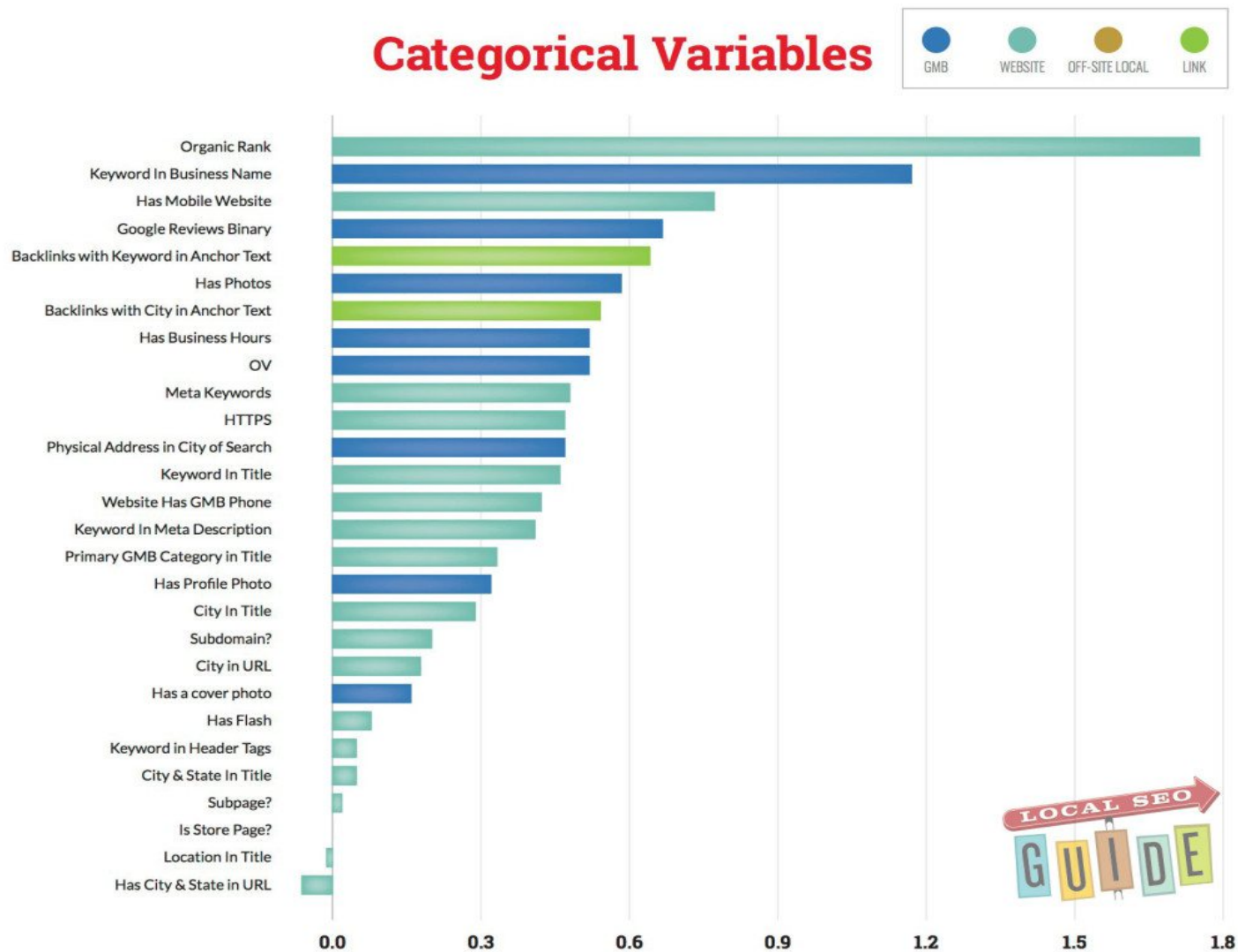
Social Signals (5.0%)
(Google+ authority, Facebook likes, Twitter followers, etc.)

Behavioral/Mob. Signals (9.5%)
(Clickthrough rate, Mobile clicks to call, Check-ins, Offers, etc.)

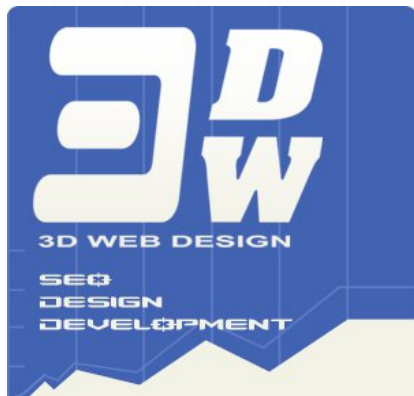
Personalization (8.5%)

Още Local SEO фактори

Categorical Variables



Кой съм аз и коя е моята фирма?



Управител съм на 3D Web Design

Не е важно какъв опит имаме и с какво сме били известни в миналото.

Не е важно и че съм учил поне 50% от хората минаващи в момента за SEO експерти в България.

С какво сме най-популярни сега: с услугата ни за аутсорсинг за писане и постване на статии.

Разполагаме с над 370 наши Български сайта (и около 90 Английски), повечето – директории за статии.

Всички сайтове са на линкнати, на стари домейни на възраст от по над 10 години.

В сайтовете се поства само платено. Те могат да бъдат "наемани" от други SEO и маркетинг фирми които ползват сайтовете ни за да класират своите клиенти.

С какво можем да си бъдем взаимно полезни?

Знаете, че за да сте класирани в Google за нещо трудно, ви трябва линкове от много на брой различни домейни?

Искате да класирате сайта си или сайтовете на клиентите си? Трябват ви линкове от 40, 60 или 100 качествени домейна?

Теоретично много фирми могат да го направят. Но за колко пари?

Само ние можем да го осигурим на ниска цена: платена услуга за постване на линкове в качествени, дълги статии – всяка статия постната в различен домейн.

Точно заради това над 30 SEO фирми-колеги работят с нас!

(Линка към услугата е на слайда "полезни статии")

Полезни статии:

Услугата ни за постване на статии в нашите сайтове:

<http://3dwebdesign.org/forum/novi-direktorii-za-statii-t1856>

Ръководство за планиране SEO оптимизацията на сайт:

<http://3dwebdesign.org/forum/planirane-optimizaciyata-na-sayt-t2121>

SEO уроци за начинаещи - над 20 части:

<http://3dwebdesign.org/seo-ръководство>

SEO ръководство за напреднали от 20 части:

<http://3dwebdesign.org/seo-ръководство-2>

Урл адреси с Www или без Www:

<http://3dwebdesign.org/forum/url-adresi-s-www-ili-bez-www-linkove-s-www-ili-bez-t535>

Урл адреси на кирилица или на латиница в сайта:

<http://3dwebdesign.org/forum/transliteraciya-v-google-i-seo-url-adresi-t331>

Полезни връзки и ресурси:

Промени на факторите на алгоритъма на Google за 2013:

<http://3dwebdesign.org/forum/promeni-na-faktorite-na-algoritama-na-google-za-2013-t1892>

Фактори за класиране за 2014 и 2015 година (проучване на Search Metrics от ноември 2014): <http://3dwebdesign.org/seo-factors-2014.png>

Фактори за локално класиране (Local SEO) за 2016:

<http://www.localseoguide.com/guides/2016-local-seo-ranking-factors/>

Проучване на факторите за класиране за 2015 година:

<https://moz.com/local-search-ranking-factors>

<https://moz.com/search-ranking-factors/survey>

Инфографика:

<https://dc8hdnsmzapvm.cloudfront.net/assets/images/factors/2015/futureofsearch.png>

Всички фактори: <https://northcutt.com/wr/google-ranking-factors/>

Още за факторите:

<http://searchengineland.com/seotable>

<http://positiononly.com/blog/seo/google-ranking-factors>

Въпроси около CTR и услуги за манипулиране на CTR: <https://ctr.me.uk/faq>

SEO Инструменти без които не мога:

Група за съвети и обмен на връзки в Google+:

<https://plus.google.com/communities/109764117072796544268>

Market Samurai (платен инструмент, десктоп софтуер): goo.gl/RGv7u

Serpstat – най-добрия инструмент (платен сайт е, работи на абонаментен принцип, единствения който работи с Български и Руски ключови думи): <https://goo.gl/wbCVhj>

Google Trends (безплатен): <http://www.google.com/trends/>

UberSuggest (безплатен): <http://ubersuggest.org/>

Majestic (частично платен) – ръководство за безплатно ползване:

<http://3dwebdesign.org/forum/rakovodstvo-za-majesticseo-t1887>

Semrush (аналог на Serpstat – платен инструмент, аналог на Serpstat):

<https://goo.gl/cilAYi>



Въпроси?

Благодаря ви, Joomla Day!

Контакт с мен:

<http://3dwebdesign.org/>

<http://3dwebdesign.org/eduard-dimitrov>

Социални профили:

https://twitter.com/web_design_seo

<http://www.facebook.com/web.design.seo>

<https://plus.google.com/+EduardDimitrov>

<https://plus.google.com/+3dWebDesignOrg>

