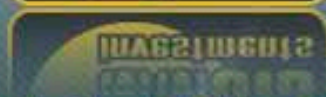


NEWS БЛОГО

АПРЕЛЬ
2010



MMCISPARTNERS.COM

ПАРТНЕРСКАЯ ПРОГРАММА

В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ - УНИКАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ВЕБМАСТЕРОВ
ОТ КОМПАНИИ MMCIS

СОДЕРЖАНИЕ

РЕДАКТОРСКАЯ КОЛОНКА

Приветственное слово от Анастасии Лукьяновой..... 4

Приветственное слово от Ленара Амирханова 5

СОВЕТЫ НАЧИНАЮЩИМ БЛОГЕРАМ

Как вести себя в блогосфере?..... 6

Ваш ЖЖ: Как сделать его известным? 8

Урок 4. Настройтесь на тяжелую работу. Вернее, на две..... 10

ОБЗОР МОЛОДЫХ БЛОГОВ

Новые блоги 13

НОВОСТИ БЛОГОСФЕРЫ И РУНЕТА

Дайджест блогосферы..... 18

Новый фактор ранжирования Google –
быстродействие сайта..... 21

Премия «The Best of Blogs» 22

«Улыбающиеся» новости..... 22

Твиттер запустил рекламную платформу 22

Блогинг по-казахски 23

МИКРОБЛОГИ

20 факторов о твиттер..... 24

5 самых негативных фактов массфолловинга в Twitter 26

СЕРВИСЫ И ПРОГРАММЫ

Хочешь в ТОП? Используй Вебэффектор..... 28

Заработок на ферме с помощью Glavmed..... 30

Votetraffic – биржа трафика на . . . опросах..... 34

SEO

Что такое SEO-текст и каким он должен быть 38

СДЛ, ГС, MFS, MFA, СДБ. Что означают эти сокращения..... 40

Увеличиваем трафик
с поисковых систем при помощи сниппета 44

ИНТЕРВЬЮ С ЭКСПЕРТОМ

Что такое блог и как его вести? Советы специалиста..... 48

О ЧЕМ ПИШУТ БЛОГЕРЫ

Зеленый маркетинг и реклама: тренды будущего 52

Блоги против журналистики 54

Связь и поиск 56

АКТУАЛЬНЫЕ СОВЕТЫ ПО ВЕДЕНИЮ БЛОГА

Отображение RSS-канала в виде текста 58

Документ формата PDF
и его индексация поисковыми системами 60

У вас несколько блогов? Как всем этим управлять..... 66

КОНКУРСЫ БЛОГОСФЕРЫ

Текущие конкурсы блогосферы (апрель-май)..... 68



Дизайн и верстка журнала «Блого News»:

Стефанович Станислав

<http://design.e-books.net.ua/>

<http://pinky.e-books.net.ua/blog/>

Skype: pinkys_stefans ICQ: 565357797

e-mail: s.stefanovich@e-books.net.ua

СИСТЕМА НАВИГАЦИИ



полноэкранный
просмотр



полноэкранный
просмотр



смотреть
разворотами



смотреть
постранично



Приветственное слово

от Анастасии Лукьяновой

Любая работа, как известно, ценна вдвойне, когда она не только нравится, но еще и оценивается по достоинству. С каждым новым выпуском нам очень приятно получать от вас, дорогие наши читатели, благодарственные письма! Это значит, что наша работа делается не зря. Здорово, что кому-то мы очень сильно помогли не только создать, но и улучшить свой блог; кто-то наконец начинает разбираться в тонкостях раскрутки и seo оптимизации; а для кого-то ранее непонятное слово «блог» стало любимым занятием, приносящим не только удовольствие, но и дополнительный доход.

Мы рады, что для многих из вас наш журнал стал одним из любимых изданий на просторах интернета.

Так же хотелось бы отметить невероятную тенденцию каждодневного роста в блогосфере. Причем рост наблюдается как в количестве, так и в качестве. Появляется все больше и больше интересных и разнообразных блогов на самые разные темы. Это не может не радовать. Ведь это значит, что люди наконец-то начинают находить себя в блоггерстве и пишут о том, что им действительно интересно.

Творческих вам успехов и дальнейшего профессионального роста в блогосфере! Мы вами гордимся!

С уважением, Анастасия Лукьянова.

Блоги автора: <http://problogi.com>, <http://lukyanova.biz>



Приветственное слово от Ленара Амирханова

В течение последнего месяца Рунет «колбасит» из-за неприятных происшествий с крупнейшими хостерами. То украинский Hosting.ua сгорит, то у российского Mchost.ru выявляются долги. В итоге проблемы у десятков тысяч сайтов. В том числе и блогов. А наш журнал более недели не смог принимать в ряды подписчиков новых читателей, по вине сервиса, отвечающего за подписку. К сожалению, ее данные целиком хранились на одном из этих хостингов.

Но, к счастью, на количество заявок в рубрику «Я - новичок» это не отразилось. Практически каждый день я получаю заявки от новых блогов. И особо радуется, что все меньше SEO-блогов, и все больше блогов на другие тематики, причем иногда очень оригинальные. Поэтому к апрельскому номеру мы значительно расширили эту рубрику.

Так же мы призываем вас не стесняться и присылать статьи в наш журнал. Если она нам подходит - статью мы обязательно опубликуем. Как опубликовали статьи других авторов, к примеру, в этом, апрельском, номере!

Всегда ваш, Амирханов Ленар.

Блоги автора: <http://yavbloge.ru>, <http://partseo.ru>



Автор: **Ленар Амирханов**
Блог автора: <http://yavbloge.ru>

Как вести себя В БЛОГОСФЕРЕ?

ССЫЛКИ

- **Если Вы видите**, что кто-то сослался на Вас, то крайне рекомендуется поблагодарить его в комментариях или написать благодарственное письмо.

Также многие считают, что если кто-то сослался на Вас, то Вы тоже обязаны сделать ответный ход. Это не совсем так, ставить на него ссылку или нет – дело необязательное, ведь и сославшийся не должен ссылаться только ради ответного хода.

- **Если Вас** кто-то пригласил принять участие в акции или эстафете, то тоже не оставляйте этот момент без внимания, даже если Ваш ответ будет отказом. Напишите в таком случае отдельное письмо, в котором ясно объясните пригласителю, почему Вы не можете поддержать его. Если же Вы все-таки решили подхватить акцию (эстафету), то в таком случае просто обязаны поставить в своем посте ссылку на пригласителя.

КОНТЕНТ

- **Не перегружайте** статью массой картинок и видео. Пожалейте тех, у кого медленный или лимитный Интернет. Обязательно убирайте медиа под кат, а если, например, фотографий очень много, то советую залить их во Flickr, а в статье только дать ссылку на место размещения.

- **Если в своей статье** Вы используете чужой материал, то в обязательном порядке ставьте

Блогосфера – это тоже своеобразное общество, в котором действуют негласные элементарные правила, о которых в обязательном порядке нужно знать любому блогеру-новичку.

ссылку на первоисточник. Иначе, очень рискуете своим авторитетом.

- **Гоняясь за сенсациями**, оставайтесь приземленными. Неэтично выкладывать на всеобщее обозрение Вашу переписку (будь то хоть почта, хоть ICQ) с блогером, без его предварительного согласия.

- **Пишите грамотно**. Без грамматических и орфографических ошибок. Конечно, кое-какие моменты мы можем упустить, это нормально, мы же не преподаватели русского языка, и персонального редактора у нас нет. Но все же, по возможности сведите ошибки к минимуму.

- **Насчет мата**. Тут очень деликатный момент. Кто-то считает, что мат неприемлем, кто-то же в своем блоге во всю мощь использует все богатство русского языка. Лично мое мнение на сей счет: мизерное количество мата особо не повредит. Не нужно поголовно становиться Лебедевскими и Давыдовскими. Знаменитыми блогерами их сделало не это.

КОММЕНТАРИИ

- **Старайтесь не писать комментарий** ради самого факта комментария. Внимательно прочитайте пост и остальные комментарии к нему, и лишь затем выразите свое мнение по данному вопросу.

- **Не пишите оффтоп** комментарий (т.е. не подходящее по смыслу с постом). Для этого есть e-mail адрес автора. Оффтопьте там.

- **На счет хамства**. Вы обязаны уважать точку зрения автора и не должны показывать свою неприязнь к нему в комментариях. Разрешена только конструктивная критика. Если же в комментариях на Вашем блоге хамят лично Вам, то Вы имеете полное право забанить такого человека. Так же, никоим образом не вступайте в полемику, несущую негатив. Она того не стоит.

- **Так же новички** нередко задают вопрос: «А надо ли отвечать на каждый комментарий?»

Конечно же, нет! Вы же не будете отвечать на каждое «Спасибо»! Но если кто-то оставил серьезный комментарий, тем более заканчивающийся знаком вопроса, то отвечать на него Вы должны принципиально.

Давайте дополнять правила этики вместе!



Ваш ЖЖ: КАК СДЕЛАТЬ ЕГО ИЗВЕСТНЫМ?

Если у вас есть блог в Живом Журнале или вы хотели бы его открыть и вести, то естественной необходимостью для вас как для автора является потребность в том, чтобы ваше творчество увидели люди.

Если вы ведете дневник «для себя» или для избранного круга друзей, то эта статья вряд ли принесет вам пользу... А если же вы автор и хотите найти свою аудиторию, то пожалуйста, читайте дальше.



– это социальная сеть, в которой заведомо предусмотрены естественные способы придания известности дневнику пользователя.

Что нужно делать, чтобы вас находили люди?

1. Скрупулёзно подбирайте тэги для сообщений в дневнике и в раздел профиля «интересы», чтобы Вас могли найти интересующиеся соответствующими тэгами, темой люди.

В этом вам очень может помочь direct.yandex.ru и ссылка «Подбор слов». Выпишите для себя все подходящие вашей тематике слова и проверьте их на Яндекс.Директ. После этого список этих слов может существенно расшириться.

Плюс: на Яндекс.Директ вы узнаете, какие слова набирают люди, когда занимаются поиском чего-либо, и примените их в тэгах. Пользователи ЖЖ будут находить вас по интересам и ключевым словам, особенно когда ваш дневник будет проиндексирован поисковыми системами.

2. Напишите в дневник несколько сообщений. Начните и продолжайте вести дневник.

Это нужно сделать перед тем, как вы начнете основную деятельность по раскрутке дневника, потому что пользователь ЖЖ, который придет в ваш дневник, обязательно составит своё мнение



о том, будет ли он читать дневник постоянно, о чём этот дневник, как хозяин его ведет, в общем, человек, увидев «лицо» дневника, составит свое мнение о нем и о его владельце. На основании этого мнения он решит, добавиться к нему в друзья или нет.

Плюс: если человек добавит вас в друзья, то сообщения из вашего дневника будут транслироваться в его «ленте друзей», их увидят люди и, если их заинтересует ваша информация, они также добавят вас в друзья. Замкнутый круг.

3. Ищите сообщества, близкие по тематике вашему дневнику, и присоединяйтесь к ним.

Сообщения в вашем дневнике будут попадать также в ленты друзей сообществ. Найдите как можно больше сообществ. Чем больше групп, в которых вы состоите, тем большее количество прочтений каждого нового вашего сообщения в дневник покажет вам статистика.

Почему я попросил для начала написать в дневник хотя бы несколько сообщений? Серьезные сообщества модерятся. В них вы сначала подаете заявку на вступление в сообщество, а потом ждете решения модератора сообщества. Модератор принимает решение на основании содержания вашего дневника, подойдет ли ваше содержание для «ленты друзей» этого сообщества или нет.

Если направленность сообщества не совпадает с направленностью вашего дневника, то скорее всего вы получите отказ, но если тематика едина, то получить согласие будет нетрудно. Большинство сообществ не модерирует участников при приеме, но может проверять ваши сообщения, которые вы отправляете в сообщество.

Плюс: все сообщения вашего дневника будут попадать в ленты друзей всех сообществ, которые вы выбрали и в которые вступили. В данном случае преимущество в том, что вы сами сможете увеличить количество «френд-лент», в которых присутствуете, и вам не придется ждать, пока вас кто-то добавит в друзья.

4. Пишите в сообщества! Помогите наполнять интересные вам сообщества новой информацией!

Делая так, вам нужно «идти в ногу» с сообществом и писать в продолжение темы сообщества. Любым толковым сообщением в сообщество вы привлечете ещё больше внимания к вашему дневнику.

Плюс: если сообщение привлечет внимание и вызовет интерес конкретного человека, то он обязательно захочет узнать, что же вы пишете в своём дневнике?

Вы можете также становиться членом сообществ, НЕ родственных по тематике. Если вам есть что сказать в этих сообществах, то хуже от этого не будет. Только лучше.

Итог: вступайте в сообщества, пишите больше, будьте активны в жизни Живого Журнала, и вашу статистику буквально **«зашкалит»** от количества прочтений ваших публикаций!

Творческой продуктивности вам и благодарных постоянных читателей!

Ведущий блога «Как стать богатым без особых усилий?».

<http://rich-smeet.blogspot.com/>

Автор книги «Как сделать блог, который приносит деньги».

Аннотация (краткое описание) лежит здесь <http://b23.ru/s8cy>

Задать вопросы по теме урока можно по адресу smeet007@bk.ru

Урок 4

НАСТРОЙТЕСЬ НА ТЯЖЕЛУЮ РАБОТУ ВЕРНЕЕ, НА ДВЕ!

«Любой творец, будь то художник, писатель или поэт, должен иметь крепкую задницу.»

Стивен Кинг.

К блоггерам это имеет самое непосредственное отношение.



Изучив данный урок, Вы узнаете, что блоггинг – это дело не столь приятное и легкое, как это может выглядеть со стороны.

В блоггинге, как и в любом виде деятельности всего 1% , ну или чуть больше развлекательности и 99% (или чуть меньше) тяжелой, упорной работы. Именно поэтому тема блога и идеи, которые Вы хотите донести до других людей должны представлять для Вас огромный интерес. Иначе – кранты. Блог постепенно будет заброшен и умрет.

Однако и эту работу можно облегчить, если обратиться к принципам промышленного менед-

жмента. Оказывается, умные люди уже давным-давно придумали, как облегчить жизнь (производственную) таким творческим работникам, каким сейчас и являетесь Вы. Да, да, Вы ведь сейчас занимаетесь самым настоящим творчеством или готовитесь им заняться.

Итак, начинаем.

Первое, что может облегчить работу – это разделение её на творчество (производство контента) и администрирование (размещение информации и привлечение к ней внимания вашей аудитории) блога.

1. Режим поиска, производства и выбора контента для блога.

Это самая приятная часть творчества блоггера. В общем-то это именно то, ради чего люди и ведут блоги. Нахождение и генерация интересной информации, написание постов на интересные Вам темы и т.д. Только, если организовать эту часть работы неправильно, блог «умрет» однозначно просто потому, что вести его будет «в лом». Короче говоря – это производство продукта для наполнения вашего блога.

2. Режим администрирования. А вот это – каждодневные необходимые действия для того, чтоб Ваш блог жил. Это то, что обеспечивает достижение ваших целей и продвижение (промоушен, доведение до нужной аудитории) уже произведенного продукта – постов в Вашем блоге. Так, например, если Вы хотите заработать на блоге денег, это изучение целевой аудитории, поиск рекламодателей и презентация им своего проекта, раскрутка – т.е. действия по привлечению на блог заинтересованных посетителей. В зависимости от целей этот режим работы может быть совершенно разным в зависимости от Ваших целей, знаний и умений. Короче говоря — это организация и оптимизация Вашего блога для достижения поставленных Вами целей.

Как видите, для нормального функционирования этих режимов нужны совершенно различные навыки.

Далее, вспомним, как творят гении. Даг Холл (маркетинг-консультант таких компаний, как «Кока-кола», «Найк» и многих других), так описывает процесс творческого созидания.

- *Расслабьтесь.*
 - *Определите задачу и то, что является результатом идеального решения задачи.*
 - *Возьмите на себя всю ответственность за решение.*
 - *Найдите стимулы, убедите себя в необходимости идти до конца, что бы ни случилось.*
 - *Найдите прототип и соберите необходимую информацию.*
 - *Необходимо искать решение, пока его не найдете. Постарайтесь ни на что больше не отвлекаться. Фиксируйте все промежуточные идеи и результаты.*
-

- *Найдя решение, близкое к идеальному, не останавливайтесь, а ищите дальше, фиксируя пришедшие на ум решения, даже самые безумные. Не оценивайте свои идеи, это сделаете потом.*
- *Упрощайте все уже найденные решения.*
- *Проверить, какое решение сходится с идеальным, если расходится сильно, работать, искать дальше.*
- *Если есть результат, близкий к идеальному, закончите работу и наградите себя.*
- *Только теперь можно приступить к критике и оставить только жизнеспособный творческий продукт.*
- *Составить план административного продвижения (продажи) этого продукта.*

(Источник: Холл Д. Стань первым! Пер. с англ. М. Изд. «Вече» 1996.- 448 с.)

Административная деятельность строится на совершенно других принципах.

- *Сконцентрироваться.*
- *Составить список текущих дел и определить время, крайний срок, к которому каждое из этих дел должно быть сделано.*
- *Определить степень важности каждого дела и выполнять дела, начиная с самого важного.*
- *Похожие дела объединять в группы (например, телефонные звонки) и выполнять сразу целую группу похожих дел.*
- *Выполнив одну задачу (группу похожих задач), обязательно сделать короткий перерыв, расслабиться похвалить себя за выполненную работу.*

И ещё несколько общих советов.

- *Никогда не совмещайте творческую и административную деятельность.*
- *Обязательно выделите время для планомерного изучения чего-нибудь нового и интересного.*
- *Отводите под творческую деятельность свои самые продуктивные часы, когда чувствуете прилив энергии.*
- *Начинайте административную деятельность с самого важного дела (это Вы уже знаете, но повторение - мать учения).*

Вот, основные принципы, на которых строится творческая и административная работа.

Подводные камни. Человек – существо ленивое. Всегда будет соблазн заняться администрированием, как более легким делом, в ущерб творчеству.

Резюме: Чтобы работать производительно и не терять интереса к работе, надо разделить всю деятельность на творческую и административную. И никогда не смешивать творчество и администрирование, так как эти виды деятельности строятся на совершенно противоположных принципах.

Домашнее задание: Определите творческие и административные задачи в применении к своему блогу.

НОВЫЕ БЛОГИ



МОЗАИКА ДОМАШНЕГО УЮТА

<http://comfortblog.net/> - про всё, что дарит нам уют и комфорт.

«Мозаика домашнего уюта» - блог общей тематики, но больше всего он посвящен всем вопросам обустройства домашнего уюта и, конечно же, достижения душевного комфорта и равновесия. «Мозаика домашнего уюта» создана с целью освещения наиболее радостных, ярких и интересных событий нашей жизни - именно того, чего так не хватает в повседневной жизни. Но, это не только стандартный женский блог - в его постах автор всегда найдет местечко для любимых мужчин, обожаемых деток и домашних любимцев.

В постах, опубликованных в блоге, затронуты самые актуальные проблемы, радости и заботы любой современной женщины, которая следит за собой и активно интересуется происходящим в мире: модными тенденциями, проблемами семей и самыми нестандартными ситуациями жизни.

Думаю, что блог будет интересно почитать не только современной женщине, но и мужчинам, и деткам!



БЛОГ ЛЮБИТЕЛЯ СПОРТА

<http://sportoblog.org/> - нет преград для совершенства.

Когда-то в подростковом возрасте у автора этого блога, Юлии Рысь, было две большие мечты: стать писателем и работать тренером. Тогда она не знала как совместить эти две, казалось бы, не вяжущиеся между собой вещи. Когда Юлия работала инструктором по фитнес-дансу, ей не хватало писательства. И наоборот.

Сейчас она нашла оптимальную возможность: вести авторский блог о спорте.

В своем блоге Юлия рассказывает таким же любителям спорта или тем, кто хочет ими стать, о подводных камнях различных видов спорта. Делится своими впечатлениями и рекомендует только то, что испробовала лично на себе. Ино-



гда сами читатели просят автора высказать свое мнение по тому или иному поводу.

Писательство Юлии не ограничивается только ведением блога. Она работает журналистом в довольно крупном всеукраинском издании. Имеет немало опубликованных авторских статей на различную тематику.

Но при этом не забывает о спорте: занимается сама и проводит индивидуальные консультативные занятия с женщинами и девочками с психологическими комплексами и боязнью больших групп. Обычно, после нескольких занятий с ней, люди определяются с видом спорта и находят себя в спортивных клубах.



★★★★★

БЛОГ КАРПОВА АЛЕКСАНДРА

(<http://aleksandrkarпов.com>) - В жизни всегда есть другие Возможности...

Этот блог — для тех людей, кто хочет поменять свою жизнь — вырваться из серости и обыденности, уйти от финансовых проблем и следующий период жизни прожить ярко и интересно. А также для тех, кто ищет ВОЗМОЖНОСТИ, а найдя их, начинает интенсивно использовать.

Для кого-то он окажется дополнением к его мировоззрениям и подтверждением когда-то уже посещавших голову мыслей. Для кого-то послужит толчком к изменению себя и своей действительности. А кто-то, возможно, здесь найдет руководство к действию.

И помните, в жизни всегда есть другие Возможности...

★★★★★

БЛОГ ХОЗЯЙКИ-ДУШЕЧКИ

(<http://dear-blog.com/>) - советы по ведению домашнего хозяйства, рукоделию и кулинарии.

Каждая женщина хочет быть здоровой и мечтает выглядеть красиво, а потому и Татьяна, автор этого блога, у себя будет рассказывать о том, как ухаживать за своим лицом, как поддерживать себя в форме.

Блог предназначен для женщин, имеющих свой опыт ведения домашнего хозяйства и создания уюта в семье. Но больше интересного и нужного



найдут для себя молодые, неопытные, начинающие хозяйюшки.

Почему Татьяна решила вести блог именно такой тематики? Да потому что она сама, когда начинала семейную жизнь, столкнулась со многими проблемами; не к кому было обратиться за мудрым советом. У нее есть дочери, которые еще мало интересуются вопросами быта, и их не тянет на кулинарные подвиги, хотя и занимаются рукоделием в свободное время. Скоро придет время, и блог станет для них палочкой-выручалочкой, помощницей и советчиком. Надеемся, не только им.



ПСИХОЛОГ_И_Я

(<http://psih.biz/>) - блог о практической психологии Доктора Александрова.

Психология - весьма занимательная наука. Ее задача - делать нашу жизнь лучше, вытаскивать человека из ямы собственных страхов, сомнений, неверия. Но делает ли она это? Нет.

Современная психология, по словам автора, «подгоняет» Вас под мир, что окружает каждого и вырабатывает штампы, цель которых - сделать Вас универсальной деталью, если не помогающей, то, по крайней мере, не мешающей процессам в обществе. Принцип «Не стоит прогибаться под изменчивый мир» упразднен до полной аннигиляции.

ПсихолоГ_и_Я - это блог о психологии без благоглупостей. Это простой и доступный язык, доходчивые советы и внятные предупреждения, цель которых четко отражена как в статьях автора, практикующего психолога и автора статей Доктора Александрова, так и во фразе, ставшей своеобразным девизом блога: Психология - мир для тебя, а не наоборот!



БЛОГ МАРИИ БЫСТРОВОЙ

(<http://mariabystrova.ru/blog>) - зелёная реклама и эко-маркетинг.

Блог копирайтера Марии Быстровой - это первый в Рунете блог, посвящённый зелёному маркетингу и эко-рекламе. Материалы блога основаны на интересных, а порой и редких источниках: это и англоязычная литература по green marketing (на русском об этом пока не пишут), и блоги зарубежных специалистов, и даже личные беседы с теми, кто уже испробовал зелёный маркетинг в действии.

Вы понятия не имеете, что такое зелёный маркетинг, как он работает и для чего нужен? Во всём этом вы можете разобраться вместе с Марией. Автор блога находится в процессе свободного поиска, так что не волнуйтесь — на учебник это совсем не похоже.





★★★★★

ВДОГОНКУ ЗА МЕЧТОЙ

(<http://vdogonky.com/>) - блог о мечтах и счастливой жизни. Гармоничное сочетание названия и спокойного, но в тоже время очень яркого дизайна, не оставили меня равнодушным. «Блог про мечты? Очень интересно!» - подумал я.

Рубрики, представленные в блоге, максимально охватывают интересы и насущные проблемы женской аудитории рунета. Интересные мысли о любви, семье, о превратностях судеб, о здоровье, об уютном и теплом доме, и, конечно, красоте, судя по комментариям читателей, не оставили равнодушными никого. Даже мне, представителю мужского пола, было интересно пролистать некоторые заметки.

Очень теплый, гостеприимный, по-настоящему уютный и в тоже время весьма содержательный блог. И судя по всему, тут искренне рады гостям и всегда ждут с новыми, познавательными, находящими отклик в страждущей душе, рассказами.

★★★★★

ДЕТИ. ИНСТРУКЦИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ.

(<http://deti-blog.ru/>)

Автор блога занимается детьми профессионально - работает воспитателем, изучает детскую психологию в университете; полученные знания применяет у себя в семье, на своих собственных детях, и делится со своими читателями.

Блог посвящен практическим вопросам детской психологии и тонкостям детско-родительских отношений. Почти в каждом посте можно найти полезные советы: например, как бороться с детскими капризами, во что играть с детьми, как разрешать конфликты в семье, и многое другое. Автор адресует свои записи в первую очередь тем родителям, которые ответственно относятся к процессу воспитания, осознают, что именно они формируют будущее своих детей, и, поэтому придерживаются позиции «не навреди».

Кроме психологии и воспитания в блоге присутствуют советы по выбору детского приданого, есть мастерклассы по изготовлению поделок своими руками. Недавно появилась свежая рубрика, содержащая обзоры сайтов детской тематики.





НОВЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

(<http://newpsychology.info/>) - Здоровье. Деньги. Эгоизм.

Психология - наука молодая, точная, востребованная и очень простая. Основная задача блога - популяризация знаний в этой области. Публикации рассчитаны на самый широкий круг читателей: психологов, психотерапевтов, педагогов, врачей, людей, просто интересующихся психологией человека, не интересующихся, или сочувствующих ей.

Автор блога - врач, медицинский психолог с 20-летним стажем, размещает свои статьи два-три раза в неделю, обсуждает их с читателями, отвечая на комментарии. Интерактив позволяет сориентировать содержание постов с учетом запросов интеллектуальной публики. Это особенно актуально в наше время, когда стоимость качественной психотерапии «зашкаливает» за все мыслимые и немыслимые пределы. Материалы весьма информативны, понятны, и подаются в легко читаемой форме.

Круг обсуждаемых тем широк: психосоматика; семейная, возрастная, социальная, национальная психология; психогигиена; психоанализ произведений искусства. Основной лейтмотив журнала - «психология на всякий случай». Лозунг: «Психологию в массы»!



WEBZBLOG

(<http://webzblog.com/>) - заработок в веб-измерении.

Молодой блог молодого автора. Блогу немногим более 2 месяцев, но уже есть небольшие пузомерки и своя аудитория. Основными темами в блоге является заработок в сети, сео-продвижение и блоггинг.

Автор пишет довольно подробно, чтобы новички тоже усвоили материал. На протяжении ведения блога автор делиться результатами и подводит итоги каждый месяц, судя по ответам к комментариям, автор внимательно относится к читателям.

Доступные тематические посты будут полезны блогерам, сеошникам и манмейкерам.

Нельзя оставить без внимания дизайн и удобность блога. Дизайн качественный и уникальный, заказан у небезызвестной студии Блогоарт, оформление удобное, всё это говорит о серьезном отношении автора к своему блогу.



ДАЙДЖЕСТ БЛОГОСФЕРЫ

Блогосфера Рунета – это настолько непредсказуемое, оригинальное и неконтролируемое явление, что никто не может уследить за всем, что у нас происходит.

Каждый новый день – это масса новых постов, масса новых обсуждений, куча интересных мнений и различных мыслей. Очень трудно уследить за главными тенденциями, уловить главные моменты блоггинга. В нашем дайджесте мы поможем выбрать те посты, которые действительно заслуживают Вашего внимания.

1. СОЗДАЕМ ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ

<http://vovka.su/sozdaem-pervonachalnyj-kapital/>

Уже почти всем известный и развивающийся блоггер Владимир Карпеев, он же Вовка, написал очень нужную статью, нужную тем, кто хотел бы зарабатывать в интернете, но не имеет стартового капитала. В посте расписаны самые легкие и быстрые способы заработать небольшое количество денег для покупки домена, оплаты хостинга...

2. ГДЕ КУПИТЬ ПОСТОВЫЕ ДЛЯ SEO БЛОГА

<http://westseo.ru/postlink-sellers/>

Постовые – это ничто другое, как просто ссылки с блогов, но порой, поиск действительно стоящих и тематических блогов для размещения постовых, становится очень трудоёмким и длительным процессом. Для того чтобы мы не бросали денег на ветер, автор блога westseo.ru собрал для нас список из лучших seo-блогов Рунета, где можно поставить свои постовые за небольшие деньги.

3. “ПРАВИЛЬНАЯ” ВНУТРЕННЯЯ ПЕРЕЛИНКОВКА СТРАНИЦ

<http://satoved.ru/pravilnaya-vnutrennyaya-perelinkovka-stranic>

И снова понятная и полезная статья от Сатоведа, более того, в данном посте автор на скринах показывает методы перелинковки, что делает материал более понятным для любого новичка. Сатовед детально расписывает такие виды перелинковки как перелинковка врезника, перелинковка блога, перелинковка сайтов под партнерку.

4. ВНИМАНИЕ! ВНИМАНИЕ! ОБМЕН ПОСТОВЫМИ!

<http://blogonika.ru/vnimanie-vnimanie-obmen-postovymi/>

Всем известно, что обмен постовыми с тематическими сайтами и блогами позитивно влияет на место интернет-ресурса в поисковиках. Поэтому автор блога blogonika.ru предлагает всем желающим весьма выгодный обмен постовыми.

5. СПИСОК DOFOLLOW БЛОГОВ БЕЗ NOINDEX

<http://seojack.blogspot.com/2010/04/moi-spisok-dofollow-blogov-bez-noindex.html>

Dofollow блог – это блог, в котором при комментировании постов ссылки остаются открытыми для поисковых систем. На данный момент, это наиболее качественный список, который я видел в Рунете; указан ТИЦ, PR, наличие в DMOZ и YaCa для каждого из блогов.

6. КАК ВСЁ УСПЕВАТЬ И БЫТЬ ЭФФЕКТИВНЫМ?

<http://puzat.ru/spe/kak-vsyo-uspevat-i-byt-effektivnym.html>

И снова Пузат пишет о том, как правильно распределять своё время для работы, для общения, для отдыха и для всего остального. Будь ты блоггер или фрилансер, тебе необходимо знать, как выжимать по максимуму, ведь чем больше успеваем, тем больше у нас денег.

7. КАК НАЙТИ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ: 22 СОВЕТА ДЛЯ ВЕБ-МАСТЕРА

<http://on-line-job.net/zarobotat-na-sayte/kak-nayti-reklamodatelya-22-soveta-dlya-veb-mastera-chast-pervaya>

Огромная часть блоггеров заводят блог в погоне за легкой наживой и горами баксов, которые сыплются под ноги. Но в процессе ведения блога каждый начинает понимать, что не так уже и просто найти рекламодателей для своего ресурса. Автор приводит 22 совета, как и где можно найти рекламодателя для Вашего сайта.

8. ЧТО ВАЖНО ДЛЯ ПОПАДАНИЯ В ТОП РЕЙТИНГА БЛОГОВ TWITTER ПО ЯНДЕКСУ?

<http://twtt.ru/twitter-tips/top-yandex-twitter.html>

Если Вы случайно не знаете, то хочу доложить, что у Яндекса есть не только ТОП блогов, но есть и ТОП микроблогов твиттера. В данном посте автор блога «Твой Твиттер» даёт несколько советов о том, как поднять свою авторитетность в данном топе, и как подняться на высшую ступеньку рейтинга.

9. 8 ПРИЧИН ПОЧЕМУ СТОИТ КОММЕНТИРОВАТЬ БЛОГИ

<http://sosnovskij.ru/8-prichin-kommentirovat-blogi/>

Всем известный любитель сосен, Сосновский, написал ровно 8 причин, почему стоит комментировать другие блоги. После прочтения данного поста Вам сразу станет понятно для чего нужно писать комментарии, и во что может перерасти вот такое вот комментирование.

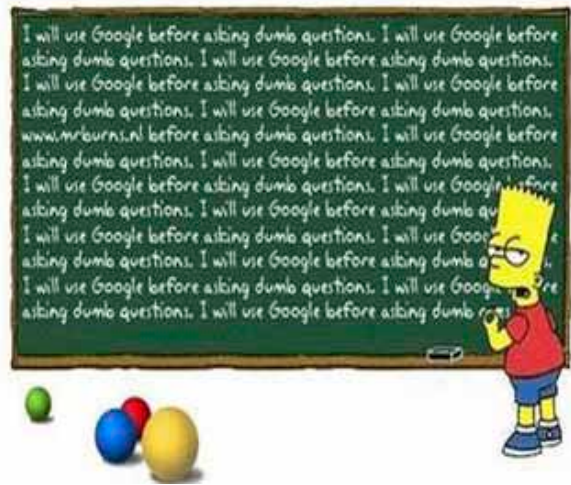
НОВЫЙ ФАКТОР РАНЖИРОВАНИЯ GOOGLE – быстроедействие сайта

Корпорация Google ввела новый фактор, влияющий на ранжирование сайтов – быстроедействие. Теперь скорость работы сайта будет непосредственно влиять на его позицию в выдаче поисковой системы. На сегодняшний день этот фильтр включен в алгоритм поиска на территории США. По заявлению представителей Google создателям сайтов пока не стоит заниматься повышением позиций сайта по релевантным запросам за счет оптимизации скорости работы сайта, так как изменения пока коснутся ограниченного количества поисковых запросов.

Для справки: первое упоминание об изменениях алгоритма ранжирования сайтов компанией Google появилось еще в ноябре прошлого года. На конференции SMX West общественности был представлен график: зависимость полусекундной задержки работы сайта на эффективность ведения интернет бизнеса.

Кроме того, тенденция прошлых лет показывает, что с увеличением скорости интернета пользователи отдадут предпочтение сайтам, работающим быстрее своих конкурентов. Компания Google не раз проводила исследования «быстрых сайтов», в том числе и на базе своей страницы поиска Google.com. С замедлением выдачи результатов поискового запроса наблюдалась значительное снижение активности пользователей и переход их на альтернативные поисковики.

Каким же образом google измеряет показатели скорости работы сайта? По словам представителей компании учитывается то, как страница отвечает googlebot, и время загрузки, измеренное при помощи Google Toolbar. В этом году Google планирует добавить инструмент для измерения быстрогодействия сайта в состав инструментов Webmasters Tools в категории Labs.



НОВОСТИ

В ЭТОМ ГОДУ В БЕРЛИНЕ БЫЛИ ВРУЧЕНЫ ПРЕМИИ САМЫМ ЛУЧШИМ БЛОГЕРАМ THE BEST OF BLOGS.

Эта номинация на лучшие блоги со всего мира! И самое радостное, среди лучших оказались и наши русскоязычные блогеры. Итак, встречаем! "Мистер Фриман" (<http://mr-free-man.livejournal.com/>) был победителем среди лучших видео блогов, а лучшим среди русскоязычных стал блог "Мир удивительных вещей" (<http://metkere.com/>). Кроме этого в число призеров вошли следующие интересные блоги: "Путешествия по судам" (<http://slon.ru/blogs/butirka/post/285344/>) и "Проснись, мистер Грин..." (<http://tebe-interesno.livejournal.com/profile>) Надеюсь, что чувство гордости за наших вас сейчас переполнило.

"УЛЫБАЮЩИЕСЯ НОВОСТИ".

Поисковая система Яндекс опубликовала интересную статистику!

Оказалось, что пользователи рунета очень веселые люди! В их сообщениях более 3 млрд раз встречаются знаки :-) :)))) или просто "смайлики" и лишь 700 млн раз :(:-("грустные смайлики". А смайлик равнодушия - ":-!" -встречается и вовсе только 29 миллионов раз. Это не может не радовать! Ведь смех, пусть даже виртуальный продлевает жизнь. Так давайте улыбнемся все вместе :))



ТВИТТЕР ЗАПУСТИЛ РЕКЛАМНУЮ ПЛАТФОРМУ.

За все 4 года, что существует Twitter, его владельцы ни разу не пытались его монетизировать. Но так вечно не могло продолжаться, и вот на днях Твиттер анонсировал о запуске рекламной платформы. Платформа носит название Promoted Tweets, а сама реклама будет отображаться пользователям по результатам встроенного поиска по записям микроблогов.

Многие гиганты уже выразили свое желание попробовать Твиттер для своих рекламных целей.





БЛОГИНГ ПО-КАЗАХСКИ.

Один из первых блог-хостингов Казахстана, куда мода заводить блоги только начинает входить, подошла очень творчески к привлечению новых участников.

Речь идет про сервис YourVision (<http://yvision.kz/>).

Администрация проекта решила стимулировать блогерскую активность своими видеуроками.

Вполне себе профессиональное видео, красивая девушка и молодежный стиль уроков. Читатели уже сейчас могут посмотреть самый первый видеурок по следующей ссылке: <http://yvision.kz/community/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8%20Yvision/35566.html>

Единственное, чего хотелось бы, чтобы администрация ЧПУ (Человеко-подобные-урлы)удобнее настроила:)

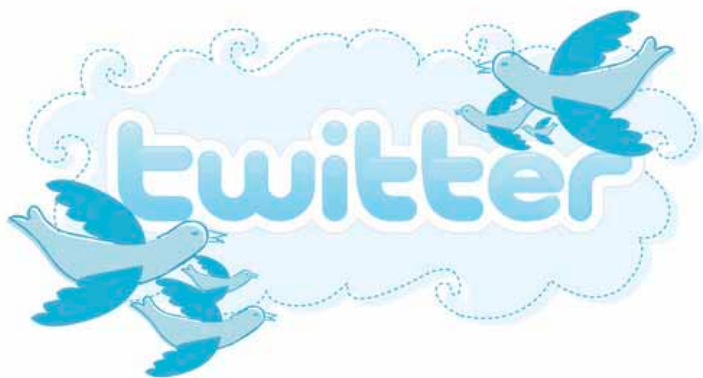
Но они все равно молодцы. Для развития своего детища видео используют по полной. И не обязательно для тех же видеуроков.

На основном блоге создателей сервиса (<http://yvision.yvision.kz/>) можно увидеть также видеорепортажи с тусовок и мест событий, так или иначе связанных с блоггингом.

Можно быть уверенным, что будущее казахстанского блоггинга в надежных руках :)



20 ФАКТОВ о Твиттер



1. Твиттер явился самым быстрорастущим интернет-проектом 2009 года.

2. Твиттер является одной из самых простых социальных сетей в мире.

3. 140 символов, которыми располагает

пользователь Твиттера, вполне достаточно, чтобы написать среднестатистическое предложение на английском языке.

4. Несмотря на то, что интерфейс Твиттера с английского переведен лишь на несколько основных языков, аудиторию составляют пользователи из более 140 стран мира.

5. Самым большим числом подписчиков в Твиттере обладает американский актер Эштон Катчер.

6. Более 70% пользователей Твиттера обладают меньшим числом подписчиков, чем число тех на кого подписаны они сами.

7. Оперативность распространения новостей в Твиттере сравнивается с оперативностью ведущих информационных агентств, а порой даже опережает.

8. Чаще всего Твиттер используется как чат для общения с друзьями и знакомыми.

9. Пентагон как минимум один раз обращался за помощью к создателям Твиттера. Это случилось во время политических волнений в Иране, когда единственным каналом, по которому мир мог

узнавать новости из Ирана, оставались сообщения иранских пользователей. После обращения, создатели Твиттера отложили плановые профилактические работы с остановкой серверов.

10. Официальный Твиттер существует у всех крупных интернет- и медиа- компаний Америки. Сейчас даже у большинства крупных российских компаний существуют представительства в Твиттере.

11. Некоторые пользователи Твиттера встречаются в реальной жизни. Это происходит как в персональном плане (вечеринки и походы по барам), так и в формате Баркемпов.

12. Активные пользователи Твиттера именуют себя Твиттерянами или Твиплами.

13. Больше половины сообщений в Твиттере отправляются пользователями посредством портативных мобильных устройств.

14. Существует огромное количество сервисов и программ для работы с Твиттером. Появилась даже специальная поисковая система, которая ищет информацию только в сообщениях Твиттера.

15. В среднем каждое пятое сообщение в Твиттере содержит ссылку.

16. Популярные американские Твиплы за каждое коммерческое сообщение получают от 200 долларов и выше.

17. Существуют случаи получения при помощи Твиттера престижной работы. Подобный случай произошел с пользователем, который постоянно размещал анонсы свежих новостей известного информационного агентства. Данное агентство выкупило его тви-аккаунт, оставив его в качестве редактора данного Тви-аккаунта с постоянным окладом.

18. Все крупные события и происшествия в 2009 году широко обсуждались и анонсировались пользователями Твиттера.

19. По некоторым расчетам, чтобы попасть в список «Trending Topics», тренд либо хэштег должны опубликовать больше 200 пользователей в очень короткий промежуток времени.

20. Некоторое время популярным трендом в Твиттере являлся Google Wave. И это несмотря на то, что Google Wave считается прямым конкурентом Твиттера.



5 САМЫХ НЕГАТИВНЫХ ФАКТОВ МАССФОЛЛОВИНГА В Twitter



Каждый блоггер стремится к популярности и для её достижения использует абсолютно все работающие методы. Один из них — это микроблоггинг, который заставляет акцентировать своё внимание на Twitter.

Для успешного продвижения блога или своего имени, необходимо раскрутить свой профиль, то есть получить как можно больше последователей. Один из распространённых способов — это массфолловинг. В этом посте я приведу 5 негативных фактов, которые доказывают отрицательное воздействие массфолловинга на блоггера.

ФАКТ №1. ЛЕНТА

Один, из весьма ощутимых отрицательных фактов — это быстрое обновление ленты. Данный факт подразумевает наличие большого количества взаимных фолловеров, которые все вместе создают бесконечный поток твитов. При такой ча-

стоте обновления ленты невозможно уследить за всеми твитами, что портит суть ведения микроблога. Ты успеваешь читать твиты?

ФАКТ №2. БОТЫ

В большинстве случаев, фолловеры, приобретённые с помощью массфолловинга, являются ботами, которые каждые 30 минут постят твиты со ссылками из самых разных RSS лент, а некоторые используют человеческие высказывания и выражения. Обидно то, что блогеры уделяют внимание таким искусственным твитам, отнимающим драгоценное время. Сколько времени ты уделяешь чтению твитов?

ФАКТ №3. ТЕМАТИКА

При массфолловинге блоггер рискует получить нетематических фолловеров по отношению к его твитам. Получается своеобразное тематическое несоответствие, которое делает Twitter бесполезным. Например, блоггер, добавляющий фолловеров по ключевому слову "блог", или более узкому "SEO", не может определить настоящие интересы твиттерянина, так как его интересы известны только ему самому. Получается бесполезный фолловинг. Тебе интересно в Twitter?

ФАКТ №4. ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Наверняка массфолловерам нужно большое количество фолловеров, чтобы твитам было уделено больше внимания, которое, и без этого, искажается большим количеством сообщений. Твиты могут состоять из заголовка и ссылки на пост, но сколько фолловеров её увидят, заинтересуются и нажмут? Такая ссылка не эффективна, тем более, не стоит ждать ретвитинг эффекта. Как часто ты нажимаешь на ссылки и делаешь ретвиты?

ФАКТ №5. ПОПУЛЯРНОСТЬ

Блоггеры, набравшие большое количество фолловеров, заявляют, что их Twitter является популярным, но это не правда. Чтобы разобраться, необходимо учитывать соотношение фолловеров, которых зафолловил ты, и фолловеров, которые зафоловили тебя. Например, блоггер зафолловил 8000 твилов, а за ним следует 7000 фолловеров, тогда смело можно сказать, что это накрутка. Ты знаешь себе цену?



P.S. Ты против массфолловинга?

Хочешь в ТОП?

ИСПОЛЬЗУЙ ВЕБЭФФЕКТОР!



SEO не стоит на месте, развиваясь следом за поисковыми системами.

ВебЭффектор

<http://webeffector.ru>

следующий шаг в сфере

автоматизированного продвижения сайтов.

Сервис выполняет три основные задачи:

- Тщательно подбирает площадки-доноры;
- Самостоятельно выбирает правильные анкеры;
- Отслеживает и своевременно отсеивает ненужные ссылки;

Казалось бы, не ново. В Интернете уже есть проекты с похожим функционалом.

Однако с ВебЭффектором это действительно становится комфортным и результативным. А всё благодаря продвинутой логике и громадной аналитической базе, которую имеет ядро сервиса для грамотного выполнения своих функций.

ВебЭффектор (<http://webeffector.ru>) успешно справляется с такими жизненно необходимыми в продвижении задачами, как:

- Составление сематического ядра;
- Отсевание тех запросов, которые не дают трафика, однако в том же «Вордстате» представлены как СЧ или ВЧ. Здесь ВебЭффектор об-

ладает реальной информацией, которой и снабжает своих пользователей;

- **Подбор ассоциативных запросов – эффективная методика успешного продвижения.**

Далеко не всегда вебмастер в состоянии правильно подобрать ту или иную ассоциацию. Такая ошибка сказывается на двух вещах: потерянные время и деньги.

С ВебЭффектором можно не беспокоиться и об этом. Сервис в состоянии самостоятельно построить ассоциативный ряд.

ВебЭффектор (<http://webeffector.ru>) делает большой акцент на предоставлении пользователям качественных площадок-доноров. Для отбора были разработаны уникальные алгоритмы ведущими аналитическими умами отечественной SEO индустрии: Сергеем Людкевичем, Григорием Селезнёвым, Михаилом Райциным и другими.

Комиссия системы составляет всего 10%. Эта сумма прибавляется к стоимости ссылок. Минимальная кампания - 25 рублей в месяц.

Чем еще хорош ВебЭффектор?

Этот сервис в состоянии прогнозировать реальный трафик. Данные собирались с показаний счетчиков статистики живых проектов, а потому максимально объективны. Сервис в состоянии показать точное число переходов с ТОП-3 по выбранному запросу.

Потенциал проекта огромен. Уже сейчас намечены векторы его развития не только в сторону предоставления качественных услуг, но и в предоставлении принципиально новых инструментов вебмастерам и рекламодателям.

С ВебЭффектором (<http://webeffector.ru>) вы экономите время, экономите деньги, получаете результат. А значит – становитесь успешнее и богаче.



ЗАРАБОТОК НА ФАРМЕ С ПОМОЩЬЮ Glavmed



Продажа лекарств онлайн или просто «фарма» на данный момент представляет собой одну из самых прибыльных и перспективных ниш для вебмастеров, работающих в онлайн.

Сложилось мнение, что данное направление является недоступным, по причине жесткой конкуренции среди вебмастеров, работающих в этой нише, на самом деле это не совсем так.

Главной задачей любого вебмастера, работающего в данной сфере, является добыча конвертируемого и качественного трафика, а также знание актуальных проблем фарма бизнеса и, что немаловажно, выбора собственно самой партнерской программы.

На данный момент большинство вебмастеров, работающих с фармой, добывают трафик при помощи дорвеев, покупного трафика, и белых ресурсов.

Перечисленные виды трафика не исчерпывают абсолютно все способы добычи трафика, но являются наиболее популярными. Хотелось бы остановиться и более детально рассмотреть вариант привлечения трафика посредством белых ресурсов.

Создание белого фарма ресурса является пер-

спективным и высоко прибыльным решением, и не столь затратным, как может показаться с первого взгляда.

В выдаче поисковых систем можно наблюдать множество белых аптек **Glavmed**-а. Рассмотрим как один из вариантов - использование для продвижения «по-белому» движка от Главмеда - **Shop Engine**.

Благодаря возможностям **Shop Engine** из обычной аптеки можно создать абсолютно уникальную аптеку, проработать и учесть все факторы внутреннего и внешнего ранжирования поисковых систем.

В том числе, вы можете сделать аптеку по какому-то одному лекарству (или группе препаратов), и продвигать в поисковых системах всего одну категорию – но охватив максимально широкий круг ключевых слов, (а не только названия препаратов) - в том числе по симптомам болезни.

Давайте рассмотрим более детально все этапы создания белой аптеки.

Выбираем любую, мало или средне-конкурентную категорию, мы остановимся на **Male Enhancement**, которая состоит из 22 препаратов.

Мы выбрали именно категорию **Male Enhancement**, так как по данной категории наименьшая конкуренция в выдаче поисковых систем по сравнению с более популярными категориями, такими как: **Men's Health, Antibiotics, Pain Relief, Weight Loss** и другими.

Выполняем следующие этапы:

1. Покупаем трастовый домен с хорошим количеством бэков. Одним из вариантов подбора такого трастового домена является сервис **Domain4seo**.

2. Подборка НЧ (низкочастотных) и СЧ (среднечастотных) кейвордов. Для подборки ваших НЧ и СЧ кеев вы можете воспользоваться предоставляемой бесплатно Главмедом для своих адвертов базой кеев **Actual Keywords**. Также вы можете воспользоваться различными бесплатными сервисами как Wordtracker и т.д.

3. Далее нам необходимо уникализировать нашу аптеку. Выполнив каждый из нижеприведенных пунктов, в 95% случаях поисковые системы примут вашу аптеку за уникальную.

■ *Открываем стиль шаблона .css, изменяем названия картинок и стилей.*

Стараемся изменить все названия стилей и картинок.

■ *Прописываем атрибуты alt для картинок и ссылок.*

■ *Для каждого препарата создаем уникальный Title и Description.*

■ *Для каждого препарата пишем уникальное описание объемом 2500 – 3000 символов.*

4. Дополнительно создаем блог, в котором пишем тематические статьи и обзоры 22 препаратов категории **Male Enhancement**.

5. Далее, плавно наращиваем ссылочную массу для нашей белой аптеки. Рассмотрим два варианта.

1. Покупаем ссылки в буржуйских биржах. Наиболее популярной и оптимальной буржуйской биржей по продаже ссылок считается **Text-Link-Ads.com**.

Также хотелось бы обратить внимание на одну из самых старых буржуйский бирж **TextLinkBrokers.com**, которая является одной из самых богатых по функционалу и возможностям.

2. Второй вариант приглядится тем, кто привык делать все своими руками.

Создаем многоуровневую сетку сателлитов и блогов.

Для каждого препарата из категории создаем по 2 блога с уникальным тематическим контентом на доменах первого уровня. Также порядка 20-30 сателлитов с доменами третьего уровня.

6. После выполнения всех пунктов прогоняем нашу белую аптеку по каталогам статей.

Хочется отметить, что продвижение аптеки в поисковых системах является достаточно трудным, и необходимо запастись хорошей порцией терпения и упорства. Зато и результат проделанной работы по оптимизации и продвижению вашей белой аптеки в скором времени будет радовать вас.

Более детальную информацию об оптимизации аптек на движке **SE2** вы можете узнать на специализированном форуме ГлавМеда (<http://forum.glavmed.com/>).

Сейчас хотелось бы рассказать об актуальных проблемах фарма бизнеса.

В последнее время наблюдается прирост все новых и новых фарма партнеров, и мало кто задается вопросом **«Какие гарантии могут дать новички в фарма бизнесе – вебмастерам?»**.

Большинство новых фармацевтических партнерских программ являются реселлерами других более крупных партнерских программ, и часто в погоне за сиюминутной наживой, прибегают к откровенно грязным уловкам, как по отношению к вебмастерам (легко дают обещания сладкой жизни), так и к покупателям (поставляют откровенно некачественный и дешевый товар).

Мало того, у некоторых партнерских программ в ассортименте продаваемых препаратов присутствуют запрещенные лекарственные препараты (контроллы - http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Schedule_IV_drugs).

Контроллы являются запрещенными к продаже на территории США и многих других стран мира. По сути, контроллед-препараты являются наркотиками, о чем, к сожалению, знает малое количество вебмастеров, работающих с ними.

Многие вебмастера не задумываются, что Трамадол и Сиалис – это два принципиально разных лекарства. Трамадол относится к лекарственному препарату, содержащему контролируемые сильнодействующие вещества, которые при употреблении свыше рекомендуемой дозы приводят к наркотическому эффекту, а при грубом нарушении дозировки могут привести и к смерти.

К большому сожалению, около 90% покупателей контроллов через интернет – это наркоманы, ищущие дешевого кайфа. Не нужно питать иллюзий о тяжелобольных людях, которым позарез нужны сильнодействующие болеутоляющие, чтобы избавиться от мучений, но жуткие американские врачи не дают им вожделенного рецепта. Это откровенная чушь из серии сказок наркодилеров «к героину с 2-3 раз не привыкают, ты попробуй, тебе понравится».

Отсюда напрашивается очевидный, но очень печальный вывод: продавая

контроллы, вы продаете наркотики! Кто-то обязательно возразит, что «деньги не пахнут», но, к сожалению, это слабое оправдание и жизнь как раз учит обратному – «пахнут», даже еще как. Не нужно играть с судьбой в орлянку, часто это кончается плачевно.

Если контроллы – это наркосодержащие препараты, то как же в таком случае некоторым партнерским программам удается их продавать?

Все банально просто, партнерская программа либо скрывает от процессинговой компании продаваемые контроллы, либо использует какое-то собственное нестабильное решение, например, счет торговца, зарегистрированный под продажу парфюмерии или книг.

В итоге это означает одно: в любой момент может быть произведена контрольная закупка, и процессинг заблокирует и заморозит все средства партнерской программы. Как следствие, это приведет к тому, что все ваши заработанные деньги «зависнут в пространстве и времени», и вы очень долго (или никогда) не получите своей выплаты.

Чтобы понять всю серьезность проблемы достаточно сказать, что в США отслеживанием продаж контролируемых лекарственных препаратов занимается специальная организация **Управление по борьбе с наркотиками/DEA** (Drug Enforcement Administration). Это мощная, хорошо подготовленная организация, которая шутить не любит. Если хочется спокойно жить и путешествовать по миру, то лучше забыть о торговле контроллами.

Так же существует Controlled Substances Act (CSA), который запрещает продажу и рекламу фармацевтических товаров, в которых содержатся запрещенные сильнодействующие вещества. В акте CSA лекарственные препараты распределены на группы, в зависимости от различных факторов, таких как привыкание и т.д. (http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Schedule_IV_drugs)

Продажа контролируемых препаратов четко отслеживается, и, продав контролл, в первую очередь вы подставляете покупателя, а в некоторых случаях и себя.

Советуем не рисковать, работать с нон-контроллед препаратами, а также обращать внимание на выбор фарма партнерки.

Искренне Ваш Glavmed (<http://glavmed.com>)



TOTAL

SERVER 23:00 USA (PST) 15:00 USA (EST) 16:00 EUROPE (GMT) 21:00

Today Last 7 days This month Yesterday
 Yearly

Time period: US February 2009 US February 2009

All Sub-Accounts [How to use S&D](#)

Total stats for 05.02.2009 - 05.02.2009

Site	Raw	Design	Orders	Ratio	Approved	Declined	Waiting	Cancelled / Fined	Commission	RPT
	36	12	1	1:12	1	0	0	0	\$12.77	\$1064
TOTAL	36	12	1	1:12	1	0	0	0	\$12.77	\$1064

* RPT - revenue per thousand visitors
 n/a - means that traffic statistics is not available for the site (most common reason - co-branding site with disabled counter). Only orders statistics.

Votetraffic

- БИРЖА ТРАФИКА НА... ОПРОСАХ!



Вот интересно, друзья. А вы вообще задумывались о том, как сделать так, чтобы обычные опросы и голосования на сайтах приносили реальную прибыль?

Нет-нет. Я говорю не о выгоде, которую можно извлечь, запустив «ценный» опрос, который долгое время будет висеть и набирать необходимое или достаточное количество голосов, чтобы потом его можно было проанализировать и как-то использовать в своих маркетинговых целях.

Хотя, изначальная цель создания опросов была именно такая, как я написал чуть выше, уже давно не секрет, что в наше время в этом смысле они начинают терять свою эффективность.

Вот тут-то в светлые головы некоторых товарищей пришла не менее светлая мысль, как сделать опросы популярными, эффективными, да ещё и извлекать из них прибыль!

Казалось бы, удивительно, но идея состоит в том, чтобы извлекать из голосований... трафик. Да и не простой, а вполне себе целевой, а значит и потенциально приносящий высокий доход.

ОТ ИДЕИ К ПРОЕКТУ

В реализации вышеуказанной идеи те самые «некоторые товарищи», а ныне владельцы и руководители... впрочем, не буду забежать вперед, использовали стандартную бизнес-схему, называемую C2C – «customer to customer». Не пугайтесь, на самом деле это означает, что продукция будет

продаваться людьми, и, собственно людьми же покупаться. А сама фирма имеет доход в виде % с проводимых транзакций.

Говоря совсем простым языком, ребята открыли Биржу трафика.

Проект называется **VoteTraffic** (<http://votetraffic.ru/>). Официальный запуск сервиса состоялся 29 марта, то есть менее месяца назад, и начал расти, что называется, «не по дням, а по часам». В частности, уже вполне реально выкупить более 5000 русскоязычного трафа и более 2000 украинского, а также и других стран. Кроме того, от первых пользователей сервиса уже достоверно известно, что траф отлично конвертится, например, на подписках и на знакомствах. Так что очень многие уже торопятся создать себе базу, чтобы потом снять сливки.

Кстати, именно сейчас, пока ещё в этой области невысокая конкуренция, и с учетом «новизны» темы, шансы на удачное развитие как никогда высоки.

ТЕХНОЛОГИЯ БИРЖИ

Итак, теперь немного о принципах работы самой биржи.

Во-первых, огромный респект разработчикам за то, что выбрали путь простоты и удобства. Всё, от идеи, до тонкостей работы с опросами и трафиком, не то, что понятно, а скорее даже очевидно.

Первые, то есть владельцы сайтов, получают доход с каждого клика по опросу, который они разместили. Цены от 30 копеек за клик (с системой защиты от накруток). Средний CTR составляет 1-3%. Рекламодатели же, соответственно эти клики оплачивают, получая взамен целевых посетителей на свои проекты. К слову, один их создателей сервиса сам занимается куплей-продажей трафика, поэтому хорошо знает, как все нужно делать для того, чтобы из каждого клика рекламодатель извлекал прибыль.

По сути, это было главное. Весь остальной функционал является дополнительным и служит, в первую очередь, для облегчения работы с сервисом или для увеличения CTR (соотношения показов опросов и кликов по ним). В частности это:

- **Настройка бюджетов;**
 - **Настройка геофильтров;**
 - **Система защиты от накруток;**
 - **Отсутствие внешних ссылок на страницах с опросами (большой плюс в плане SEO);**
 - **Моментальные выплаты без лимита по количеству заработанных средств**
 - **И др.**
 - **Гибкий формат вывода опроса**
-

ПЕРСПЕКТИВА

Давайте еще раз пройдемся по самым важным пунктам:

1. Ниша трафика из голосований новая, а, следовательно, ещё совсем неиспорченная.

2. Идея проста и понятна – один из самых важных факторов удачности сервисов.

3. Идея актуальна – опросы уже почти совсем потеряли свою востребованность, как вдруг эта востребованность создается.

4. Схема проверенная – на модели биржи построено огромное количество популярных проектов, которыми с успехом пользуются и рекламодатели, и владельцы сайтов.

5. VoteTraffic (<http://votetraffic.ru/>) – молодой сервис, а значит конкуренции внутри проекта пока что практически нет, что позволяет вам создать базу на основе голосований, которая в будущем принесет вам достойную прибыль.

Что Вам не хватает в жизни?

- Накачаться
- Разбогатеть
- Избавиться от прыщей

Отправить

Стоит ли продолжать перспективе, или логичнее уже идти и регистрироваться на **VoteTraffic** (<http://votetraffic.ru/>)?



ПОРТРЕТНАЯ РЕТУШЬ и ПЛАСТИЧЕСКАЯ КОРРЕКЦИЯ

СДЕЛАЕМ ВАС КРАСИВЕЕ!

**ВЫ БУДЕТЕ НЕОТРАЗИМЫ НА ВАШИХ
ЛЮБИМЫХ ФОТОГРАФИЯХ**

SUPER ЦЕНА ОТ 2\$ ЗА ФОТО

ЧТО ТАКОЕ SEO-ТЕКСТ, И КАКИМ ОН ДОЛЖЕН БЫТЬ?

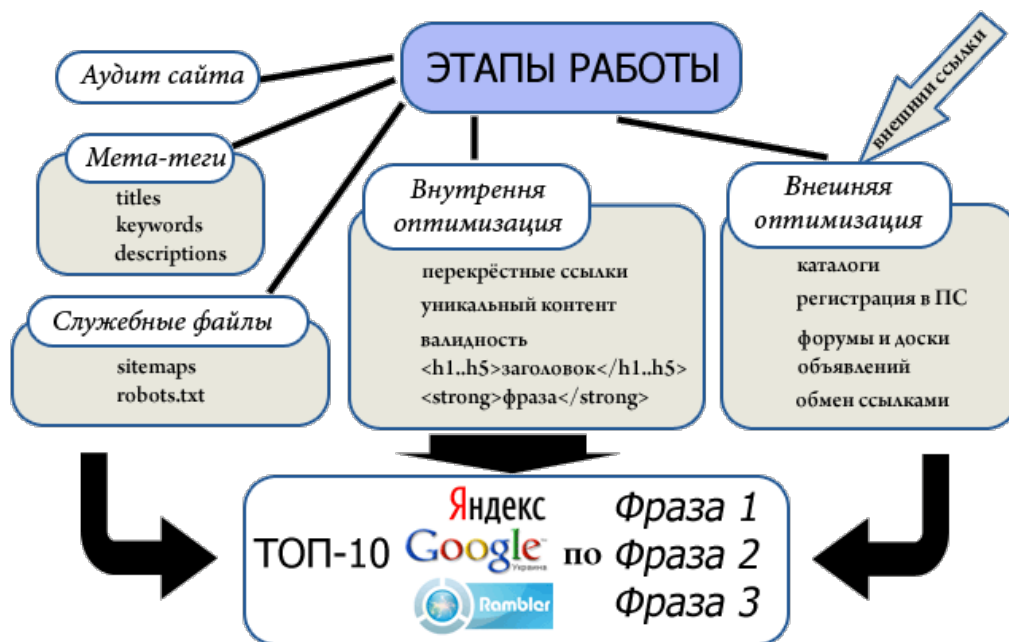
Существует множество способов поднятия сайта на вершины поисковых машин, но все они почти безнадёжны, если не была проведена работа по внутренней оптимизации.



Для того чтобы страницы сайта получили высокий рейтинг во внутреннем ранжировании поисковиков, необходимо заполнить их seo-текстом. Сайт, наполненный грамотным seo-контентом, рано или поздно получит первые позиции в выдаче поисковых систем, а если контент постоянно обновляется с соблюдением всех правил – сайт упрочит свои позиции.

Что же такое seo-текст? Это текст, который насыщен ключевыми словами из семантического ядра сайта с определённой плотностью. Семантическое ядро представляет собой сумму всех ключевых запросов, по которым необходимо провести поисковую оптимизацию сайта. Статьи, насыщенные ключевыми словами, привлекают посетителей из поисковых систем, и увеличивают рейтинг сайта. Однако алгоритмы работы поисковых машин никому не известны, кроме самих создателей ПС. Кроме того, они постоянно, меняются, совершенствуются. Поэтому важно, чтобы составлением семантического ядра сайта занимался грамотный оптимизатор, работающий не первый день.

Однако, несмотря на постоянные изменения в работе поисковиков, вложения в seo-копирайтинг были, будут и остаются оправданными. При малейшем изменении правил можно подкорректировать текст, изменить плотность ключевых слов, а не писать всю статью заново.



Написать seo-текст не так просто, как кажется на первый взгляд. Во-первых, статья должна максимально соответствовать требованиям поисковых машин и содержать необходимый процент ключевых выражений. Во-вторых, вся информация должна быть хорошо структурирована (списки, небольшие абзацы). И при всём при этом seo-текст должен быть интересен и полезен посетителям сайта. Некоторые запросы зачастую очень непросто «вбить» в статью, не нарушив правил русского языка.

Какой должна быть seo-статья, чтобы привлекать и посетителей, и поисковые машины? С этими задачами справится релевантный поисковым запросам тематический текст, с разумным количеством ключевиков. Релевантность - это соответствие ожидаемому. То есть если посетитель, ищущий информацию о собачках чихуа-хуа, пройдёт по ссылке на сайт о пластиковых окнах, это пагубно скажется на репутации сайта. Ключевых слов в одной статье должно быть не больше 5-6%, за чрезмерное их употребление сайт может получить бан. Желательно наличие в заголовках (title) и подзаголовках (h1, h2, h3...) ключевых выражений. Предпочтение при индексации роботы отдают тем статьям, в первом абзаце которых заключено множество ключевых выражений, выражающих суть текста.

И помните: необязательно оптимизировать текст сайта только под самые популярные (высокочастотные) поисковые запросы. Гораздо больший эффект зачастую даёт оптимизация по низкочастотным запросам, конкуренция по которым ниже. Подобрать ключевые выражения к статьям можно на странице ЯндексДирект (<http://direct.yandex.ru>).

СДЛ, ГС, MFS, MFA, СДБ. ЧТО ОЗНАЧАЮТ ЭТИ СОКРАЩЕНИЯ?

Может то, что я сейчас напишу кому-то давно не ново, но, как я заметил, на многих блогах люди оставляют комментарии такого рода: “Автор не надо выпендриваться, не все знают твои сокращения”, или: “Что за ГСы такие в индекс влетели у тебя?”. В своём блоге такого видеть я не хочу, т.к. веду его для всех уровней развития людей в области SEO, блогинга и манимейкинга. И так, хватит тянуть кота за хвост. . . :)

ЧТО ТАКОЕ СДЛ?

СДЛ можно расшифровать как **сайт для людей**, то есть сайт, который несёт людям пользу; сайт, на который люди заходят и получают именно то, что они искали; сайт, который не торгует усиленно ссылками через различного рода биржи ссылок, например сапу (sape.ru).

Теперь немного подробнее... Что по моему мнению представляет из себя СДЛ:

- **Дизайн** - уникальный, красивый, соответствующий тематике сайта, правильно структурированный, кроссбраузерно свёрстанный дизайн. (На первых этапах развития может быть и не уникальный, а шаблонный, но остальные пункты должны быть учтены.)
- **Удобная навигация** – красивое меню, которое не трудно отыскать, правильно подобранные категории.
- **Новости, посты** – правильная структура подачи контента. (абзацы, списки, выделения и т.п.)
- **Контент** – не обязательно уникальный, но и копировать новости на свой сайт с других ресурсов надо правильно (менять заголовки, структуру контента, добавлять что-то своё). Контент



должен быть полезный, нужный и тематичный (не нужно писать или воровать статьи про велосипеды на сайт – “уход лодками”)

- **Отсутствие ссылок из бирж.** (Если вы делаете даже полезный сайт, но изначально знаете, что будете на нём зарабатывать, продавая сапо-ссылки, это уже не СДЛ, а СДБ – далее подробнее).
- **Интерес** – сайт должен изначально нравиться Вам, чтобы было желание его развивать.

С СДЛ разобрались, переходим к следующему определению.

ЧТО ТАКОЕ ГС?

ГС расшифровывается грубо, но лучше определения нет – говносайт. Вот как выглядит ГС:

- **Дизайн.** – Паблик (общедоступные) и дефолтные (стандартные, идущие в комплекте с движком) не уникальные шаблоны, которые используются ещё кучей народа.
- **Контент** – всё что угодно, лишь бы не платить и не тратить своё время на написание его. Копипаст (взять с одного и вставить к себе на сайт), грабинг (копипаст в автоматическом режиме), синонимайз (текст прогоняется по базе синонимов, и на выходе получается тот же текст, только некоторые слова заменены их эквивалентами из базы), грабинг+ синонимайз, грабинг социальных сетей, блогов и ещё куча куча методов.
- **Навигация** – несколько карт сайта, в футере (подвале) полный пингатор (ссылки на все страницы с постами – записями – новостями), всё лишь бы побольше страниц пихнуть в сапу.

Собираются такие сайты, можно сказать, “на коленке”. Делаются лишь бы как и хоть бы как.

Сайты такого типа делаются массово, и веб-мастера, которые их создают, сразу же после того, как ГС или сетка ГС залетает в индекс, пихают их в сапу с нулевыми параметрами (ТИЦ и PR = 0), чтобы скорее отбить свои затраты и получить прибыль, т.к. такие сайты живут относительно недолго.

В настоящее время **создание ГС** многими саповодами поставлено на поток, т.к. существует огромная куча программ и скриптов, которые облегчают процесс создания **ГС** и доводят его до полной автоматизации. Одной из самых лучших программ является блогбот.

ЧТО ТАКОЕ MFS?

MFS расшифровывается как **Made For Sape**, то есть сделано для сапы.

Основное отличие **MFS** от **ГС** в том, что делаются такие сайты более качественно и руками.

Состав хорошего MFS:

- **Дизайн.** Шаблоны из паблика, но почищенные от всего мусора (внешние ссылки, лишний код) + иногда шаблоны уникализировать (меняют шапку, меняют структуру шаблона, например расположение блоков и вывод записей), что очень даже хорошо.

- **Контент.** Для MFS используют глубокий ручной рерайт (берётся статья с одного сайта и по ней пишется пересказ своими словами) + очищенный уникальный скан (сканируют книжки, которых нет в интернете, распознают текст и чистят ото всякого шлама). Структура контента такая же как на СДЛ сайтах. В каждой записи присутствует тематическая картинка с прописанными альтами (тэг – alt).
- **Навигация.** Удобная навигация как и у СДЛ + карты сайта как у ГС, чтобы засунуть в ту же сапу как можно больше страниц.

MFS сайты не суют в биржи сразу же, как только они попадают в индекс поисковых систем. Такие сайты отстаиваются несколько месяцев перед добавлением в биржи, так сказать траст (доверие в лице поисковиков) набирают + таким сайтам наращивают «пузомерки»: тИЦ и PR, а только потом уже добавляют в ту же сапу или ликфид...

ЧТО ТАКОЕ MFA?

MFA расшифровывается как Made For AdSense, то есть сделано для заработка на контекстной рекламе, не важно google AdSense или Яндекс директ...

Чтобы зарабатывать на контекстной рекламе, нужен трафик. Поэтому MFA сайты делаются очень качественно, по виду и типу создания они очень похожи на MFS, но все страницы и картинки заточены под определённые ключевые слова, для продвижения которых ведётся трудная работа. В основном MFA сайты делаются на английском, под буржуйский трафик, т.к. стоимость клика у них в разы выше.

ЧТО ТАКОЕ СДБ?

СДБ – это объединённое понятие всех выше перечисленных сокращений, а расшифровка, как Вы, наверное, уже догадались – сайт для бирж. Под это понятие нельзя только подписать **СДЛ**, т.к. если **СДЛ** начинает торговать ссылками, то превращается в **СДБ**. Эту аббревиатуру впервые прочёл на блоге Юса Питерского (<http://yusnet.ru/>).

Надеюсь, статья Вам понравилась, и Вы разобрались с этими сокращениями.





Рисунки для детских изданий,
журналов, научной литературы

Корпоративные
поздравительные открытки

Комплексное художественное
оформление промо-акций



Разработка дизайна,
макетной сетки, стиля

Книги, Журналы,
Художественные фотоальбомы

Допечатная подготовка

Цветокоррекция
фотографий класса ЛЮКС

Увеличиваем трафик С ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ ПРИ ПОМОЩИ СНИППЕТА

Нахождение сайта на верхних позициях - это еще половина работы, ведь нужно заставить пользователя перейти именно к вам на сайт.

Для этого необходимо, чтобы описание вашего сайта было «заманчивым» или оригинальным в отличие от конкурентов. Тогда клики обязательно будут, но чтобы описание у сайта было то, которое вы хотите – необходимо знать, как формируется сниппет, и необходимо работать над ним.

Сниппет – это текст, который используется в выдаче поисковых систем в качестве описания к сайту сразу после его заголовка. На него, естественно, обращает внимание большая часть юзеров. Из этого-то и может сложиться ситуация, когда сайт в ТОПе по популярным запросам, а переходов совсем мало.

Примеры

Приведу наглядный пример плохого и хорошего сниппетов. В качестве плохого, кстати, выступит моя статья «Белая база каталогов с высоким PR»

1. ["Белая" база каталогов с высоким PR | SEOinSoul](#)

SEO эксперимент на плотность ключевых слов. Комментариев: 121 к статье ""Белая" база каталогов с высоким PR" Андрей: 11 Сентябрь, 2008.

seoinsoul.ru/belaya-baza-katalogov/ [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Ну что тут можно сказать, по запросу «белая база каталогов» в сниппете: плотность ключевых слов, Андрей, сентябрь – в общем, полный бред. Естественно, видя такой сниппет, желание перейти на сайт явно пропадает.

10. [Базы белых каталогов бесплатно для allsubmitter!](#)

На этой странице собраны **базы белых каталогов** для прогона по Allsubmitter, скачайте бесплатно **базы белых каталогов** для авторегистрации!

www.earn-online.ru/bases_kat.php [сохраненная копия](#)

Здесь ситуация прямо противоположная – сниппет очень удачный, согласитесь, который так и заставляет перейти на этот сайт.

Также в качестве примера можно взглянуть на ТОП в «любимой» тематике оптимизаторов – кондиционеры, по запросу «купить кондиционер»:

1. [... кондиционеров. Рейтинг кондиционеров, рекомендации: где лучше купить...](#)
Кондиционеры первой группы имеют высокую стоимость — в среднем от \$800 до 1200 за сплит-систему мощностью 2,0 кВт. За эту цену можно **купить кондиционер**, обладающий следующими достоинствами: Высокая надежность и долговечность.
www.rclimat.ru/htm/con_rv.htm Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
2. [Кондиционеры и вентиляция. Все виды кондиционеров: продажа кондиционеров...](#)
В нашей компании Вы сможете не просто **купить кондиционер**, но и заказать монтаж **кондиционеров** в любое удобное для Вас время.
Кассетные **кондиционеры** устанавливаются в фальшпотолок и особенно эффективны для **кондиционирования** больших помещений.
+7 (495) 961-35-65 Москва, Кронштадтский бул., 35б
www.tehnoklimat.ru Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
3. [Кондиционеры ru - продажа и установка кондиционеров, сплит-системы, мобильные...](#)
Компания Dantex представляет мобильные **кондиционеры**, также их еще называют напольные **кондиционеры**. **Купить** их можно воспользовавшись нашим интернет магазином **кондиционеров** или позвонив по телефонам (499) 742-15-50, (499) 742-15-51.
www.conditionery.ru Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
4. [Кондиционеры Daikin, кондиционеры Panasonic, сплит-системы, мобильные...](#)
...трубка медная, труба медная для **кондиционеров**. Реклама: (наша компания не имеет отношения к содержанию рекламируемых сайтов) **купить кондиционер**.
+7 (495) 737-75-76 Москва, Орджоникидзе ул., 11
www.airflow.ru Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
5. [Купить кондиционер](#)
Для **кондиционирования** квартиры или небольшого помещения, лучше всего **купить кондиционер** бытового типа (RAC — Room Air Conditions).
Не спешите **покупать кондиционер** меньшей мощности, потому что он дешевле. Если **кондиционеру** приходится обогреть...
www.air-profit.ru/page/kupit-kondicioner [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
6. [Вентиляция, кондиционеры в Москве, купить кондиционеры panasonic, daikin...](#)
Покупая кондиционер в компании «МосКлимат» Вы обеспечиваете себе комфорт и стабильность работы вашей системы **кондиционирования**. **Купить кондиционер** любой фирмы Вы всегда сможете в нашей компании.
www.lmc.ru Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Два сайта из первой шестерки имеют не очень-то и внушительный сниппет, причем ТОП-1 имеет достаточно спорное описание, и лично я бы по нему не стал кликать. А ведь это одна из самых высококонкурентных тематик!

После приведенных примеров, я думаю, не стоит описывать полезность правильного и нужного ВАР сниппета и то, что пренебрегать им не стоит. Сниппет формируется в каждом поисковике по-своему, давайте разберемся с этим более подробно...

Google

Что касается Гугла, то он чаще всего показывает meta tag description для найденной страницы (если таковой присутствует, и даже если в нем нет запрашиваемого ключевого слова), тем самым используя прямое назначение этого тега. И уже реже, Гугл выводит фрагмент текста со страницы, содержащий запрашиваемую фразу, либо описание из каталога DMOZ. Соответственно, в Гугле понятно, на что нужно ориентироваться – пишем хороший, «продающий» description (обязательно с ключевыми словами), и CTR будет на высоком уровне.

Яндекс

С Яндексом дела обстоят совсем по-другому. Зачастую он выводит фрагмент текста со страницы, и намного реже тег description и описание из ЯК. Причем определенной зависимости вывода того или иного сниппета нет.

Единственное можно заметить, что когда сайт находится по НПС, то первоначально сниппет формируется из описания сайта в ЯК. Если сайта нет в ЯК, тогда показывается description. Ну и если нет ни того, ни другого, тогда сайт в выдаче остается без сниппета. Также сайт иногда остается без сниппета, а отображается только НПС, если мета тег description почти полностью дублирует title...

3. ["СпецПаркСтрой" - ландшафтный дизайн](#)

Проектирование территории, дендропланы, озеленение, разбивка газонов, благоустройство территории, пр. Устройство дренажных систем, наружного освещения, бассейнов, пр. Устройство детских площадок, пр.
найден по ссылке: [ландшафтный дизайн недорого....](#)

[www.pvd.ru](#) Москва [сохраненная копия](#)

4. [Студия ландшафтного дизайна. Заказать ландшафтный дизайн участков. Все услуги...](#)

Профессиональные дизайнеры создадут ландшафтный дизайн Вашей мечты
найден по ссылке: [ландшафтный дизайн недорого....](#)

[www.dgcorp.org/landscape_design.html](#) Москва [сохраненная копия](#)

9. [Ландшафтный дизайн, озеленение, благоустройство. Посадка деревьев крупномеров...](#)

найден по ссылке: [ландшафтный дизайн недорого....](#)

[www.garden-point.ru](#) Москва [сохраненная копия](#)

Выход здесь очевиден: делать грамотное описание в ЯК и description страницы.

Однако понятно, что НПС это лишь частный случай. Чаще всего в Яндексе встречается следующая ситуация: он показывает в сниппете кусок текста (от 160 до 250 символов), в котором больше всего встречается ключевых слов. Например, если в одном предложении вы дважды используете запрашиваемое ключевое слово, тогда это предложение наверняка попадет в сниппет.

1. [Кондиционеры.ru - продажа и установка кондиционеров, сплит-системы, мобильные...](#)

Компания [Кондиционеры.ru](#) осуществляет продажу и монтаж бытовых кондиционеров, сплит-систем всех ведущих мировых производителей. Осуществляет бесплатную доставку кондиционеров по Москве. В продаже всегда имеются мобильные кондиционеры.

[www.condicionerv.ru](#) Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Нередко встречается ситуация когда Яндекс включает в сниппет два предложения, которые в тексте находятся далеко друг от друга, например...

3. [LandTech: ландшафтный дизайн, благоустройство и озеленение территорий...](#)

Так возник ландшафтный дизайн и благоустройство территорий. Конечно, дизайн ландшафта тех времен сильно отличался от...

Безусловно, помимо представления и художественной задумки дизайнера, услуги ландшафтного дизайна учитывают и пожелания заказчика.

[www.landtech.ru](#) Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

В общем и целом, в плане сниппета, Яндекс совсем непредсказуем, но ничего с этим не поделаешь – в любом случае, нужно подстроиться под Яшу и работать над выбранными им кусками текстов.

По сути вариантов работы с уже сформированными сниппетами два – это **согласится** с выбранным фрагментом и сделать его привлекательней и, соответственно, **не согласиться**.

Если Яндекс выбрал в качестве сниппета совсем не нужный вам фрагмент текста, тогда необходимо из него удалить все ключевые слова. И уже после переиндексации сниппет будет другой.

Если же сниппет выбран более или менее подходящий – попробуйте поработать с этим куском текста на сайте.

Можно перефразировать выбранное предложение, изменить некоторые слова, добавить «заманивающие» фразы – в общем, сделать сниппет по сути рекламным. Главное будьте аккуратны и старайтесь не нарушать позицию ключевых слов, т.к. это может повлиять на изменение сниппета. Также все изменения проводите без особых увеличений или уменьшений объема выбранного кусочка текста.

Приведу небольшой пример на все тех же кондиционерах, чтобы всем было понятней и наглядней. Описание получилось, конечно, не идеальным, но ведь я и не копирайтер

Было: Кондиционеры первой группы имеют высокую стоимость – в среднем от \$800 до \$1200 за сплит-систему мощностью 2.0 кВт. За эту цену можно **купить кондиционер**, обладающий следующими достоинствами: Высокая надежность и долговечность.

Стало: Кондиционеры в нашей фирме имеют невысокую стоимость – в среднем от \$600 до \$1000. За эту цену с бесплатной доставкой у нас можно **купить кондиционер**, обладающий высокой надежностью и долговечностью – закажите прямо сейчас!

Объем текста почти не изменился, ключевые слова на своих местах – после таких изменений Яша и не подумает о замене фрагмента текста, и сниппет окажется более заманчивым. Также можно записать в этот фрагмент телефон организации или информацию об акциях или скидках, в общем, все что угодно (а есть еще немало оригинальных уловок), лишь бы привлечь внимание пользователя.

Естественно, все это годится в том случае, если можно делать любые изменения в тексте и если возможно «серый» кусочек текста превратить в рекламное предложение. Но обычно, даже средний копирайтер с этим превращением справится без проблем.

Обязательно экспериментируйте со сниппетами - добавляйте, удаляйте, изменяйте, постоянно отслеживайте CTR (Я.Вебмастер это позволяет). Только так вы найдете ЛУЧШИЙ вариант для вашего сайта, который принесет вам МАКСИМУМ целевого трафика.

Что такое блог И КАК ЕГО ВЕСТИ? СОВЕТЫ СПЕЦИАЛИСТА



Все больше и больше людей создают собственные онлайн дневники для того, чтобы делиться с другими «интернетчиками» своими наблюдениями или проблемами. Причем в рабочее время!

Помогает это или мешает карьере? Как превратить свой блог в выгодное предприятие? Как сделать свой дневник популярным? На эти и другие вопросы отвечает специалист из Франции по созданию, развитию и продвижению блогов Пьеррик Дютуа.

- Пьеррик, расскажите пожалуйста, о чем чаще всего пишут люди? Существует ли полная свобода слова в сетевых дневниках?

- Люди пишут обо всем: кулинарии, спорте, собственных историях из жизни или описывают воображаемые ситуации - то, чем хотят поделиться. Это может быть их хобби, жизнь, фильмы... Если у вас есть что-то, о чем вы хотите рассказать, но нет возможности разослать мейлы по всему миру, тогда заведите блог!

Конечно, есть полная свобода слова. Если вы уважаете закон и не пытаетесь нанять террористов, не оправдываете расизм или не выступаете против других религий - тогда вы можете говорить свободно.

- А есть ли какие-нибудь правила по ведению сетевых дневников: "общественные договоры" или интернет-законы?

- Да, конечно, существует определенный этикет в Интернете вообще и в блогах в частности. Прежде всего, всегда упоминайте и давайте ссылки на источники вашей информации. Нельзя ее просто копировать (иначе вы нарушаете авторские права и рискуете завоевать себе много врагов). Всегда уважайте других блоггеров. Каждый имеет право выразить себя, так что не пытайтесь «кричать» друг на друга только ради того, чтобы оживить дискуссию. Всегда прислушивайтесь к

мнению людей, оставляющих комментарии на ваши записи. И показывайте, что вы их учитываете. Дайте людям понять, что вы открыты для общения. Не забудьте, что однажды ваш блог станет очень популярным, и это во многом благодаря вашим читателям!

- Я слышала, что блоги иногда могут не просто радовать новостями друзей хозяина, но и приносить ему немалую прибыль. Так ли это?

- Да, это правда. Некоторые блоггеры в США и Европе с помощью своих дневников зарабатывают деньги. Также есть некоторые «профессиональные блоги». Например, блог компании «Gawker media group» имеет собственную бизнес-модель. К тому же вы можете оказаться хорошим писателем, и некоторые издатели могут предложить вам выпустить книгу. Иногда такое случается, учреждена даже специальная премия за книгу, написанную по материалам блога. Но «бизнес-модель» блогов все еще очень трудно уловить - ведь все зависит от людей, а не машин или математических подсчетов. Так что вы можете заработать миллионы долларов за ваш блог, но - что более ценно - вы можете встретить миллионы новых и интересных людей.

- Откройте секрет, как пользователю привлечь читателей на свой блог и сделать его популярным?

- Есть только одно правило: говорить правду! Будьте честны! Если вы фальшивите, крадете контент у других, говорите глупые вещи, никому не будет до вас дела. Блоги придуманы для того, чтобы сократить дистанцию между людьми, позволить всем показать, на что они способны. Блог может стать популярным, потому что у вас, например, самый творческий подход к кулинарии или потому что вы очень хорошо пишете и ваши рассказы на самом деле захватывающи. Возможно, вы знаете много интересного о бизнесе, книгах, жизни, и людям нравится читать ваши заметки, как утренние газеты. Существует много способов привлечь людей. Так же много, как много тем для разговора или людей в мире.

- Пьеррик, можете ли вы дать какие-нибудь прогнозы развития блогов в нашей стране? Как вы думаете, может быть, в России, как и в Европе не иметь своего блога будет скоро также неудобно, как не иметь собственной визитной карточки?

- Возможно. Блоги уже очень популярны в России (посмотрите, сколько пользователей у Live journal). Только в России еще не очень широко развит Интернет. Я думаю, что у россиян, а также всех, кто говорит на русском языке, огромный потенциал для блогов. Одно только исследо-





вание Яндекса показывает, что блогосфера очень активно развивается в России. Вот только нужна хорошая, простая и удобная система для того, чтобы каждый смог создать свой блог.

- Это не опасно, вести блог? Вдруг кто-нибудь прочитает и обидится? Или узнает вас под псевдонимом и соответственно, некоторые подробности вашей личной жизни, которые бы не хотелось афишировать?

- Опасно делать глупые вещи. Блог таков, каким вы его создаете. Вы можете пользоваться псевдонимом и писать о выдуманной стране, просто для развлечения. Или вы можете рассказывать все о своей жизни. У вас в руках ключи от машины, которую вы поведете, куда и как захотите. Да, конечно, если вы описываете свою жизнь, даже под псевдонимом, люди могут узнать вас по стилю, по событиям, тогда кто-то может и обидеться, ведь вы могли быть грубоваты или резки по отношению к ним. Но ведь кого-то вы можете и осчастливить. Все зависит от ваших целей и мудрости. Но думаю, что если вы достаточно умны, вы можете хорошо конспирироваться и тогда сделаете всех немножечко счастливее.

- Как вы думаете, блоги как-нибудь сказываются на личной жизни или работе людей? Способствуют творческому развитию личности?

- Я скажу, что для многих людей блоги – это своеобразная терапия, способ выразить свою жизнь с другой стороны, нежели они это делают на работе. Я был удивлен, когда узнал, сколько людей отказалось от посещения психотерапевтов, после того, как они получили возможность выражать свои эмоции в блогах. Писательство – это своеобразная терапия, а публикация блогов – это возможность получить отзыв от кого угодно. Многие люди стали известными благодаря своим политическим обзорам, шуткам, интересным историям... Да, это способствует творческому развитию личности.

- Большинство людей ведут блоги прямоком со своего рабочего места. Как вы считаете, не страдает ли от этого работа?

- Трудно сказать! А, по-вашему, работа страдает от пользования Интернетом или ICQ? Я думаю, что сегодня, с появлением Интернета, границы между работой и домом стираются. Иногда вы можете находиться дома, заходить в свой почтовый ящик, читать рабочую почту, отвечать на письма. Иногда на службе вы заказываете цветы для жены. Но конечно, если 4 часа к ряду вы тратите на то, чтобы вести свой блог, тогда конечно, работа будет не выполнена. Но я уверен, что если вы любите свое дело, то не будете тратить 4 часа, чтобы вести дневник.

Что хорошего в блогах – так это то, что никто не заставляет его вести, вы просто придерживаетесь собственных правил.

Как попасть в журнал в качестве автора?



ВСЕ ПРОСТО, НЕОБХОДИМО:

- Быть блоггером;
- Уметь красиво и грамотно излагать свои мысли;
- Написать интересную статью на одну из тем, связанных с блогосферой, SEO, монетизацией;
- Отправить заявку на рассмотрение вашей статьи по адресу: viptravel07@inbox.ru

КАК ПОПАСТЬ В РУБРИКУ “ОБЗОР МОЛОДЫХ БЛОГОВ”?

- Отправьте письмо в редакцию журнала по адресу: slaid89@gmail.com с пометкой “Я - новичок”.
Ваш блог будет рассмотрен!

Более подробно о размещении ваших статей в журнале вы можете узнать здесь:

<http://blog-news.com/author.html>

Реклама в журнале: Более подробно о размещении рекламы в журнале вы можете узнать здесь:

<http://blog-news.com/reklama.html>

Зелёный маркетинг и реклама:

ТРЕНДЫ БУДУЩЕГО

Автор: **Мария Быстрова**
<http://mariabystrova.ru/>

В 80-е годы, когда в США появились первые эко-продукты массового потребления, маркетологи старались отвлечь внимание покупателей от... самого факта их экологичности. «Эко» было опасным, непроверенным преимуществом. Считалось, что люди, привыкшие заботиться только о своём собственном комфорте, его просто проигнорируют.

Сегодня, когда «озеленяется» даже McDonalds, а General Electric и Wal-Mart вкладывают миллионы в экологические программы, становится очевидно: зелёный маркетинг — не причуда, а эффективное требование времени. «Зелёная волна» буквально захлестнула США и Европу: обнаружилось, что миллионы людей готовы отдать предпочтение эко-продуктам, а здоровый образ жизни превратился в моду, которая в любой момент готова достигнуть и нашей страны. По данным Information Resources, сегодня уже 48% американцев при покупке обращают внимание хотя бы на один из показателей экологичности товара: самого продукта, его упаковки или магазина, в котором он продаётся. А значит, речь идёт о новых конкурентных преимуществах и огромной прибыли.

Что же произошло? Неужели пресловутый потребитель вдруг стал хорошим, добрым и социально ответственным? Не думаю. Скорее, произошло естественное движение по пирамиде потребностей, а также цепная реакция со стороны лидеров мнений. К примеру, Брэд Питт всю строит эко-сообщество в Новом Орлеане, а глава Google Сергей Брин ездит на гибридной Toyota Prius. «Эко» из неудобного компромисса и чужачества уверенно превращается в новую моду, новый, привлекательный стиль жизни. Произво-



дители могут долго обыгрывать раздутую потребность в комфорте, выпускаемая самоподнимающиеся унитазные сиденья с подогревом. И это никуда не денется. Но уже достигнута та точка, в которой неизбежно возникает и будет востребована альтернатива.

Я пишу о зелёном маркетин-

ге. Да, есть социальная реклама, которая призывает людей осознать и решать проблемы — в основном эксплуатируя инстинктивное отторжение, которое у зрителя вызывают разные жуткие картинки. Но для решения проблемы этого мало. Сегодня перед маркетологами и рекламными специалистами стоят две большие задачи. Одна из них, «внутренняя», состоит в том, что-



бы вывести бизнес на новый уровень и выпустить на рынок новый, более экологичный товар. Иными словами, сформировать новые преимущества. «Внешняя» же задача связана с тем, чтобы рассказать об этих преимуществах, сформировать эко-статус компании и её товаров, завоевать сердца людей и превратить их не просто в «потребителей», а в полноценных лояльных пользователей бренда. Эта задача коммуникативная и лежит в аккurate в моей сфере деятельности: копирайтинг, PR, реклама.

«Но у нас-то этого ещё нет!» — скажете вы, и будете правы. «У нас» нет даже русскоязычных источников о зелёном маркетинге, хотя на Западе уже есть и книги, и блоги, и целые компании, работающие в данной сфере. Россия — сырьевая страна, и неудивительно, что новые экономические тенденции доходят до неё с опозданием. Но перед нами есть факторы, которые нельзя отрицать: истощаемость ресурсов, низкая энергоэффективность сырьевой экономики, а главное — её снижающаяся конкурентоспособность. Знаете ли вы, что все основные конкуренты наших нефтегазовых гигантов — не многие, а все! — активно вкладываются в альтернативные источники энергии и НИОКР? Курс на инновационное развитие, объявленный в нашей стране, нужен не для «красного словца», а для выживания. А там, где возникает инновационная экономика, с её духом соревнования, с её естественным, в отличие от сырьевой, стремлением вперёд — там есть и переоценка ценностей, и внимание к вопросам экологии.

Вот почему сегодня я изучаю зелёный маркетинг, его методы и приёмы, и пишу об этом в своём блоге. Уже сегодня я могу многое рассказать на эту новую для нас тему, и даже предложить идею зелёной рекламной кампании. Во многом ещё предстоит разобраться, но эта тема явно стоит того. Присоединяйтесь!

БЛОГИ

ПРОТИВ ЖУРНАЛИСТИКИ



Блоги, как массовое явление зародилось в интернете давно. С момента их появления научный мир постоянно следит за их развитием, крупные компании включают обзор блогов в свои маркетинговые исследования и даже пиар-компании мониторят их с целью продвижения своих лидеров на политической арене. В общем, блоги – это крайне полезная во многих отношениях тенденция.

Но у медали всегда есть две стороны, так и в этом случае блоги породили собой армию противников. Работодатели, государственные службы видят в личных дневниках угрозу себе и даже общественному правопорядку. Крупные фирмы тратят большие суммы на погашение задолженности провайдерам за трафик, который порождают их сотрудники во время посеще-

ния любимых блогов. И это еще не считая тех убытков, которые несет фирма за потраченное впустую время. А спецслужбы? Любая свобода слова, к тому же так легко доступная, является потенциальным источником оппозиционных настроений и средством нелегальной пропаганды. Но все эти противники уходят на второй план по сравнению с реальным врагом блогосферы. Это журналисты. Блогеры отбирают у них хлеб, а что может



быть страшнее голодной собаки, у которой отобрали кость. И эта незримая война продолжается в интернете не один год.

В общем-то обвинять в сложившейся ситуации некого и нечего. С одной стороны доступность информации, которую предоставляет интернет, легкость ее размещения диктуют новые правила игры. Тут уже кто первый тот и успел. Информация, такая как новости – новый вид творчества, в котором каждый не против попробовать свои силы. Вот и получается, что один человек или небольшая команда энтузиастов, ведущая блог, становятся более востребованными, чем целая индустрия средств массовой информации.

Но возникает вопрос: “причем здесь блоги?”. Никто не оспаривает авторитетность журналистики как источника достоверной информации. Все равно объективную оценку окружающей нас жизни могут дать только они, журналисты. Но посудите сами, кто хоть раз не обращался к интернету за информацией из первых рук, кто хоть раз не использовал интернет как источник для написания рефератов, дипломных работ. А видели вы хотя бы раз фотографии с места событий, сделанные не профессиональными фото-репортерами, или видео ролики, выложенные на страницах любительских сайтов. Вот! Именно стараниям тех самых блогеров надо сказать спасибо.

В качестве вывода хочу сказать, что журналисты и блогеры будут существовать и работать вместе пока и у тех и у других есть свои поклонники. Журналистика продолжает существовать на своем авторитете, в то время как блоги будут радовать своих читателей оперативностью, независимостью и субъективным мнением их авторов.

СВЯЗЬ

И ПОИСК



Вы когда-нибудь задумывались о значении понятия “связь”. Не только в плане эмоциональном или там еще возможности выйти на контакт, и не техническом плане в рамках IT технологий. Вот “связь” как явления?

Рассматривая такой вопрос современности нельзя не обойти медиа сферу интернета, а именно социальных сетей. Хотя мы слышим множество неодобрительных комментариев в сторону этого, не побоюсь такого слова, пласта социальной деятельности интернета, но в основе лежит именно принцип явления связи. Не надо думать, что это все плохо. Абсолютно позитивные аспекты очевидны, какие именно, читайте дальше в статье. На чем обосновываются негодования вокруг социальных сетей. Попробую объяснить кратко и понятно:

Наверное, самое главное - это особенности нашего подсознания. Объясняю. Человек пытается заменить контакты и способ общения на виртуальный способ передачи этой энергетической, эмоционально насыщенной информации. Именно виртуальной. Мы все понимаем, что это приводит к некоторой зависимости от социальной сети. Виртуальности - это неотъемлемая часть интернета, как информационного потока.

ПОИСК

Дальше, разбирая такое заявление, можно сказать, что такая привязанность к социальным сетям вызвана лишь их удобством. Действительно, в заданном векторе вы можете найти нужного человека без любых затрат и проблем. Так же еще



одним понятием, которое непосредственно относится к социальным сетям, можно назвать поиск. В принципе, каждый понимает, о чем я. Найти человека, нуждающегося в вашей помощи или просто давно “потерянного” (в смысле не потерянного для общества) в суете дней и времени. Модулирую ситуацию. Вы находитесь далеко от дома.

Будь то студент или просто по работе, или в силу причин жизненных, контакта с домом, друзьями семьей у вас нет. Именно здесь вам поможет социальная сеть. Притом, что она удобнее, чем электронный адрес.

Простота использования, минимум требуемых знаний, скорость и быстрота без затраты времени. Плюс еще к данной характеристике социальных сетей можно отнести их свойство мультимедиа, ну как без развлечений; и двусторонность работы, да какая так двусторонность - многопользовательская многовозможность. Вы становитесь также доступным портом связи для других людей. Представьте упрощенности связи с вами хотя бы в рамках работы.

Что до собственно самих сетей, то мы слышали и про уже поповых одноклассников, и про всем известных вконтактерах. Но еще есть и другие перспективные, притом уже популярные социальные сети, которые еще не



приобрели тех “уроков”, что уже имеются у других. Вот, к примеру, webice.ru. Что про них можно сказать. Webice.ru очень симпатично смотрится рядом с другими социальными сетями. Абсолютно работоспособная сеть с широкими возможностями, развитым обменом информацией, полностью готовым удовлетворить активных интернет “манчиков” заходящих на webice.ru.

Раз заговорил я о специфических социалках, то нельзя не упомянуть что Webice.ru – социальная сеть для веб-мастеров. Такие сети очень полезны блоггерам и веб-мастерам. В чем заключается функция полезности?

- **Быстрая индексация постов (статей)** – при добавлении новой записи, вы можете указывать источник – ваш сайт (блог), что значительно ускоряет индексацию.
- **Повышения ссылочной массы** – чем больше вы будете постить в социалки, тем больше ссылок на вас будет. Вот откуда берется тИЦ и ПР)))
- **Источник трафика** – каждая новая запись на социалках такого плана как webice.ru приносит ощутимый трафик. На первых этапах построения блога очень важно найти первых читателей, в чем и помогают подобные сети.

В конце можно сказать, что выводом в этой статье есть все-таки позитивное влияние и деятельность социальных сетей на развитие информационного общества в мире и нашей стране в частности.



Отображение **RSS-КАНАЛА** В ВИДЕ ТЕКСТА

Для того чтобы отобразить ваш RSS счетчик в виде текста, вам всего лишь понадобится прописать несколько строчек кода, который потом нужно загрузить в корневую папку сайта, прописать строчку в теле вашего сайта, и все; счетчик подписчиков будет отображаться не иконкой, а текстом.

Итак, приступим.

Для начала откройте блокнот и скопируйте туда следующий код:

```
01. 02.//get feedburner count
03. $whaturl="https://feedburner.google.com/api/awareness/1.0/GetFeedData?uri=vsegonet";
04.
05.//Initialize the Curl session
06. $ch = curl_init();
07.
08.//Set curl to return the data instead of printing it to the browser.
09. curl_setopt($ch, CURLOPT_RETURNTRANSFER, 1);
10.
11.//Set the URL
12. curl_setopt($ch, CURLOPT_URL, $whaturl);
13.
14.//Execute the fetch
15. $data = curl_exec($ch);
16.
17.//Close the connection
18. curl_close($ch);
19. $xml = new SimpleXMLElement($data);
20. $fb = $xml->feed->entry['circulation'];
21.//end get feedburner count
```

В место **vsegonet** в первой строке кода вставьте **свой RSS канал**.

После этого, сохраните этот файл с именем: **rss.php**, а затем сохраните его в корневом каталоге вашего сайта.

Теперь скопируйте и вставьте следующий код:

```
<?php include("rss.php"); ?>
```

Вставить его надо внутрь тела (<body>) вашего сайта.

Теперь все, что вам нужно сделать, это добавить вот этот код:

```
<?php echo $fb;?>
```

Вставьте его внутри своего веб-сайта, где вы хотите, чтобы был RSS счетчик.



КНИГИ про УКРАИНУ



Путеводители
Художественные фотоальбомы

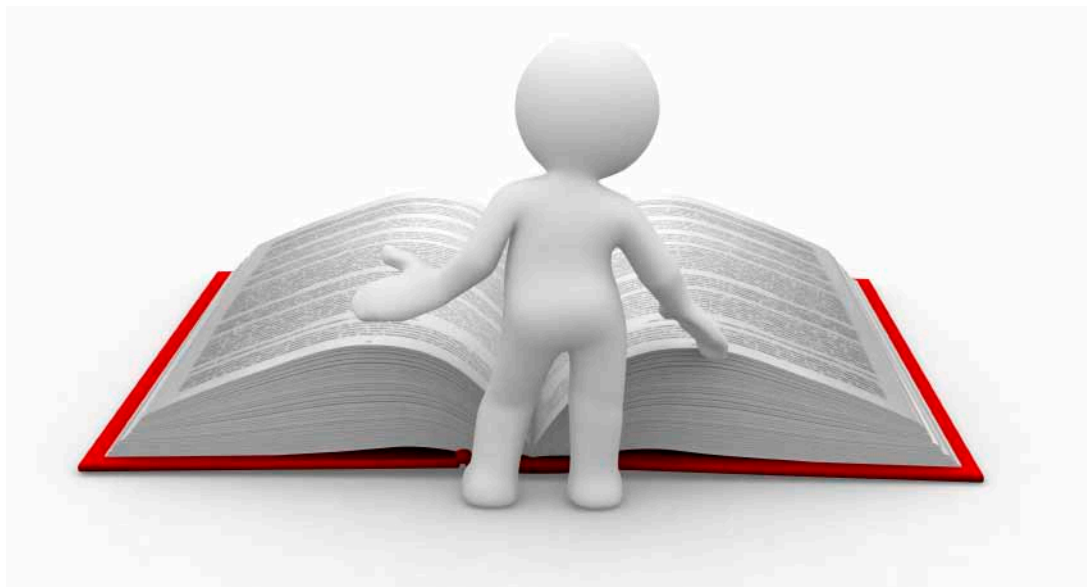


Документ

Автор: *Демьянчук Виталий*

Блог автора: <http://dataword.info/>

ФОРМАТА PDF И ЕГО ИНДЕКСАЦИЯ ПОИСКОВЫМИ СИСТЕМАМИ



Формат PDF был разработан фирмой Adobe Systems, чтобы решить проблему единства отображения и обработки полиграфической продукции в различных информационных средах (его кроссплатформенность) и довольно успешно справляется с этой задачей и по сегодняшний день.

Однако со временем у этого формата появилось и иное предназначение. Универсальность этого формата спровоцировала рост его популярности, а, следовательно, увеличилось и количество публикаций, доступных в этом формате в электронном виде в Интернете.

Изначально файлы формата PDF в сознании многих людей ассоциировались именно с качественным уникальным контентом, т. к. с его помощью часто публиковались и публикуются различные отчёты, доклады, статьи, руководства и другая полезная информация. Конечно, было бы глупо упускать такой источник полезной инфор-

мации. Со временем все популярные поисковые системы научились индексировать файлы PDF и ранжировать их, что автоматически поставило их наравне с привычными для нас файлами в формате HTML (веб-страницами).

Нам же важно не упустить возможную выгоду и научиться правильно оптимизировать файлы подобного рода для поисковых систем, чтобы обеспечить их лучшую видимость в результатах поиска. Долгое время файлы PDF воспринимались исключительно как файлы-архивы, для открытия которых необходимо было их загружать на компьютер и читать в сторонней программе (Например, в Adobe Reader – программе для просмотра формата PDF). Так было раньше, сейчас же многое меняется: значительно увеличиваются скорости Интернета, появляются встроенные в браузер плагины для чтения формата PDF, позволяющие просматривать файлы сразу же в браузере. Например, уже сегодня в браузере Opera можно читать файлы PDF прямо на сайте онлайн. А это всё прямое свидетельство того, что популярность этого формата в обозримом будущем будет только расти. Это теперь не только универсальный формат для хранения и редактирования полиграфии, но также и способ передачи информации в Интернете (выполняющий функции обычной веб-страницы).

В этой статье я старался систематизировать информацию, осветив как можно больше фактов, влияющих на индексацию поисковыми системами документов этого формата в Интернете, а также ответив на самые распространённые вопросы, которые возникают у веб-мастеров, использующих эти файлы на своих сайтах.

Любой веб-мастер и seo-оптимизатор должен понимать, что файл PDF – это такая же страница сайта, как и файл в формате HTML. Как правило, на этот файл ссылаются так, что он является тупиковым для поисковой системы, т. к. в нём почти никогда не содержатся ссылки на другие страницы сайта, а зря. Каждый PDF-файл (как и страница HTML) находится в индексе поисковых систем, следовательно, имеет и свой поисковый вес, передаваемый по ссылкам (ВИЦ или PR, если хотите). Я настоятельно рекомендую вам в любом файле PDF, выложенным на сайте, делать ссылки на обычные HTML-страницы сайта и на другие страницы PDF (можно даже продублировать навигацию основного сайта). В данном случае вы будете только в выигрышном положении, т. к. помимо передачи поискового веса по ссылке, посетитель, скачав файл PDF с вашего сайта и ознакомившись с информацией в нём, может к вам вернуться, щёлкнув по ссылке, ведущей на ваш сайт из скачанного документа. К тому же файл PDF редко редактируется, поэтому часто сохраняется в первоначальном виде, а также как файловый архив может стремительно распространяться через различные файловые хостинги, а это, опять же, новые пользователи для вашего сайта (тот редкий случай, когда поисковая оптимизация напрямую влияет на непоисковое продвижение).

ПРОГРАММЫ ДЛЯ РАБОТЫ С ФАЙЛАМИ PDF

Для создания файлов PDF используйте программу Adobe Acrobat, т. к. она имеет целый арсенал средств, которые способны максимально качествен-

но оптимизировать наши файлы. Несмотря на это, можно (но не рекомендуется) использовать и другие программы. Например, для создания файлов PDF вы можете использовать связку программ Adobe Pagemaker и Adobe InDesign или текстовые редакторы наподобие Word из пакета Microsoft Office или Write - из OpenOffice. Когда будете использовать текстовый редактор Word для создания документа формата PDF, то используйте теги H1, H2, H3 и другие подобные для оптимизации текста документа. Вы должны сделать полученный текст базирующимся на языке HTML, чтобы поисковые системы эффективно его индексировали.

Не используйте программы типа Photoshop и Illustrator, т. к. после обработки документа на выходе информация превращается в одно большое изображение, текст на котором не распознать поисковым системам. Однако часто случается и то, что у веб-мастера уже есть большое количество PDF-файлов, полученных от заказчика, или же специфика темы на сайте такая, что по ней есть информация в электронном виде только в этом формате. Если у вас именно такой случай, то не отчаивайтесь. Сейчас активно разрабатываются программы, способные распознавать текст на изображениях, что позволяет модифицировать текст на изображениях в обычный текст, который индексируется поисковыми системами. В России довольно успешно распознаванием текстов занимается компания ABBYY. К примеру, вы можете воспользоваться их конвертером Abby PDF Transformer. Хочу сразу заметить, что это довольно уникальный продукт, аналогов которому почти нет. В его возможности входит конвертирование текста на картинках PDF в текст, способный индексироваться поисковыми системами.

Несколько слов, я думаю, можно сказать и про программы конвертеры. Если же вы решили, что по каким-то причинам формат PDF на сайте вас не очень устраивает, а контент вашего сайта состоит, в основном, из файлов PDF, то у вас есть возможность переконвертировать эти файлы в формат HTML, используя различные бесплатные и платные PDF конвертеры.

Вот небольшой список таких конвертеров:

- *Advanced PDF to HTML*
- *Comfortable PDF to HTML*
- *Easy PDF to HTML*
- *Adobe Acrobat Pro Extended – это конвертер компании Adobe, но известно, что оптимизаторы испытывают сложности с этой программой.*

Теперь, я думаю, самое время поделиться с вами секретами оптимизации файла PDF для поисковых систем.

ИЗОБРАЖЕНИЯ

Не используйте слишком много изображений или изображения большого размера. Картинки хоть и улучшают внешний вид, однако также увеличивается размер файла и время его загрузки. Как и на HTML-странице, если вы поставите много изображений (особенно неоптимизированных), то это потребует больше времени для их загрузки в браузер. Но помимо оптимизации размера изображений PDF-документа, необходимо также

оптимизировать и подписи (альтернативный текст) к ним. У каждого изображения документа должна быть своя подпись, как к картинкам обычной HTML-страницы.

РАЗМЕР ФАЙЛА

Нужно всегда помнить, что поисковые системы не индексируют файлы, которые слишком много весят. Например, поисковая система «Яндекс» не будет индексировать файлы весом больше, чем 10 Мб, отсюда следует правило, что файл PDF не может быть больше 10 Мб.

Если говорить про оптимальный размер PDF-файла, то многие seo-оптимизаторы считают его величину в пределах 500 - 1000 Кб, т. к. с файлами именно таких размеров происходит меньше всего ошибок, связанных с индексацией файлов.

Для оптимизации размера в программе Adobe Acrobat есть специальная функция: Advanced > PDF Optimizer.

Внимание! При создании PDF-документа в любом редакторе обращайтесь внимание на версию получаемого файла. Рекомендуемая версия – 1.5 и ниже, т. к. такой файл гарантированно будет читаться всеми программами для просмотра PDF и роботами поисковых систем. Формат PDF позволяет оптимизировать также и копию документа, поэтому по возможности оптимизируйте и её.

ТЕКСТ ФАЙЛА

Старайтесь избегать большого количества текста в одном файле PDF, дробите один файл на несколько файлов, причём, линкуйте их ссылками внутри каждого такого документа (так, как бы вы это делали с обычными HTML-документами).

Оптимизируйте текст файла PDF под конкретные ключевые запросы, а здесь надо уделять внимание таким же показателям, как и на обычной веб-странице (плотность ключевых слов не выше 5% и прочим). Если вы хотите получить хорошо индексируемый и релевантный поисковым запросам контент PDF-документа, вы должны стараться избегать нагромождения страниц в нём. При внутренней оптимизации текста, а именно: заголовков и подзаголовков; ключевых слов и фраз, необходимых для вашего документа, - будьте очень осторожны, чтобы файл не выглядел «заспамленным» и не вылетел, в итоге, из индекса поисковых систем.

Если ваш файл PDF разбит на несколько частей, то настройте порядок отображения этих частей. От порядка чтения документа зависит то, какая информация будет предоставлена поисковому роботу сначала, а какая - потом. Помните, что наибольшую поисковую значимость



имеют ключевые слова, находящиеся ближе к началу документа, поэтому если в документе обратное, то вам стоит перестроить логическую последовательность частей вашего PDF документа, чтобы выделить наиболее важные части и улучшить их поисковую видимость в Интернете.

Сделайте оглавление (поисковую карту документа), каждый пункт этого оглавления оформите ссылкой (закладкой) внутри PDF документа, для каждой ссылки пропишите ключевые слова в описании ссылки. Этот приём наиболее эффективен для документов, состоящих из нескольких логических частей и с большим количеством страниц – он обеспечивает качественную внутреннюю перелинковку документа, позволяющую эффективно индексировать документ поисковыми роботам.

Если вы хотите создать справочник, руководство или другой документ, предполагающий большой объём информации в одном файле, то я рекомендую создавать подобные документы в формате DjVu. Страницы документов (контент) в этом формате не индексируются поисковыми системами. Но если по каким-то причинам у вас не получается уменьшить размер PDF-файлов и разбить их на несколько отдельных файлов, то можно воспользоваться очень удобной функцией в программе Adobe Reader - Optimize for Fast Web View, позволяющей просматривать уже загрузившиеся страницы документа, не дожидаясь его окончательной загрузки. Это удобно для тех пользователей, кто будет просматривать ваш PDF-файл непосредственно на вашем сайте в режиме онлайн.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ (МЕТАПОЛЯ)

Очень важно заполнить всю дополнительную информацию о вашем файле PDF. Уделите особое внимание таким тегам как: Title (заголовок), Author (автор материала), Subject (тема), Keywords (ключевые слова документа), Descriptions (описание PDF-документа) и Copyright (авторские права). Все эти настройки можно найти в программе Adobe Acrobat в меню File > Document Properties. Метаданные файла PDF имеют схожее происхождение с метатегами файлов HTML, так что уделяйте им особое внимание при оптимизации.

КОДИРОВКА, ШРИФТЫ И РАСПОЛОЖЕНИЕ ФАЙЛА

Несколько слов нужно сказать и про оптимизацию шрифтов. Не забывайте включать в сам файл все необходимые (нестандартные) шрифты. Довольно часто для декоративных целей используются самые разнообразные и редкие полиграфические шрифты, которые могут плохо восприниматься поисковыми системами, поэтому, по возможности, старайтесь пользоваться стандартными шрифтами (Arial, Helvetica, Sans-Serif, Times New Roman и другими), которые хорошо индексируются поисковыми системами. Их плюс в том, что они присутствуют по умолчанию в любой операционной системе, поэтому из документа PDF их можно спокойно исключить, уменьшив тем

самым размер файла.

Шрифты, которые не были добавлены в PDF-документ или отсутствуют в операционной системе, будут отображаться тем шрифтом, который имеется (самым близким по значению), что может привести к нежелательным последствиям, а именно к увеличению или уменьшению числа страниц, количества символов в строках, межстрочного интервала и других проблем метрики.

Довольно болезненный параметр для поисковых систем - кодировка файла. Если поисковая система не сумеет определить кодировку вашего PDF файла самостоятельно, то документ вообще не будет проиндексирован, поэтому всегда проверяйте, указана ли она. Желательно использовать самые известные и популярные кодировки.

Ваш файл PDF, как и обычная страница файла, должен быть максимально близок к корню сайта. Ссылайтесь на них ближе к главной странице, не пытайтесь засунуть его глубоко в структуру сайта, чтобы не понизить поисковую значимость вашего PDF документа.

Не давайте вашим документам в формате PDF слишком сложные имена. Упрощайте их. Несколько слов в названии самого файла разделяйте символом «_». Например: `imya_documenta.pdf`. Также для разделителя можно использовать и символ «-», но я рекомендую использовать первый вариант.

После всех проделанных операций по оптимизации можете выкладывать файл на сайт. Поисковые системы найдут файл, проиндексируют его и начнут выводить в результатах поиска, и если материал интересен, начнётся самораскрутка его среди посетителей - на файл начнут ссылаться, скачивать и публиковать его в других местах (а сам файл будет с ссылками на ваш сайт). Неплохо, не правда ли?

Напоследок, предоставляю вам пару ссылок, которые могут быть полезны в связи с опубликованным материалом:

<http://ru.wikipedia.org/wiki/PDF> - общая информация о файле PDF

<http://get.adobe.com/reader/> - последняя версия Adobe Reader

<http://www.adobe.com/products/acrobat/> - последняя версия Adobe Acrobat

<http://www.abbyy.ru/pdftransformer/> - последняя версия Abbyy PDF Transformer

<http://www.taurion.ru/acrobat> - самоучитель работы в программе Adobe Acrobat

В этом обзоре я постарался ответить на наиболее распространённые вопросы по оптимизации файла PDF, которые задают люди, занимающиеся раскруткой сайтов. Но если у вас появились вопросы или что-то осталось непонятным, то, пожалуйста, сообщайте об этом! Буду рад любым отзывам от вас! Спасибо!



У вас несколько блогов? КАК ВСЕМ ЭТИМ УПРАВЛЯТЬ



Управлять несколькими блогами - нелегкое занятие. Большое количество блогов требует к себе огромного внимания, а так же много времени.

Если вы запустили несколько блогов, вы можете убедиться сами в том, что трудно держать все под контролем.

Потеря контроля над блогами, такая как нехватка времени или не обращение должного внимания одному или нескольким вашим блогам, может привести ко многим проблемам. Вы будете разочарованы и запутанны. Ваши читатели будут разочарованны. И что хуже всего, вы в глазах ваших читателей можете выглядеть очень непрофессионально и неорганизованно.

Тем не менее, существует несколько способов сделать вашу жизнь проще. Вот шесть советов, которые помогут вам управлять несколькими блогами, и никогда не терять контроль над ними.

1. Настройка расписания. Назначение написа-

ния постов для каждого блога в определенный день недели. И последний день рабочей недели оставьте для просмотра всех блогов и, если надо, то ответа на комментарии к вашим постам.

2. Начинайте работать рано. Не откладывайте написание постов в ваших блогах, вставайте рано и начинайте работать. И если у вас есть уже готовые посты для ваших блогов, которые надо только опубликовать, то не откладывайте это. Так как, закончив все это, вы будете приятно удивлены, что у вас осталось время и на другие дела, кроме как сидеть и заниматься блогами до ночи. Умейте правильно распоряжаться своим временем.

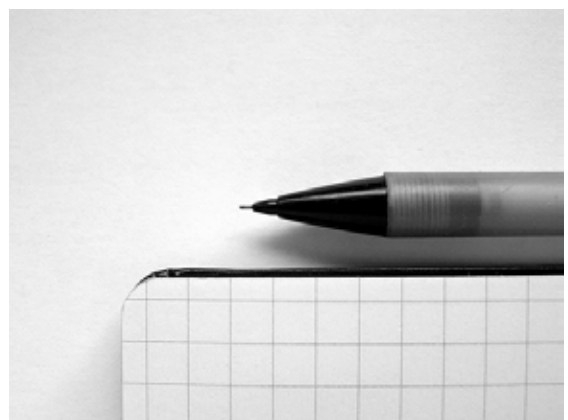
3. Короткие посты. Нет никаких причин писать длинные посты. Пишите коротко и понятно, при этом не теряйте смысла написанного вами. Ваши посты не должны быть больше, чем 400-500 слов. Идеальная длина составляет около 300 слов.

4. Используйте видео. Видео - отличное решение для блогов. Найдите соответствующее видео на тему вашего блога, вставьте его и не забудьте написать пару строк к этому видео. Видео поможет вам в том случае, если контент еще не готов для вашего блога, и на данном этапе вы еще не готовы к его публикации, но в блоге обязательно надо что-то написать; так что видео поможет сохранить вашу аудиторию, читающую ваш блог, которая ждет от вас новых постов.

5. Гостевые посты. Если вы заметили, что кто-то из ваших гостей на блоге оставил отличный комментарий к вашему посту, почему бы не предложить этому человеку написать пост или два для вашего блога? Или, как вариант, найди таких же блоггеров, которые пишут на такие же темы в своих блогах как и вы, и предложить им написать гостевой пост у вас на блоге.

6. Использование статей. Существует много сайтов, которые предоставляют статьи бесплатно, нет никаких причин, почему вы не могли бы использовать их на своем блоге. Найдите хорошую статью, опубликуйте ее, при этом не забудьте связаться с автором этой статьи, спросить у него разрешения на публикацию у себя на блоге, и если дано от автора добро на публикацию, то смело оформляйте ее на своем блоге. Ну и, конечно же, не забывайте о приличии, поставьте ссылку на сайт или блог автора, который любезно вам предоставил свою статью.

Пытаясь вести сразу много проектов, мы все сталкиваемся с такими проблемами, особенно большая тема это время, которого никогда не хватает. Эти шесть советов, которые я написал, должны помочь вам правильно использовать свое время. Ведь все прекрасно знают, что правильная организация рабочего дня - это мощное оружие в наших руках.





“КОНКУРС ДЛЯ БЛОГГЕРОВ И КОММЕНТАТОРОВ С ПРИЗОВЫМ ФОНДОМ 500\$”

Проводит: Андрей Воровцев

Призовой фонд: 500 у.е

Сроки: до 1 июня

Задача: Стать соавтором либо комментатором блога.

Подробнее здесь:

<http://www.vorovtsev.ru/2010/03/500.html>



“ЗАЯВИ О СЕБЕ”

Проводит: автор Блога Упорного Барсука

Призовой фонд: 300 у.е

Сроки: до 16 мая

Задача: дать любому человеку – пользователю интернета возможность заявить о себе, своем ресурсе. Новичкам – представиться читателям, а мастерам – показать класс, доказать, что есть порох в пороховницах, и лавры признания не притупили их пера.

Подробнее здесь:

<http://badgerblog.ru/300-prizovyx-novyi-konkurs-zayavi-o-sebe.html>



“ КОНКУРС НА МИЛЛИОН”

Проводит: Овсянников Александр

Призовой фонд: 300 у.е

Сроки: до 11 мая

Задача: Вам нужно пофантазировать на тему “если бы у меня был миллион и не было паспорта”. Свои фантазии оформляйте в пост и публикуйте у себя на блоге.

Подробнее здесь:

<http://marketingbloga.ru/konkurs-million-za-nedelyu/>



“ САМАЯ ЗАВЕТНАЯ МЕЧТА БЛОГГЕРА”

Проводит: Владимир Карпеев

Призовой фонд: 300 у.е

Сроки: до 5 июня

Задача: Для принятия участия в конкурсе необходимо написать интересный пост с кодовым названием «САМАЯ ЗАВЕТНАЯ МЕЧТА БЛОГГЕРА».

Подробнее здесь:

<http://vovka.su/samaya-zavetnaya-mechta-bloggera>

" 5 ЭТАПОВ ЖИЗНИ БЛОГГЕРА "

Проводит: nethead

Призовой фонд: 150 у.е

Сроки: до 30 апреля

Задача: Участники конкурса должны сделать комикс, карикатуры, gif – анимацию или небольшой видео ролик. Что-то одно на выбор, если кто захочет, может сделать несколько работ.

Подробнее здесь:

<http://forbigblog.ru/?p=1317>



"ДЕНЬГИ ЗА КРЕАТИВНЫЕ ССЫЛКИ"

Проводит: Neverlex

Призовой фонд: 35 у.е

Сроки: до 1 мая

Задача: Вам нужно поставить ссылку на этот блог в какой-то необычной форме.

Подробнее здесь:

<http://neverlex.com/cat/promo/action-25-dollars-for-link/>



Обзор подготовил: **Максим Шпон**

Блог автора: <http://toxiczero.ru/>



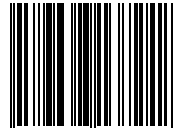
... а ты знаешь, в каком мире
мы сейчас живем?

КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

2010
АПРЕЛЬ



ISBN 966-8137-24-8



9 789668 137242 >