

SEO, Title и Description

SEO, Title

Поле в CMS: Заголовок окна браузера

При составлении title необходимо в первую очередь распределить запросы по страницам, составить семантическое ядро и выгрузить уточненную частоту запросов.

Действия:

1. Составить структуру сайта.

- Зайти в поисковую выдачу по теме сайта посмотреть подсказки запросов.
- Используя Вордстат, посмотреть частотность запросов по словам, словосочетаниям.
- Разбить группы запросов под конкретные страницы.

2. Составить семантическое ядро.

3. На основе семантического ядра, учитывая уточненную частоту конкретного запроса, использовать правильные слова в title.

Как правильно составить Title.

1. Длина title.

Оптимальная длина title варьируется от 55 до 90 символов.

- В выдаче Яндекса количество символов в Title до 68
- в выдаче Google до 59 символов.

Основные правила следующие:

- Главное ключевое слово стоит в начале title.
- Все слова, обладающие наибольшей уточненной частотой нужно размещать в первые 55 символов.
- Все остальные слова можно разместить сегменте от 55 до 90 символов.
- Title - более расширенный вариант заголовка.

! Не использовать короткий title и не дублировать его с заголовками типа H1. Исключением может быть запись в блоге, служебные страницы, новости.

2. Региональные запросы.

Если бизнес нацелен на локальный рынок, в title необходимо использовать название города (топоним).

! Главное правило для региональных сайтов: топоним должен быть в самом начале title.

Пример:

Купить кондиционер. Продажа кондиционера в Москве. (*неправильно*)

Купить кондиционер в Москве. Цены, продажа, установка кондиционеров в Москве. (*правильно*)

Не пишите название страны в title (в России, в Украине). В редких случаях когда у Вас большой каталог с регионами для корневой категории так можно делать. Во всех остальных случаях — нет. Не перечисляйте города в title, нет смысла использовать больше 2-х городов. лучше сделать отдельные страницы по городам и там указать title с указанием города.

3. Символы.

В порядке приоритета следующие символы: запятая, точка, тире, двоеточие.

Использование редких символов в Title - эксперимент. Действие символов нужно отслеживать, на увеличение CTR после их внедрения.

Протестировать как будет выглядеть сайт с символами в Title можно в [генераторе сниппетов](#).

4. Бренд в title.

Название бренда нужно использовать в тайтле. В большинстве случаев его следует использовать в конце тега.

Примеры:

1. Купить кофеварку в Москве в интернет-магазине Кофеваркин (*лучший вариант*).
2. Купить кофеварку в Москве — интернет-магазин Кофеваркин.
3. Кофеваркин: купить кофеварку в Москве (*неправильно*).

7. Количество ключевых слов.

Рекомендуется использовать ключевой запрос в title не более двух раз. Комбинируйте фразу таким образом, чтобы в итоге получить читабельную фразу, наполненную ключевыми словами.

8. Title для карточек товара.

Карточка товара в интернет-магазинах — пример типовых страниц, для которых составление тайтлов должно быть автоматизировано. Лучше использовать шаблоны.

Шаблон обычно состоит из:

- названия товара
- слова купить
- региона
- названия интернет-магазина

Пример:

Фитнесс трекер Xiaomi Mi Band 2 купить в Одессе — Citrus

Пример: Title по иерархии. Главная - каталог - товар

title Главная: Интернет-магазин ткани - купить ткани в Томске в интернет-магазине Название

title Каталог: Каталог тканей - название магазина.

title Товар: Название товара купить в интернет-магазине Название.

9. Цифры в Title.

Указание цены - использовать аккуратно, помня, что обновление title в поисковой выдаче не сразу. В интернет-магазине вывод цены в title НЕ рекомендуется.

10. Пустые прилагательные.

Не использовать: лучший, самый, большой, огромный.

Можно использовать: дешево, низко.

11. Перечень товаров в title.

Ошибка, перечислять товары в title:

Пример: Автозапчасти|Аккумуляторы|Аксессуары|Автомобили|Автомасла и химия|Инструмент

Нужно создать по каждой группе товаров и товару страницы и распределить title по ним.

Общие выводы следующие:

- Правильный тайтл = выше CTR в поисковой выдаче чем у конкурентов;
- Сначала только самое частотное слово или фраза;
- В первых 55 символах используйте самые частотные слова;
- Никогда не делайте title в отрыве от семантического ядра;
- Всегда грамотно распределяйте страницы в зависимости от ключевых запросов;
- Используйте разделители;
- Изучайте title конкурентов;
- Используйте только частотные ключевые слова;
- Не забывайте про текст;
- Сделайте так, чтобы title хорошо смотрелся и читался;
- Не делайте перечень ключевых слов; Пример:

- Не использовать длинные названия ООО, например: ООО “Воронежавтозапчасть” в интернет-магазине. Исключение, продвижение сайта по названию организации на официальном информационном сайте.
- С периодичностью пересматривать и обновлять title страниц.
- Не использовать рассказы/описание в title.
- Не воруйте у эталонов и вообще не воруйте.

SEO, Description

Поле в CMS: Описание

Мета-тег description (сниппет) - это краткое описание страниц вашего сайта, которое выдают поисковики под ссылкой. Пользователи часто оценивают description прежде чем посещать сайт. Поэтому желательно сделать сочный рекламный description, который привлечет пользователя и вкратце расскажет ему, что у вас есть то, что он ищет, а не набор слов.

Например, у вас магазин металлопластиковых окон. Description может выглядеть так "Металлопластиковые окна от производителя. Фурнитура, комплектующие. Доступные цены. Вызов мастера в любое удобное время."

Как правильно составить Description:

1. Длина мета тега description не должна превышать 320 знаков, оптимальный размер 170-260 символов. Мета-описания должны быть емкими и при этом содержательными. Старайтесь выразить основную суть документа в нескольких предложениях.;
2. Включить в тег Description ключевые слова, которые относятся к этой странице (высокочастотные ключевые запросы в начале);
3. Старайтесь не повторять одно и то же слово несколько раз;
4. Размещение важной информации в начале текста;
5. Нужно описывать конкретную страницу сайта, а не сайт в целом;
6. Используйте призывы к действию, преимущества товара, услуги и т.д.
7. На каждой странице сайта мета тег description должен быть уникальным, не допускается его повторение на других страницах сайта. Исключения могут составить страницы с товарами с похожим описанием, где отличие только в названиях марок, характеристиках, то возможно использование шаблонов;
8. Мета теги title и description должны отличаться друг от друга.