

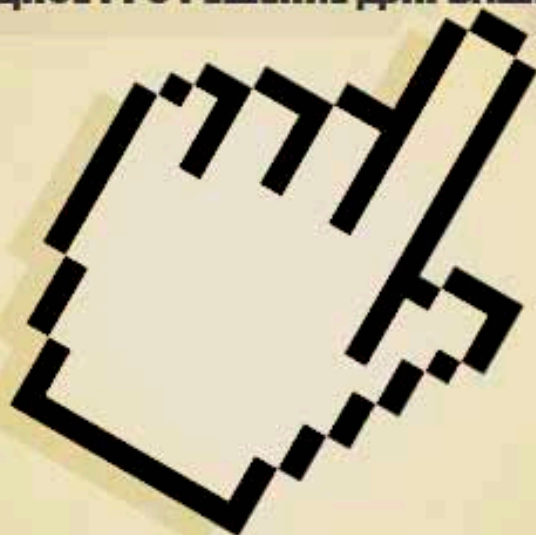
NEWS БЛОГО

ИЮНЬ
2010



BizzClick.com

САМОЕ ВЫГОДНОЕ PPS РЕШЕНИЕ ДЛЯ ВАШЕГО ТРАФИКА.



СОДЕРЖАНИЕ

РЕДАКТОРСКАЯ КОЛОНКА

Приветственное слово от Анастасии Лукьяновой..... 4

Приветственное слово от Ленара Амирханова 5

СОВЕТЫ НАЧИНАЮЩИМ БЛОГЕРАМ

5 способов узнать, что хотят читатели видеть в вашем блоге... 6

Как сохранить абсолютно все данные вашего блога на wordpress в случае различных форс-мажоров..... 9

7 причин, по которым стоит организовывать свои публикации в список..... 12

ОБЗОР МОЛОДЫХ БЛОГОВ

Новые блоги 14

НОВОСТИ БЛОГОСФЕРЫ И РУНЕТА

Скоро! Wordpress 3.0 18

35000 человек отказалось от Facebook..... 20

Выпуск новой версии Send2Blog 21

Google TV уже осенью..... 22

МИКРОБЛОГИ

Начинаем плюркать: микроблоги на Plurk.com 24

Сервисы для тюнинга Twitter 26

СЕРВИСЫ И ПРОГРАММЫ

Заработок на sms-платежах с помощью profit-bill.com 28

Работаем с PPC-партнеркой BizzClick.com 30

SEO

Линкостроение с помощью dofollow-блогов..... 32

SEO копирайтинг, что это 35

Мифы о wordstat или как рассчитать трафик по ключевым запросам..... 37

ИНТЕРВЬЮ С ЭКСПЕРТОМ

Интервью с Александром Тодосийчуком 40

О ЧЕМ ПИШУТ БЛОГЕРЫ

Социальные медиа: как заарканить лояльного френда 44

Интернет-партизаны, или переход к демократии через интернет 47

7 комментариев, которые я бы не хотел получить как блоггер 50

АКТУАЛЬНЫЕ СОВЕТЫ ПО ВЕДЕНИЮ БЛОГА

Каким блогам стоит платить: взгляд рекламодателя..... 52

Корпоративный блоггинг: правил не существует 54

Чем лучше всего кормить поискового робота..... 58

КОНКУРСЫ БЛОГОСФЕРЫ

Текущие конкурсы блогосферы (июнь-июль)..... 62



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

Время летит незаметно, вот и мы с новым выпуском нашего журнала вновь спешим к вам на почту.

Лето – это, несомненно, сезон отпусков, каникул и развлечений. Только за отдыхом не забывайте почаще обновлять свой блог, ведь у ваших читателей даже на отдыхе может вырваться свободная минутка, чтобы прочитывать новый интересный пост.

Да и вообще, когда как ни летом можно быть свободным от лишних дел и занятий и планомерно наполнять свой блог интересной информацией. По крайней мере, это приучит вас к дисциплине; и в дальнейшем написание поста, даже по окончании летнего отдыха, у вас будет уходить все меньше и меньше времени.

Ну а наш журнал как всегда готов информировать вас обо всем, что происходит в блогосфере, а так же помогать новыми интересными статьями в плодотворном развитии вашего блога!

Надеемся, что июньский номер, так же как и предыдущие, придется вам по вкусу!

С уважением, Анастасия Лукьянова.

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



Приветственное слово

от Ленара Амирханова

Добрый день, уважаемые читатели БлогоNews!

Наверное, плох тот блогер, который не желает популярности своему блогу. Эту самую популярность люди завоевывают различными способами. Кто-то не скупится на рекламу, кто-то старается писать крайне интересные посты, кто-то выдумывает интересные фишки.

Наш журнал - отличный инструмент в руках блогера. Но только того, кто к этой популярности стремится. Из раза в раз мы стараемся публиковать материалы, которые бы подсказали нашим читателям новые ходы и возможности для привлечения новой аудитории.

Лично для меня, профессиональный блогер - это всегда вебмастер. Ему нужно знать не только ту тему, про которую он пишет, но и основы SEO, HTML, элементарные правила ведения блога. И опять же, БлогоNews стремиться закрыть пробелы в профессиональных знаниях блогера. Все не охватишь, но потихоньку-потихоньку новых знаний, думается, мы своим читателям даем.

Понятие "вебмастер" еще сильно связано с заработком в Интернете. Поэтому не удивляйтесь, если в БлогоNews прочитаете про новые способы заработка в сети. Те, кто с нами постоянно, уже знают, что это нормально :)

На этом, пожалуй, прекращу петь хвалебные оды про журнал и тихонько забьюсь в угол, дабы не мешать читателям в спокойной обстановке ознакомиться с миром Блогосферы.

Всегда ваш, Амирханов Ленар.

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

5 СПОСОБОВ УЗНАТЬ,



ЧТО ХОТЯТ ЧИТАТЕЛИ ВИДЕТЬ В ВАШЕМ БЛОГЕ

Начинающему блоггеру нужно знать о блогах некоторые очень важные аспекты, например, как получить обратную связь от своих читателей.

Практически любой блоггер скажет вам, что одной из наиболее важных вещей в ведении блога является знание того что надо написать, чтобы Ваши читатели хотели читать это. Это особенно важно, если ваш блог находится в нише, где Вы являетесь профессионалом и можете в своих постах раскрыть такие аспекты и темы, которые не известны большинству людей, интересующихся вашей темой.

Когда посетители не стремятся покинуть блог в течение нескольких секунд, то это может привести к тому, что они прочтут несколько ваших заметок и оставят положительные отзывы. Если читатели найдут то, что они хотят на вашем сайте, то они будут возвращаться снова и снова. Умный блог - вот что они подумают.

Но довольно трудно дожидаться от посетителей, чтобы они оставили комментарии, если они всего несколько секунд задерживаются на вашем сайте. Итак, как же это исправить? Вы можете попробовать подобрать ключи к сердцам ваших посетителей. Но как узнать, что ваши читатели хотят, чтобы вы написали в своем блоге? Вот пять простых способов узнать, о чем нужно писать в блоге, вы получите помощь от своих читателей в преодолении трудностей на этом пути.

1. СПРОСИТЕ ИХ ПРЯМО.

Это кажется таким простым - спросить ваших читателей, что они хотят видеть в вашем блоге, но так мало людей делают это. Многие просто ставят

форму комментариев возле поста на странице контактов и надеются на лучшее. Вам необходимо реально спросить, добавив в нижней части вашего поста просьбу дать отзыв и написать предложения по будущим темам. Кроме того, можно добавить исследование или опрос с несколькими вариантами ответов на ваш сайт или блог. Вы не должны отчаиваться по поводу отсутствия обратной связи, просто прямо и вежливо попросите оставить комментарий - это хороший способ, чтобы узнать, что думают люди.

2. ПОСТАВЬТЕ ССЫЛКУ НА БЛОГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

Многие люди не будут относиться к вам с доверием, если вы безликий человек. Это означает, что прежде всего, вы всегда должны представить себя на вашем сайте, добавить свою фотографию и интересно описать свою краткую биографию. Таким образом, вы сможете легче найти контакт и получить честность и открытость от ваших читателей. Сделайте ссылку на ваш профиль в Одноклассниках или других социальных сетях, где вы общаетесь, пусть эта информация будет доступна в блоге, и пусть люди пишут вам туда. После этого вы наверняка обнаружите, что читатели стали более открытыми и искренними и стали оставлять вам комментарии к вашим постам.

3. ПРОВЕРЬТЕ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.

Статистика вашего сайта может дать вам много информации о том, чего хотят люди. Одним из наиболее важных является то, какие поисковые запросы посетители используют, чтобы найти ваш сайт. Например, если люди ищут термин «Виджеты» при поиске, то они хотят, больше узнать, что написано о виджетах на вашем сайте. Если они покидают быстро ваш блог, значит они не нашли то, что хотели. В таком случае, стоит посмотреть пост о «виджетах», и сделать его более полным и интересным. Кроме этого, стоит добавить соответствующие ключевые слова, которые пользуются популярностью, и которые люди ищут вместе с виджетами, например, «гаджеты» или «виджеты для сайта».

4. СУЩЕСТВУЮЩИЕ КОММЕНТАРИИ УКАЗЫВАЮТ НАПРАВЛЕНИЕ.

Возвращаясь к статистике Вашего блога, вам нужно точно знать, какие страницы являются наиболее популярными. Это может быть хорошим ключом для написания постов на наиболее популярных страницах. Найдите ваши «хиты», это направит вас к будущим темам. Развивая и дополняя их, вы будете по-прежнему получать трафик и комментарии в вашем блоге. Если у вас есть работа, в которой вы являетесь профессионалом, то почему бы вам не написать пост по вашей специальности и не рассказать о том, что с ней связано? Если посетители вашего блога действительно заинтересованы в том, чтобы получить конкретную информацию по конкретному вопросу, в котором вы являетесь профессионалом, то они будут готовы возвращаться на ваш блог снова и снова.

5. ДРУЗЬЯ И ИХ САЙТЫ.

Наверняка у вас есть друзья, у которых тоже есть свои блоги и сайты и они могут быть отличным источником честной обратной связи, если вы их об этом попросите. Это вполне достойная идея - попросить своих друзей сделать ссылку на ваш блог на своем сайте. И не стесняйтесь, покажите свое фото в собственном блоге, это всегда вызывает доверие. Узнайте, что друзья говорят о вашем блоге и сделайте заметку о том, что они ссылаются на вас. Вы наверняка получите массу ссылок, которые будут свидетельствовать о том, о чем нужно писать больше, и что в вашем блоге вызывает у читателей интерес.

Слушайте своих читателей, не будьте жесткими. Ведь, к сожалению, большинство блоггеров не хотят слышать о том, что им действительно хотят сказать их читатели. Хотя все мы любим похвалу, но критика, порой является гораздо более полезной. Если вы хотите, действительно улучшить свой блог и повысить его посещаемость, нужно сосредоточиться не только на том, что вы делаете хорошо, но также постоянно думать о том, что нужно улучшить. Для этого необходимо слушать, что говорят ваши читатели и заставить их говорить с вами, ведь это имеет решающее значение для улучшения и развития вашего блога.



Как сохранить **АБСОЛЮТНО ВСЕ ДАННЫЕ**

ВАШЕГО БЛОГА НА WORDPRESS В СЛУЧАЕ РАЗЛИЧНЫХ ФОРС-МАЖОРОВ



Это ужасно. Причем подобное может случаться с абсолютно любым блоггером, к сожалению, такой вид интернет вредительства все больше прогрессирует. Кто-то делает это просто для развлечения, кто-то и вовсе пытается извлечь прибыль. Как же сделать так, чтобы злоумышленник не смог нанести вам серьезного ущерба, и не смог уничтожить все ваши публикации?! К счастью, есть возможность защитить себя и свой блог от такой напасти.

Существует несколько способов, позволяющих сохранить все записи и комментарии вашего блога. Следует, правда, отметить, что некоторые методы могут потребовать от вас дополнительных навыков работы с базой данных и хостингом. Убедитесь в том, что вы все делаете правильно, потому что один неверный шаг может сделать ваш блог недоступным на некоторое время.

1. BLOGBACKUPR

BlogBackupr – это бесплатный сервис, который в режиме онлайн может сохранять данные вашего блога. Вам даже не придется ничего устанавливать. Единственная проблема, сервис полностью на английском. Но если вы владеете хотя бы начальными знаниями языка, то вы разберетесь.

Представьте себе, вы просыпаетесь однажды утром, спешите к компьютеру, чтобы поскорее проверить комментарии на вашем блоге, а там вместо вашего блога красуется надпись наподобие: Ваш блог взломан!

При регистрации вам нужно указать адрес вашего блога и ваш почтовый ящик. А после регистрации, VlogBackupr будет автоматически сохранять все записи, и картинки вашего блога исходя из вашей RSS-ленты. На сервисе, правда, имеется лимит хранения до 100МБ. Хотя, на первоначальном этапе вполне нормально. Ведь для того, чтобы израсходовать этот лимит, нужно опубликовать порядка 500 записей.

Плюсы: VlogBackupr полностью автоматический. Это значит, что ничего кроме самой первой настройки он от вас не будет требовать.

Минусы: Сервис может сохранять только непосредственно публикации и картинки. А так же, сохранение блога происходит начиная с 10\20 недавних постов, а все предыдущие публикации не сохраняются. То есть фактически сервис начинает сохранять только то, что было написано с момента добавления сайта на сервис.

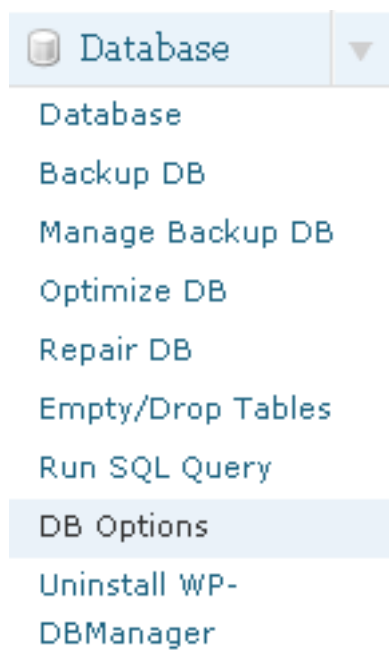
2. WP DB MANAGER PLUGIN

DB Manager – это отличный плагин, позволяющий автоматически сохранять записи вашего блога.

Давайте рассмотрим, как можно его настроить:

- Загрузите плагин на компьютер и загрузите его на хостинг в соответствующую директорию. Плагин можно скачать [здесь](#).

- После активации плагина, в левой нижней части под основным меню, вы увидите следующее меню:



- Перейдите во вкладку «DB Options»

- Там вы можете установить путь к сохранению, а так же указать количество файлов для сохранения. Путь для сохранения обычно указан такой: `/home/public_html/wp-content/backup-db` Хотя, безусловно, вы можете его поменять. Главное, не допускайте ошибок в написании.

- Прокрутите скроллингом вниз, там вы увидите опции для автоматического сохранения. Там можно указать частоту сохранений. Рекомендую так же напротив слова «Gzip» поставить Yes (Gzip позволяет максимально сжать ваш файл, чтобы он занимал как можно меньше места)

- Введите адрес вашей электронной почты в соответствующее поле. Таким образом, вместе с сохранением ваших логов на сервере, на ваш почтовый ящик так же будут высылаться копии сохранений.

Таким образом, данный плагин может спасти вас в случае каких-либо неприятностей с потерей данных. С этим плагином, вы легко и быстро сможете все восстановить.

Плюсы: Плагин автоматически сохраняет ваши записи, причем не только на сервер, но и на почту, в том случае, если вдруг с сервером что-то произойдет, и наоборот.

Минусы: Плагин не полностью совершенен. И в том случае, если вдруг даже ваш шаблон и плагины будут удалены, вам придется вновь поискать их по сети и повспоминать, что конкретно у вас было установлено.

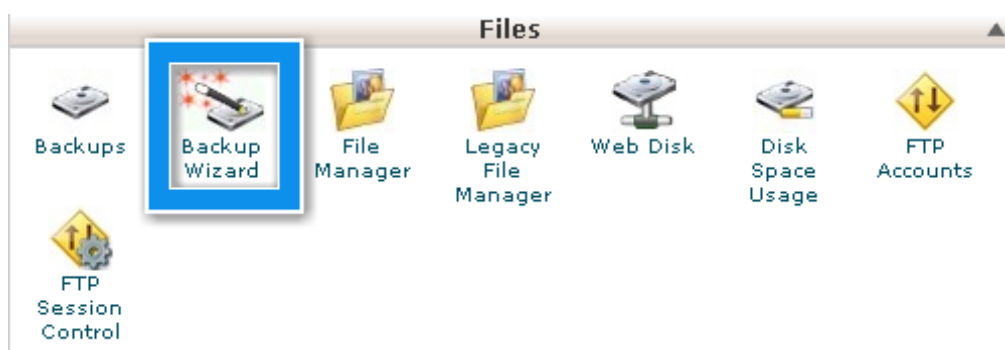
3. CPANEL

Самый длинный, но наиболее действенный метод! Он позволит сохранить все папки и файлы, включая базу данных.

Давайте рассмотрим этот метод сохранения блога пошагово:

- Войдите в cPanel. Стандартный вход обычно выполняется таким образом: <http://www.Вашдомен.com:2082> или <https://www.Вашдомен.com:2083>, далее введите имя пользователя и пароль.

- Во вкладке «Files» найдите раздел «Backup Wizard» и войдите в него.



- На следующей страничке нажмите «Backup»

- Далее «Full Backup»

- Теперь выберите путь, куда вы хотите сохранить данные. Именно там будет находиться данный файл, если вдруг понадобится восстановление.

Плюсы: Полное сохранение всех файлов дает определенные гарантии, что и блог в случае чего вы сможете восстановить полностью.

Минусы: Этот тип сохранения данных отнимает гораздо больше времени, а сами файлы могут занимать достаточно много места.

P.S.: На некоторых хостингах подобные операции можно проводить не в cPanel, а непосредственно в панели управления вашими сайтами. Там ищем уже знакомую нам фразу Backup.

Мои личные рекомендации: Установите на свой блог плагин WP DB Manager и настройте его на сохранение каждые 7 дней с отправкой файла на почту. А раз в месяц делайте полное сохранение на компьютер через вашего хостинг-провайдера, либо же в cPanel.

Обеспечьте все файлы и папки своего блога максимальной защитой, чтобы все ваши труды всегда были в целости и сохранности!

7 причин, по которым стоит организовывать свои публикации в список



Как вы думаете, почему большинство людей так любит публикации, оформленные в виде списка?!

Все дело в том, что текст написанный таким образом, выглядит гораздо привлекательнее, когда он четко структурирован. В результате на такие посты чаще всего ссылаются, как на готовые инструкции, и они привлекают гораздо больше внимания, как новичков, так и профессионалов.

Блоггеры же любят их за простоту написания. К тому же, такие посты не требуют детального разжевывания каждого пункта, как это может быть с другими публикациями.

Итак, предлагаю рассмотреть 7 причин, по которым имеет смысл структурировать свои публикации в список:

ЛЕГКОСТЬ НАПИСАНИЯ

Когда мы пишем обычный пост, приходится потратить определенное время на структуру публикации и притягательный заголовок. Бывает даже так, что вроде бы начал с одной темы, а закончил совершенно другой. В случае со списком гораздо легче придерживаться точной структуры, не выходя за рамки темы.

СКОРОСТЬ НАПИСАНИЯ

Поскольку пост четко структурирован, а вы знаете о чем писать, на его написание уйдет гораздо меньше времени.



ОНИ НРАВЯТСЯ ЧИТАТЕЛЯМ

Среднестатистический читатель, особенно тот, который подписан сразу же на несколько RSS, обычно пробегает глазами пост по диагонали, чтобы понять, насколько данная тема ему действительно интересна. Ведение блогов, даже просто поиск по любимым ресурсам, итак отнимают много времени, чтобы вдумчиво читать каждый пост. Список же сразу фокусирует внимание читателя на основных составляющих, их легче сканировать глазом и уловить суть публикации без больших временных затрат.

ЛЕГКО ОЗАГЛАВИТЬ

Не даром говорится, что краткость - сестра таланта. Четко структурированный пост гораздо проще озаглавить. Не нужно корпеть над заголовком в погоне за оригинальностью, достаточно создать заголовок в формате "10 советов по..." Он так же достаточно легко воспринимается читателями, поскольку советы и рекомендации всегда привлекают внимание.

ВНЕШНИЙ ВИД

Четко прослеживаемая структура в публикации выглядит достаточно профессионально. Есть четкие параграфы и выделения важных моментов. Таким образом текст не сливается и гораздо удобнее воспринимается глазом.

ДЛИННА

Если вы хотите написать содержательный и полезный пост для своих читателей, лучше всего его именно структурировать. На обычную публикацию понадобится достаточно много времени, сил и идей, когда как списки можно писать практически бесконечно. Представьте себе пост: "115 способов стать успешным блоггером в своей нише" Это просто куча полезного контента!

ПОПУЛЯРНОСТЬ

Благодаря вышеперечисленным преимуществам, такие публикации безумно популярны. Они, как правило, получают достаточно много комментариев, переходов, да и в целом очень хорошо индексируются поисковиками.

Насколько же эффективны подобного рода публикации?

Многие блоггеры до сих пор спорят на этот счет, кто-то даже придерживаются такого мнения, что структурированные публикации уже просто изжили себя. На самом же деле, стоит кому-то написать пост в подобном формате, как его тут же начинают ретвитить и комментировать. Причем, это абсолютно не голословно. Если вы являетесь блоггером, посмотрите, какие посты пользуются у вас наибольшей популярностью, имеют самое большое количество просмотров и комментариев. В 80% это именно публикации-списки.

НОВЫЕ БЛОГИ



★★★★★

IBOOKI - ВСЕ О МИРЕ УСТРОЙСТВ ДЛЯ ЧТЕНИЯ КНИГ.

<http://blog.ibooki.com.ua/>

Блог ibooki – это специализированный тематический ресурс об электронных книгах и устройствах для их чтения. Здесь регулярно публикуются обзоры читалок, советы по их использованию, интервью с производителями, новости индустрии, интересные фото и видео материалы.

Авторами блога являются Сергей Марилловцев aka Maljar и Николай Павлов aka Quetzal.

Сергей Марилловцев - блоггер-оптимист, человек с активной жизненной позицией. Автор нескольких блогов различной тематики. Любовь к книгам и чтению, привела его в этот перспективный проект. А сервис микроблоггинга Twitter, познакомил с его участниками. Профессиональный продавец, сотрудник тренинговой компании.

Николай Павлов - мечтатель, предприниматель, и вообще очень увлеченный человек. Сооснователь нескольких стартапов. Очень любит читать, но как человек занятой, читает, как придется и где придется, за что и ценит электронные читалки. Николай ведет бурную жизнь обычного человека, за которой вы можете подглядывать в твиттере: @nikolaypavlov, а так же жизнь профессиональную, которой он, конечно, гордится в LinkedIn.





РИА ФАБРИКА ЗВЕЗД - ВСЯ ЖИЗНЬ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА.

<http://fz-news.ru/>

Fz-news.ru - новостная лента о жизни участников популярного телевизионного проекта <Фабрика звезд>. Творческие планы, анонсы мероприятий, рассказы о прошедших концертах и выступлениях, интервью - здесь можно найти практически все.

Очень грамотный рубрикатор: все артисты разделены по тем <Фабрикам>, участниками которых они были - с первой по восьмую, пока еще планируемую. Отдельной колонкой выкладываются международные новости (все-таки <Фабрика звезд> - проект интернациональный).

Как и положено блогу, для каждого сообщения предусмотрена возможность комментариев и обсуждений. А зайдя на страницу <Каталог>, вы найдете список ссылок на персональные сайты фабрикантов, а также их фан-клубы.



«МЕЧТЫ ВОЛШЕБНАЯ СТРАНА»

<http://dreamsblog.net/>

Блог для тех, кто умеет не только мечтать, но и может рассказать о том, как сделать свою мечту реальной целью, достичь её и ставить перед собой новую цель. Для тех, кто знает - мечты могут так и остаться видениями в хрустальном шаре, если не приложить усилия к их реализации.

Реальные истории из жизни всемирноизвестных, малоизвестных и совсем неизвестных людей о том, что для них в жизни – мечта. Насколько она окрыляет и наполняет жизнь светом, красками, яркими ощущениями, превращая череду событий в шаги на пути к воплощению мечты.

Ведь от того, умеем ли мы мечтать и планировать своё будущее, и что мы делаем для того, чтобы наши хрустальные мечты становились явью, делаем ли нужные выводы после неутешительных результатов, - зависит наша жизнь.

Если на одном из крутых виражей жизнь едва не выбила вас из седла, а вкус утреннего кофе перестал радовать насыщенным ароматом, возвращая к жизни чувства и мысли – самое время заглянуть на блог. Получить заряд позитивного настроения и обрести уверенность – мечта рядом, но до неё надо дотянуться.



ИЗОНИТЬ - ВЫШИВАЕМ НА КАРТОНЕ.

<http://lisitsynblog.blogspot.com/>

Людам свойственно заниматься рукоделием: и рукам полезно, и глазам приятно. Каждый выбирает себе то, что ему по душе. Многих тянет к экзотике, чтобы «не так, как все».



Автора этого блога потянуло к изонити, она же нитяная графика, ниточный дизайн или вышивка на картоне -известный с XVII века, но затем несколько подзабытый, и с недавних пор получивший вторую жизнь вид декоративного прикладного творчества.

Информация об изонити в рунете весьма разрознена и, в большинстве случаев, просто растиражирована. Целью блога является собрать все в одну корзину и систематизировать. Там читатель найдет книги, описание техники, приемов, видео, схемы, способы практического использования. В этой технике вышивания можно делать изумительно-красивые вещи. Кстати, занятие изонитью шикарно успокаивает нервы (проверено автором).

Изонить доступна всем, способным удержать иголку в руке.

★★★★★

БЛОГ МУСТАНГИГ – ПСИХОЛОГИЯ СВОБОДНОГО ЧЕЛОВЕКА

<http://mustangig.com/>

Блог МустанГиг интересен тем, что его ведет незаурядная творческая личность. Автор говорит, что свобода в полном понимании этого слова – есть важнейшая истинная ценность для человека, и как отличать настоящую свободу от иллюзорной, которую пропагандирует умалишенная реклама и тупые телепередачи.

Психология свободного человека – это образ мышления и мировоззрения далеко отличного от стаи людских «леммингов», которые идут в пропасть, как на парад за одним умненьким лидером, который, выжав все соки (деньги), у самой пропасти отойдет в сторонку, а вся колонна пойдет падать.

Все методики и умозаключения автора берутся только из его практической жизни и книг великих авторов, которые также им «отпрактикованы». Если Вы задыхаетесь от тупоголовой толпы и стереотипов, если Ваш ум и тело хочет свободы мысли, слова и действия во благо, созидание, то этот блог может быть Вам интересен. Автор также пишет книги и дает их бесплатно.





ПОРТРЕТНАЯ РЕТУШЬ и ПЛАСТИЧЕСКАЯ КОРРЕКЦИЯ

СДЕЛАЕМ ВАС КРАСИВЕЕ!

**ВЫ БУДЕТЕ НЕОТРАЗИМЫ НА ВАШИХ
ЛЮБИМЫХ ФОТОГРАФИЯХ**

SUPER ЦЕНА ОТ 2\$ ЗА ФОТО

Скоро!

WORDPRESS 3.0

28 мая вышел релиз-кандидат системы управления контентом Wordpress 3.0 RC1. Это значит, что в середине июня, максимум в июле выйдет и сама версия.

По сравнению с предыдущими исправлениями и доработками, третья версия несет более кардинальные изменения. Основные из них, те, которые принципиальные, я сейчас перечислю.

Персональная настройка постов и страниц

На сегодняшний день, в вордпрес довольно сложно самостоятельно настроить вид страницы по своему усмотрению. Скажем, если вы хотите на своем блоге устроить страницу с каталогом ссылок и статей, то придется править файлы тем, создавать там шаблон этой страницы. Для рядового пользователя это достаточно сложно. В новой версии такие вещи можно будет делать "на лету" в визуальном режиме.

ПРОДВИНУТОЕ УПРАВЛЕНИЕ ГЛАВНЫМ МЕНЮ

Сегодня, в wordpress меню формируется с помощью файла темы. Только в платных премиум шаблонах или же с помощью плагинов можно было решить проблему управления меню и его иерархией.

С приходом новой версии, мы будем наблюдать в админ панели вот такую картину.

Теперь, любую иерархию и порядок следования пунктов можно будет редактировать с помощью drag'n'drop интерфейса. Из-за этой возможности wordpress перестанет быть чисто блогowym и сроднится с порталными движками.



Наконец-то мировые тенденции дошли и до этого движка. Если мне не изменяет память, то в CMS Drupal функции таксонометрии были внедрены чуть ли не в самых первых версиях. Теперь же и в wordpress можно будет создавать произвольные типы меток, различных по типам и наследованию свойств. К примеру, если раньше вы давали метки записям и присваивали категории, то теперь внутри родительской метки "Книги" можно создать: "Фантастика", "Роман", "Детектив" и так далее. Это даст возможность организовывать информацию более компактно и делать ее поиск проще.

НОВАЯ DEFAULT ТЕМА

Наконец-то мы забудем про дефолтную тему wordpress голубого цвета. Ей на смену придет тема, под названием Twentyten (можно перевести, как "2010"):

Как видно из скриншота, тема стала более приятной, выверенной. К тому же у нее есть два нововведения: можно менять картинку в шапке и картинку фона страницы не прибегая к редактированию css и html кода. Достаточно сделать изменения в настройках темы в админ панели.



МУЛЬТИБЛОГОВОСТЬ

Wordpress MU и 3.0 объединятся. Теперь, при однократной установке движка на сервер, можно будет управлять неограниченным количеством блогов (ограничивать вас будут только характеристики хостинга). Я сильно сомневаюсь, что эта функция была уж так необходима среднестатистическому блоггеру по умолчанию. Все таки специфика мультиблоговых CMS несколько отличается от того, с чем привыкли работать блоггеры.

ПОДДЕРЖКА КОРОТКИХ ССЫЛОК

Теперь не придется устанавливать дополнительные плагины для сокращения и "скрытия" внешних ссылок. Сервисы типа bit.ly больше не понадобятся.

В самой системе присутствует еще масса более мелких изменений, но для меня они представляют меньший интерес. Уже по вышеперечисленным изменениям можно проследить тенденцию развития CMS Wordpress. Это максимальное упрощение процесса администрирования CMS, расширение функциональности, приближающейся к портальной и направление на социализацию.

Для интересующихся энтузиастов, не желающих ждать официального релиза новой версии, [ссылка на релиз кандидата](#).

35000 человек ОТКАЗАЛОСЬ

ОТ FACEBOOK



Социальная сеть Facebook одна из крупнейших в мире. Количество ее пользователей давно перевалило за пол миллиарда.

Но многие пользователи недовольны политикой этой сети в области цензуры и сохранности частных данных. Именно поэтому, в день отказа от курения, который прошел 31 мая 2010 года почти тридцать пять тысяч пользователей вышли из Facebook и удалили свои аккаунты. Организаторами этого флеш-моба в интернет стали Мэтью Милан и Джозеф Ди. Именно они создали сайт Quitfacebookday.com. На нем они описали причины, по которым стоит удалить свой аккаунт. Среди таких причин:

- Функциональная перегруженность, не дающая возможности распоряжаться своей информацией надлежащим образом;
- Зависимость, которую вызывает facebook, которая сравнима с никотиновой;
- Слишком предвзятая цензура на сервисе;
- Недобросовестное распоряжение персональными данными пользователей.

Именно эти причины, которые, в общем-то, давно известны и не раз обсуждались в различных источниках, побудили тридцать пять тысяч человек выйти из Facebook:

Sick of Facebook's lack of respect for your data? Add your name and commit to quit!

Russian

COMMIT TO QUIT

34944

Committed Facebook
Quitters

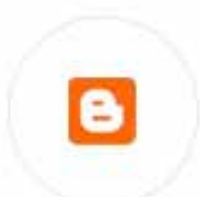
По большому счету весь сыр бор загорелся из-за нарушения условий хранения и защиты частных данных. Именно это послужило основным катализатором своеобразного протеста. Не даром, еще пятого мая 14 правозащитных органи-

заций подало **жалобы** в Федеральную Торговую Комиссию по поводу нарушения прав человека на сохранность личной информации. В новой редакции пользовательского соглашения, Марк Цукерман изменил условия хранения персональных данных пользователей. По ним данные могут храниться не 24 часа, а неограниченное количество времени и, теоретически, могут быть использованы третьей стороной по своему усмотрению.

ВЫПУСК НОВОЙ ВЕРСИИ

SEND2BLOG

Программа автоматической рассылки новостей



Известная программа (<http://send2blog.ru>) для автоматической рассылки новостей во все популярные блоги и сообщества объявила о выпуске новой версии.

Из наиболее значимых обновлений следует отметить постинг в свой блог на Яндексе и на Blogger.com. Напоминаем, что раньше программа работала только с блог-сообществами.

Подозреваем, введенное нововведение приведет к росту сети блогов под одним автором. По крайней мере, обновлять кучу блогов на вышеуказанных блог-сервисах стало куда проще.

Программа, помимо работы также используется для постинга в социальных сетях, в первую очередь Вконтакте.ру и Твиттер, благодаря чему обрела большую популярность.

Google TV

Автор: **Андрей Седов**

Блог автора: <http://www.vseokey.ru/>

УЖЕ ОСЕНЬЮ!



Несмотря на то, что интернет уже сегодня является неплохим источником заработка на рекламе, традиционные масс медиа имеют гораздо больший потенциал.

Именно поэтому рынок телевизионного медиа контента выглядит таким привлекательным для IT гигантов. На конференции для разработчиков Google I/O представители компании раскрыли широкой общественности свои планы по внедрению на медиа рынок. Первым серьезным шагом к такой интервенции будет сервис Google TV.

Его разработкой вместе с Google занимаются три "кита" современной IT инфраструктуры: Sony, Logitech и Intel. Предполагается, что эта новинка станет основой развития нового поколения домашних развлекательных центров. Она сможет объединить в себе все привычные способы доступа к контенту, такие как видео из интернет, из локальной сети и непосредственно хранящееся на компьютерах пользователей. Специалисты google утверждают, что поиск и составление плей-листов станет необычайно простым и быстрым занятием.

В отличие от аналогичных приставок, таких как Apple TV, приставка от Google даст пользователю возможность не только совершать поиск медиафайлов в привычной для него форме контекстных запросов, но и посещать различные интернет ресурсы, работать с почтой и запускать flash объекты (ведь инженеры компании обещают полноценную поддержку flash).

На приставке от Google будет устанавливаться операционная система Android с предустановленным браузером Google Chrome.

Как нам пообещали специалисты google, уже этой осенью жители Северной Америки смогут оценить данный продукт. Я думаю, что многим блоггерам будет интересно узнать о том, что эта сверх новая разработка от Google была найдена пользователем Марком Эриксоном еще в далеком 2007 году! Он, по средствам многократных попыток авторизации в почтовом сервисе Gmail, смог задействовать некоторые баги и зайти в раздел Google TV. В то время я еще помню всякие разговоры об умелом видео фейке. Но сегодня, эту информацию можно считать достоверной.



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

Начинаем плюркать: **МИКРОБЛОГИ**



на Plurk.com

С приходом Web 2.0 новые тенденции в сети раскручиваются в очень короткие сроки. Совсем недавно на нас нахлынула волна блоггинга, а теперь она сменяется другой - микроблогами.

Микроблоги, полностью оправдывая своей название, есть результат стремления вернуться к первоначальной концепции веб-лога (дневника) - сделать короткую пометку, поделиться ссылкой, сообщить друзьям новость. Обычно микроблоги ограничивают максимальную длину сообщения (скажем, до 140 символов), а также не поддерживают или поддерживают минимальное форматирование. Это компенсируется их предельной простотой, а также иногда удивительными возможностями.

Сервис Plurk.com предлагает нам плюркать. Это слово происходит от звука, сопровождающего выпускание пузырей. "Плюрк!" - и мы сообщили друзьям, что хотим встретиться с ними. "Плюрк!" - и мы поделились с миром интересной ссылкой. "Плюрк!" - и мы рассказали, о чем думаем в этот момент. "Плюрк!" - универсальное действие.

Plurk представляет собой мощное AJAX-приложение. Основную рабочую область занимает так называемый "таймлайн" - прокручивающийся по горизонтали календарь, на котором и отображаются ваши плюрки и плюрки ваших друзей. Это позволяет оперативно получать сведения о положении дел у друзей - с точностью до минуты.

Ниже располагается панель плюркания - там вы набираете текст плюрка.

Plurk предоставляет некоторые стандартные глаголы, так называемые статусы, описывающие суть вашего плюрка, чтобы он выглядел как "%username% думает (надеется, размышляет, нашел, удивляется, хочет, любит, и т.д.) <текст плюр-

ка>". Вы можете добавлять в текст сообщения смайлики, доступ к которым открывается кармой.

Карма - это еще одна концепция Plurk. Карма - это число, которое показывает вашу авторитетность в системе. Она зарабатывается регулярным плюрканием, заведением друзей, активной деятельностью (например, комментированием) и т.д. Чем больше кармы - тем больше вас уважают, и тем большим количеством смайликов вы можете пользоваться.

Plurk позволяет встроить виджет в ваш сайт или блог, чтобы ваши посетители видели все ваши текущие плюрки (перенос виджета в ваш блог на Blogger.com можно произвести автоматически). Или вы можете добавить виджет на вашу страничку в iGoogle.

Кроме того, Plurk позволяет отправлять записи через SMS, а также из вашего клиента IM (например, MSN или ICQ), создавать группы пользователей, делать приватные плюрки, и многое другое.

Возможно, вам всегда хотелось знать, что делят ваши друзья в середине дня. С помощью Plurk вы всегда будете в курсе.

Плюрк!



Сервисы ДЛЯ ТЮНИНГА TWITTER

Несмотря на то, что своей популярностью twitter во многом обязан простоте и неперегруженности функциями, иногда хочется немного большего.



К тому же, API функции этого сервиса для микроблоггинга доступны широкому сообществу разработчиков. Сегодня мы поговорим о сервисах, которые позволяют выжать из сервиса twitter максимум пользы и информации. Сервисов очень много. Они появляются и исчезают постоянно. Я выделил десятку довольно интересных, по моему мнению, сервисов, которые я сам использовал хотя бы раз.

Chirpcity - замечательный сервис, позволяющий искать твиттерян в различных населенных пунктах. Особенно интересно, конечно же, находить через него твитты своих друзей или родственников.

Geochirp - сервис, аналогичный предыдущему. Но в нем реализован более качественный графический интерфейс. И основные критерии поиска - твиттеряне вокруг вас в определенном радиусе. Можно, например, задать поиск по twi в радиусе 1 км и увидеть своих соседей по оффлайну, которые пользуются сервисом микроблогов.

Freetwitterdesigner - с его помощью можно довольно гибко настроить внешний вид своей twitter странички. Можно создать довольно интересные



подложки с использованием текста, векторной графики и различных визуальных эффектов.

Quoteurl - с помощью этого замечательного сервиса можно генерировать статичные страницы, на которых будут твитты выбранных вами блогеров. Ее можно размечать на своем блоге.

Strawpoll - с помощью сервиса можно создавать короткие опросы, где респондентам будут предлагаться варианты ответов вида: ответ А (1) ответ Б (2).

Tweetmenews - если Вам необходимы новости из самого быстрого источника информации, то просто посетите этот сервис, ответьте на несколько вопросов, которые помогут определить Ваши интересы и получайте действительно нужную и интересную Вам информацию.



Tweetwasters - когда социальные сервисы вроде Twitter входят в нашу жизнь, мы не замечаем, как много времени они занимают. Tweetwasters покажет ваши траты времени на микроблоггинг. Хм. У меня на него ушло 40 минут. А есть люди, у которых время, потраченное в твиттере, исчисляется месяцами.

Twitterfeed - по этому адресу можно найти сервис, который сделает постинг любых rss лент в свой твиттер простой и быстрой процедурой.

Twittervision - бесполезный с моей точки зрения сервис, который, тем не менее, стоит посетить для того, чтобы полюбоваться картинкой. Вы увидите написание твитов в реальном времени, причем наложенное на карту.

Tweetcube - а вот этот сервис довольно полезный. С его помощью можно делиться файлами в своем twitter.

Заработок НА SMS-ПЛАТЕЖАХ С ПОМОЩЬЮ PROFIT-BILL.COM



Почему бизнес на SMS-платежах обрел такую бешенную популярность? На каждом углу можно увидеть сообщения, вида: "Отправь SMS на короткий номер XXXX, и получи то-то!".

Ответ лежит на поверхности. Многие ли ваши друзья и знакомые пользуются Вебмани, Яндекс.Деньгами т.п.? Уверен, что немногие. А вот сотовые телефоны есть у всех.

А как на этом поприще можно заработать нам? Обычным вебмастерам.

Для этого существуют специальные сервисы. Называются они SMS-бинингами. В данной статье я расскажу о заработке на SMS-платежах с помощью одного такого сервиса - Profit-Bill.com.

1. ОРГАНИЗУЙТЕ СВОЮ SMS-ПАРТНЕРКУ

Примеров таких партнерок куча. Например, уверен, В Контакте.ру вас всегда приглашают в какие-нибудь группы. Большая их часть организованы, чтобы вы переходили по ссылкам с этих

групп, которые как раз ведут на какой-нибудь платник: "Как быстро похудеть?", "Узнать дату смерти" и т.п. Там пользователь, чтобы увидеть результат, должен отправить SMS.

Чтобы организовать такую партнерку, вам нужен скрипт, который есть у Profit-Bill.com.

Вот его возможности:

- *Неограниченное количество сайтов.*
- *Настройки партнерских отчислений.*
- *Встроенная система тикетов.*
- *Новости партнерской программы.*
- *Бан партнеров/заморозка выплат при нарушении правил.*
- *Детальная статистика доходов, по дням.*



Остается только привлекать партнеров, которые будут гнать на вашу партнерку живых посетителей. Вы будете им отчислять проценты от стоимости SMS, а остальную часть забирать себе.

2. ПРОДАВАЙТЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ КНИГИ, ДАВАЙТЕ ДОСТУП К ЗАКРЫТЫМ РАЗДЕЛАМ САЙТА

Я знаю много людей, которые пишут интересные книги и продают их посредством интернета. Не меньшее количество сайтов, на которых нужно отправить SMS, чтобы получить доступ к самой лакомой части. Например, это может быть архив редкой коллекции, или обычный доступ, чтобы скачать файл.

Чтобы организовать такой прием SMS, вам нужно зайти в панели Profit-Bill.com на "Мои проекты", открыть там вкладку "SMS ссылки" и просто настроить форму.

3. ПОСТАВЬТЕ SMS-КОПИЛКУ.

Если вы уверены, что у вас преданные и благодарные читатели, то можете повесить на сайт SMS-копилку. Кто захочет Вас отблагодарить, может просто отправить SMS, а вы за это получите деньги.

Разобраться с Profit-Bill.com проще простого.

Все очень понятно. Так что, вы уже можете пройти регистрацию: <http://profit-bill.com>



Работаем С PPC-ПАРТНЕРКОЙ

Bizzclick **BIZZCLICK.COM**

Конкуренция на PPC рынке жесточайшая. Выживают и обретают репутацию немногие. Одна из таких PPC-партнерок - BizzClick.com. Про нее и пойдет речь ниже.



Что такой PPC-партнерка? Если быть кратким, то это партнерская программа, которая платит за каждый клик по рекламному сообщению. Установил на своем сайте их рекламу и за каждый клик по ней своего читателя получаешь денежное вознаграждение.

BizzClick.com отлично годится как для новичков, так и для опытных вебмастеров. Для этого есть ряд достоинств данной партнерки:

1. ОЧЕНЬ ОТЗЫЧИВЫЙ САППОРТ.

Не пугайтесь, что главная страница партнерки на английском. Саппорт там есть и русскоязычный. Так что, если в чем-то не разобрались, можете смело задавать им свои вопросы.

2. ВЫСОКИЕ ЦЕНЫ ЗА КЛИК.

Конечно, цены очень часто зависят от тематики объявлений. Но по признанию многих, цены здесь самые привлекательные для вебмастеров.

3. ПРОСТО КЛАСНАЯ СТАТИСТИКА.

От ваших глаз не ускользнет ничего. Можно подробно просматривать статистику буквально по каждому клику!

4. ВЫПЛАТЫ НА МНОГИЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СИСТЕМЫ.

Люди пользуются не только WebMoney. Например, Вам осточертел этот муравей в трее и вы решили пользоваться услугами другой платежной системы. Что же, нет проблем!

5. МИНИМАЛКА - 10\$

Именно поэтому многие новички начинают с BizzClick.com. Минималку набрать сможет любой!

6. БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ПРОМО-МАТЕРИАЛОВ.

7. ОБЪЕДИНЕНЫ АККАУНТЫ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ И ПАРТНЕРА.

Удобно, если хотите весь заработок пустить обратно на раскрутку.

Из минусов отмечу отсутствие русскоязычного интерфейса.

Если вы новичок, и только хотите попробовать себя в PPC-бизнесе, то начинайте BizzClick.com. По крайней мере, низкая минималка для снятия точно благоприятствует этому.

Главное, не бойтесь пробовать. Только на своих ошибках люди и учатся. Возможно, заработок на PPC для вас окажется основным. А возможно и нет. Главное, просто попробовать!



Линкостроение С ПОМОЩЬЮ DOFOLLOW-БЛОГОВ



Многие объясняют такой жест доброй воли желанием поднять рейтинг своего блога и привлечь новых читателей. Для тех, кто не знает, атрибут `nofollow` используется в HTML тегах `<a>`, чтобы сообщить поисковому боту, что эту ссылку не стоит учитывать при подсчете ран-

жирования сайта, на который ведет ссылка. Таким образом, предотвращается утечка так называемого ссылочного сока с сайта-донора. Удаление же атрибута со ссылки позволяют этому ссылочному соку «перетечь» по ней на сайт, указанный в комментарии, тем самым помогая ему занять более высокую позицию в рейтинге.

В данном посте вы узнаете, как можно найти такие «DoFollow»-блоги и как оставить осмысленный и полезный комментарий. Если все делать правильно, то можно получить хорошие обратные ссылки в обмен на предоставленный качественный контент.

КАК НАЙТИ DOFOLLOW БЛОГИ

Поиск в Google – несмотря на то, что в Интернете можно найти ресурсы, которые позволят вам найти **dofollow-блоги**, я бы хотел предложить способы поиска блогов по конкретным ключевым словам,

Среди буржуйских блоггеров есть личности, которые несмотря на повсеместные спам-комментарии, все же отказываются от использования атрибута `nofollow` в комментариях на своих блогах.



которые обычно дают более точные результаты поиска. (*Хотел бы напомнить, что речь идет о буржуйских блогах.*) «Ручной» поиск позволяет искать блоги, релевантные вашим ключевым словам или интересам. Следующие примеры запросов предполагают, что вы используете Google для поиска блогов, связанных со словом design.

ПОИСК ТЕКСТА

design «Remember my personal information» «Notify me of follow-up comments»

Этот запрос вернет ссылки на блоги, которые содержат текст в кавычках. Обычно на этих блогах DoFollow активирован по-умолчанию.

design «commentluv»

Этот запрос вернет ссылки на блоги, на которых установлен плагин CommentLuv для WordPress. Этот плагин удаляет атрибут nofollow с ссылок в комментариях, тем самым стимулируя посетителей комментировать.

ПОИСК КАРТИНОК

«U Comment I Follow»

Этот запрос вернет ссылки на блоги, которые содержат изображение с надписью U Comment I Follow (*дословно, Вы комментируете – я последую*). Многие блоги, которые присоединились к DoFollow-движению, размещают у себя это изображение.

ifollowblue.gif, ifollowgreen.gif, ifollowltgreen.gif, ifollowpink.gif, ifollowpurple.gif, ifolloworange.gif, ifollowwhite.gif, ifollowmagenta.gif

Как вариант, попробуйте ключевое слово + одно из имен файлов, указанных выше.

КАК УЗНАТЬ, ЧТО БЛОГ DOFOLLOW

Анализируйте HTML-код – Вы можете просмотреть исходный код страницы или установить инструментарий типа FireBug, для анализа ссылок в комметариях.

Установите расширение для Firefox

Search Status – это расширение отображает Google PageRank в панели состояния браузера. Оно также подсвечивает ссылки с атрибутом rel="nofollow".

NoDoFollow – расширение, которое просто подсвечивает ссылки, содержащие nofollow.

КАК ПОЛУЧИТЬ РЕЗУЛЬТАТ

- **Найдите интересные вас DoFollow-блоги.** Очень важно, что вы понимаете содержание статьи, в которую хотите писать осмысленные комментарии. Если статья вас заинтересовала, то, скорее всего у вас есть что-то релевантное, что вы можете добавить к разговору.
- **ПРОЧИТАЙТЕ ПОСТ!** Ради Бога, имейте совесть и потратьте немного времени на прочтение и понимание того, что вы собираетесь комментировать. Очень часто «сеошники» думают, что они могут «отмазаться» текстом «Отличный пост» и «увести» немного ссылочного сока. Блоггеры не настолько глупы и могут определить, является ли комментарий спамом.
- **Используйте свое настоящее имя или ник.** Неужели вам не кажется, что вы неправы, когда пишете хороший комментарий, а затем в качестве своего имени вписываете кейворд «Medical Supplies»? Я никого не знаю с таким именем, а вы? Ведение блога – это разговор между людьми, а не средство «черного» продвижения и не мусорная куча ваших ключевых слов. Если ваш комментарий имеет имя или ник, вы в любом случае получите естественный приток ссылочного сока по своей ссылке.
- **Оставьте комментарий первым.** Подпишитесь на RSS-каналы блогов, в которые вы хотели бы что-то добавить. Как только вы получите уведомление о том, что в блог добавлен новый пост, постарайтесь первым оставить комментарий. Вы получите не только часть ссылочного сока, но также некоторое количество естественных кликов от читателей, которые читают ваши комментарии. (Правда, если ваш комментарий не представляет что-то типа: «Ух ты, какой отличный пост. Согласен почти со всем, кроме нескольких моментов.»)
- **Налаживайте отношения.** Большинство блоггеров, которые разрешают внешние ссылки, очень требовательны к комментариям, которые они принимают. Если вы серьезно настроены получить ссылку с конкретного блога, то потратьте немного времени на чтение и комментирование других статей в блоге. Авторы оценят ваши отзывы, а вы сможете сформировать более прочные взаимоотношения с этим блогом на будущее.

В ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Возможно эта тактика не всегда работает, но по крайней мере это шаг в правильном направлении. Я надеюсь, что вы воспользуетесь этой статьей в целях повышения качества комментирования и общения в Сети – самое последнее, чего не хватает блогосфере, так это армии школьнегов, спамящих везде, где только можно. Надеюсь, что эти подсказки помогут немного оживить вашу нудную работу по получению обратных ссылок, позволяя вам одновременно учиться как правильно комментировать. Ниже вы найдете небольшой список DoFollow-ресурсов.

[100 DoFollow-форумов](#)

[Каталог DoFollow-блогов](#)

[Поиск DoFollow-блогов](#)

[250 DoFollow-блогов](#)

SEO копирайтинг, ЧТО ЭТО?



Ведь поисковая система не только отслеживает ссылки, которые идут на ваш блог, для определения позиций вашего блога, но так же просматривают и ваш контент блога. Тут возникает вопрос, каким способом поисковая система может определить качество контента.

Все просто, в алгоритм работы поисковой системы заложен ряд функций, которые поисковик выполняет в момент индексации вашего блога, среди этих функций также находится и проверка текста.

Так, что именно делает поисковик с вашим текстом?

Поисковая машина копирует весь текст со страницы, которую индексирует, и разбивает его на две части:

- *это голый текст*
- *это тэги, которые прописаны на странице.*

Как мы видим из этих двух пунктов все просто, но возникает другой вопрос: Зачем он это делает?

Поисковик просматривает весь текст и смотрит, на сколько, он пригоден и читаем для посетителя вашего блога. После этого просматривает правильность написания тэгов и как финал этой проверки, соединяет это все в одно целое и смо-

Новички блоггеры часто задают один вопрос: <<зачем нужен SEO копирайтинг?>> Ответ очень прост, хороший копирайтинг играет далеко не последнюю роль в продвижении блога.



трит на результат, а именно, какие слова выделены, какие из них являются ссылками на другие страницы. Это все делается по одной причине, выделенные слова означают, что эти слова являются ключевым для вашего блога, как и ссылка на вашем блоге для перехода на другую страницу.

Получается следующее, если грамотно расставить ссылки и выделить определенные слова, то машина будет рассматривать их как ключевые и если написать текст о вашем продукте, например, а после выделить нужные, ваш блог может выйти на первые позиции по этим словам.

Правда, просто?!!

Просто, да не очень. Проблема в том, что помимо всего есть определенные критерии в тексте, которые необходимо соблюдать для того, что бы поисковик продвинул ваш блог в топ.

Давайте рассмотрим эти критерии:

- *Количество ключевых слов и словосочетаний в тексте не должно превышать 3-5% от общего текста.*
- *Сам текст должен соответствовать тематике вашего блога и давать исчерпывающую информацию для посетителя, пришедшего на ваш блог по определенному запросу.*
- *Ключевые слова должны быть подобраны соответствующим образом для того, чтоб ваш блог продвигался.*

Предположим, что ваш блог о дизайне. Значит, как мы понимаем, тематика блога – дизайн. Но это совсем не говорит о том, что слово «дизайн» является ключевым словом, для продвижения вашего блога. Само слово «дизайн» может содержать в себе огромное количество вариантов. Это может быть и дизайн квартир, ландшафтный дизайн, дизайн одежды и т.д. Мы ведь не знаем, что именно ищет посетитель, и какие результаты ему нужны. Но если взять, например, для продвижения такого блога такие слова как шрифты для дизайна, обои на рабочий стол, шаблоны, фотошоп, креативный дизайн, мы получим словосочетания, которые помогут привести к нам на блог целевую аудиторию, то есть потенциальных посетителей, которых именно интересует такая тематика.

Допустим со словами, по которым мы будем продвигаться, мы определились. Теперь необходимо эти слова вставить в текст, что мы напишем?

<<Мой блог предлагает вам бесплатные шаблоны и обои на ваш рабочий стол>>.

Думаю, что это будет не верно и посетителей мы не получим, либо получим их меньше чем хотим.

Вот тут как раз и нужен грамотный SEO копирайтинг для того, что бы ваш блог продвигался, а не наоборот терял позиции. Правильный копирайтинг делает почти 60% работы по продвижению вашего блога.

Копирайтер берет ключевые слова и на их основе составляет для вашего блога контент, для того, что бы он продвигался по данным словосочетаниям.

Вот и все, надеюсь, вы поняли, а я в свою очередь сумел вам объяснить, что такое SEO копирайтинг.

Мифы о wordstat

ИЛИ КАК РАССЧИТАТЬ ТРАФИК ПО КЛЮЧЕВЫМ ЗАПРОСАМ

На самом деле правильно пользоваться этим инструментом умеют не все. О мифах вордстата и о более точном подсчете трафика по ключевым запросам в статье и пойдет речь.

Многие обольщаются цифрами, которые выдала статистика яндекса и берутся продвигать ключевое слово? не жалея на это бюджет. В итоге, продвинув слово в топ, не получают желаемого трафика. В статье для примера я буду использовать такое ключевое слово как «ноутбуки». В основном я предпочитаю проводить эксперименты, но развеивать мифы мне тоже нравится. Итак, поехали:

Миф первый: wordstat по ключевому слову дает точное число запросов пользователей. Это совершенно не верно. Вордстат показывает количество запросов, которые содержало это слово. Например, статистика для нашего ключевого слова «ноутбуки» будет считаться, когда пользователи вводят «дешевые ноутбуки» и «ноутбуки оптом». Для более точного определения количества запросов в wordstat есть специальные языки запросов:

- **Оператор «» (кавычки)** позволит узнать количество показов только для конкретной фразы (словосочетания) и ее словоформ: «ноутбуки», «ноутбукам» и так далее.
- **Оператор «!» (восклицательный знак)** даст информацию по точному вхождению фразы, то есть конкретно «!ноутбуки».

Давайте взглянем на наш пример в цифрах.

Не секрет, что статистика ключевых слов от яндекса wordstat пользуется в среде вебмастеров большой популярностью. Статистика дает данные по запросам пользователей в поисковой системе яндекс.

Все показы:

Ключевые слова и словосочетания

Регионы **Россия, СНГ (исключая Россию),**
[Уточнить регион...](#)

Что искали со словом «ноутбуки» — 1457175 показа в месяц.

Конкретно ключевого слова в словоформах:

Ключевые слова и словосочетания

Регионы **Россия, СНГ (исключая Россию)**
[Уточнить регион...](#)

Что искали со словом «ноутбуки» — 65743 показа в месяц.

Количество показов точного вхождения запроса:

Ключевые слова и словосочетания

Регионы **Россия, СНГ (исключая Россию),**
[Уточнить регион...](#)

Что искали со словом «!ноутбуки» — 45773 показа в месяц.

тается не только первая страница выдачи, но и последующие, до которых доходит пользователь или робот. Другими словами, я набрал слово «ноутбуки» и дошел до 7 странице – Яндекс добавил к статистике 7 показов.

Миф третий. Wordstat дает информация о показах абсолютно всех пользователей в интернете. Нет, при подсчете используются только данные с Яндекса.

Встает вопрос: как же наиболее точно подсчитать количество потенциального трафика по запросу? Ниже я расскажу про 3 методики:

I. Самостоятельный расчет.

Итак, мы определили, что ключевое слово «ноутбуки» запрашивают в Яндексе 45773 раза. Отлично, теперь идем смотреть в статистику liveinternet.ru какой процент занимает эта поисковая машина в общем трафике по этому запросу.

Видим, что Яндекс собирает 57,2% всего трафика по запросу «ноутбуки». При нехитрых вычислениях получаем, что примерно общее количество всех переходов по данному слову составляет 80022.

Теперь возьмем показатели по рейтингу кликов (CTR) в поисковой системе Google на первой странице выдачи.

Разница на лицо при 1457175 запросах, которые содержат слово «ноутбуки» только 45773 раз искалось прямое вхождение ключа.

Миф второй. Мы получили 45773 показа – это значит именно столько пользователей искало это слово. А вот и нет. 45773 раза показывались страницы, которые запрашивали «ноутбуки». При том, что несколько десятков оптимизаторов вручную смотрят позиции, тем самым накручивая этот показатель. Далее всякого рода скрипты и парсеры тоже спрашивают у Яндекса про это слово. Вдобавок за показ счита-



Получаем, что если, например, наш сайт будет занимать 1-е место во всех поисковых системах, то мы можем получать $80022 \cdot 50\% = 40011$ посетителей в месяц (то есть, умножаем количество запросов на соответствующий CTR в выдаче). Но опять же и здесь не стоит обольщаться:

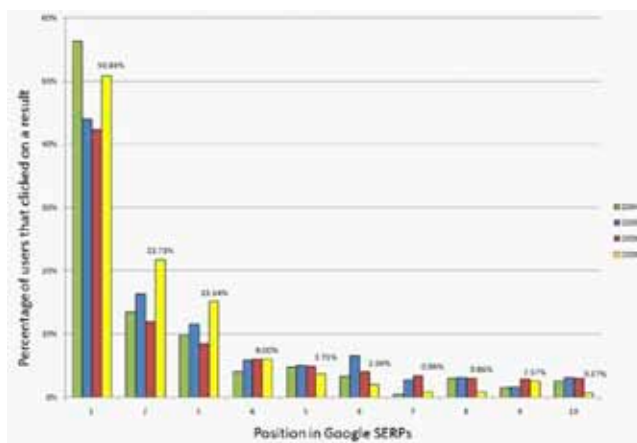
- liveinternet считает общий трафик на сайты с заданным ключевым словом. То есть если по запросу «ноутбуки» зашли на 10 сайтов, то к статистике прибавится 10 единиц, а 10 сайтов делать по одному запросу не составляет разумным.

- Статистика от liveinternet стоит не на всех сайтах, поэтому и здесь есть погрешности в расчетах.

Итак, мы получили наиболее точную, но все же потенциальную и прогнозируемую цифру, на которую 100% не стоит рассчитывать.

II. Статистика конкурентов.

Дополнительно к методу самостоятельного расчета можно воспользоваться открытой статистикой (например, liveinternet) конкурентов в топ 10. Необходимо найти какое количество трафика получает сайт конкурента по данному запросу при определенной позиции в серпах поисковых систем. Подсчитать примерный трафик для определенных мест в выдаче можно опять же исходя из последнего графика по CTR.



III. Прогнозируемое количество переходов от ссылочных агрегаторов.

Сейчас системы автоматического продвижения имеют расширенный функционал, который может спрогнозировать количество переходов при определенном топе в поисковых системах. Например, webeffector выдал прогнозируемый месячный трафик для «ноутбуки» для 1-го места 66360, seorult 22749. Истина, скорее всего, примерно посередине.

Еще раз повторяю, что этими методами рассчитывается прогнозируемое количество переходов с поисковых систем. Да, наиболее точно, но не на 100%. Всего доброго и побольше вам посетителей на сайты.

ИНТЕРВЬЮ

с Александром Тодосийчуком

В этот раз в гостях у журнала БлогоNEWS - Александр Тодосийчук aka Tod, известный в рунете блоггер, автор блога tods-blog.com.ua, а также нескольких других интересных ресурсов - Wordpress inside, VlogoHelp, Дизайн Мании и Вебдванольных заметок.

Когда вы приходите в блоггинг, очень важно, чтобы ваше занятие не только вам нравилось, но и приносило какую-то пользу. У кого, как ни у практиков можно узнать, каким образом можно добиться успеха в блогосфере...

Именно об этом у нас пойдет речь в интервью с Александром.

Первым делом в интервью традиционно принято спрашивать о том, чем вы занимаетесь. Расскажите, пожалуйста, немного о себе, и о том, как вы пришли в блоггинг.

Здравствуйте. Меня зовут Александр (aka Tod), живу и работаю в городе Киеве. Занимаюсь всякими вещами, которые так или иначе связаны с интернетом - блоггинг, разные вебмастерские направления и немного фриланса. Но начиналось все именно с блогов в далеком 2007 году. Сначала я совмещал ведение своего первого и основного проекта Tod's Blog с офлайновой работой в одной из киевских веб-студий. Но буквально через год завел себе еще один-два блога и понял, что времени заниматься всем вместе катастрофически нет. Собственно, тогда я раз и навсегда сделал выбор в пользу интернета.



На что направлена ваша сегодняшняя деятельность в сети? Я знаю, что вы занимались дизайном, продолжаете ли вы развивать это направление деятельности, или же блоги для вас сейчас стоят на первом месте?!

Сейчас я потихоньку стараюсь отходить от ведения основных блогов, так как это можно скорее назвать хобби, приносящим небольшой стабильных доход. Понятно, что ограничиваться малым я не намерен и стремлюсь к покорению новых рубежей:) Можно сказать, что блоги – пройденный этап, но не в том смысле, что я буду их бросать или продавать – это как карьерный рост на работе. Просто решил больше внимания сконцентрировать не на создании, написании текстов, а на продвижении, развитии этих и многих других сайтов.

Относительно дизайна – многие иногда пишут мне на почту с предложением нарисовать шапку для сайта/блога или создать макет интернет страницы, на что я им отвечаю практически одно и то же – [Дизайн Мания](#) (блог о веб-дизайне) это лишь мое хобби, никогда в жизни веб графикой я не занимался, только программирование слегка.

Многие люди не верят в успех в сети. Вам же за достаточно короткий срок, удалось выйти на хорошие доходы в интернете. Расскажите, пожалуйста, если не секрет, как вам это удалось?

Ну, я бы не сказал, что достиг успеха за короткий срок. Более того, мне всегда казалось, что развитие идет слишком медленно в то время как другие авторы имели бурный рост популярности, посещаемости и аудитории. Правда, через некоторое время наши показатели сравнялись, а потом удалось кое-кого и обогнать. Но тут дело не в пузомерках, а в принципе – стабильность, целеустремленность – вот отчасти залог успеха. Если говорить о доходах, то ощутимые деньги появились только лишь спустя год работы над блогами, в то время когда я еще трудился в офлайне. Вообще следует заметить, что блоги – это не лучший источник заработка в интернете, по сути, добиться хороших результатов в плане монетизации может лишь проект по SEO тематике (либо если у вас много блогов).

Вам принадлежит такое количество разнообразных блогов, как вы успеваете с ними управляться? Нанимаете ли копирайтеров или пишете сами? Если второе, не надоедает ли это занятие? Ведь обновлять блоги самостоятельно на постоянной и длительной основе достаточно тяжело.

Достаточно длительное время наполнением всех блогов занимался исключительно я сам. За эти пару лет время было написана, думаю, не одна тысяча толковых, интересных статей, что, конечно, небольшой отпечаток накладывает. Но дело тут не в том, что эта работе мне надоела – отнюдь, я пишу только о том, что мне интересно и, в принципе, о такой «работе» многие могли бы мечтать. Мне просто захотелось чего-то «нового», реализовать себя не только как блоггер. Поэтому в последнее время с наполнением блогов мне помогают пару авторов, но исключительно под моим чутким руководством. Вообще, признаюсь, есть желание создать и управлять еще пару-тройкой блогов по интересным мне тематикам, но только в роли «куратора» и «редактора».

Есть ли у вас еще какие-то источники дохода в сети, кроме блогов? Если да, то какой доход преобладает?

У меня достаточно много разных мелких источников доходов, которые складываются в «общую картинку». Есть говорить, о глобальных, то кроме блогов в сети есть парочка контентных проектов, где я пытаюсь что-то реализовать в плане продвижения и заработка. Сюда же можно отнести разработку сайтов, которой иногда тоже занимаюсь. На данном этапе основная «пятерка» блогов дает наибольший доход.

Планируете ли вы создание и запуск каких-либо новых проектов? Если да, то в каком направлении?

Планирую я очень много, идея для реализаций новых проектов еще больше, жаль не хватает на все это времени. Если говорить более конкретно, то это будут сайты непосредственно для заработка (не блоги), направление Сапа и AdSense. Что же касается блогов, то, надеюсь, получится также запустить еще несколько интересных проектов в этом формате, тематика разная, но вся она так или иначе связана с интернетом и компьютерами.

Что вы можете сказать о западной блогосфере? Далеко ли нам до их цифр, а и вообще, по вашему мнению, русскоязычная блогосфера развивается по стопам западной, или у нее все же свой индивидуальный путь?

Конечно, аудитория англоязычных блогов просто гигантская по сравнению с нашими. Разница, наверное, такая же большая как если сравнивать рунет и всю глобальную паутину. Относительно пути, то у всех они разные, хотя при этом в рунете и отечественной блогосфере очень много (если не большинство) «движений» переходит из западных проектов.

Как вы считаете, нужно ли среднестатистическому блоггеру, не имеющему отношения к SEO, углубляться в эту тему и изучать ее для более эффективного ведения своего блога? Если да, на чем рекомендуете заострить внимание новичков и нишевых блоггеров?

Все зависит от того какие цели ставит перед собой этот среднестатистический блоггер. Если он хочет заработать на своем одном или нескольких блогах, то да, безусловно, придется вникать во всю эту «seo-шную кухню». Когда блог для вас просто хобби или источник небольшого «бонусного дохода» к деятельности, то «копать» глубоко нет смысла. В таком случае достаточно просто читать тематические блоги о заработке, продвижении, следуя некоторым из предложенных советов. Новичкам нужно просто работать. Начинать (сейчас и вообще) очень сложно, но после некоторого времени будет легче.

Когда я готовилась к интервью с вами, то нашла в сети огромное множество упоминаний о вас и интервью на достаточно известных площадках. Насколько подобная известность помогает вам в сети?

Я бы не называл это известностью, если честно. Просто меня знают некоторые люди в определенном небольшом кругу единомышленников, не более того. Популярность в блогосфере или интернете – штука очень относительная. Думаю, 99% «обычных» людей из офлайна не знают о существовании так называемых топ блоггеров, даже если они сутками пропадают в интернете. Единственное, что есть в блогосфере ряд персонажей, которые

занимаются продвижением своего «бренда», имени – в таком случае известность чуть больше, но опять же, все это среди узкого круга заинтересованных людей 😊

Что касается «помощи», то определенные преимущества, конечно, в случае «интернет популярности» есть. На каком-то этапе развития можно прекратить тратить больше время на «продвижение» своего блога (комментирование, постинг в социальные сети, активное участие в акциях, конкурсах), процесс начинает идти по инерции, самостоятельно.

Не однократно читала, что эталоном блоггера для вас является Димок, это так?

В принципе, можно так сказать. Когда я только начинал вникать во все нюансы блоггерской деятельности, Димок был уже достаточно известным, посещаемым и читаем автором – конечно, хотелось добиться подобных результатов. Показательным есть и тот факт, что Димок до сих пор «в деле», отлично, нестандартно пишет, развивается, создает новые проекты и даже можно сказать определенными методами «влияет» на жизнь блогосферы. Вот это действительно показатель популярности.

Бывает ли у популярных блоггеров свободная минутка? Другими словами, есть ли у тебя время на отдых, и как ты предпочитаешь его проводить? Удастся ли хотя бы раз в год ездить в жаркие страны, не страшно ли на недельку-две оставлять свои блоги?

Если бы я занимался только блогами, то времени свободного было бы много. Но, как и многие другие, одними блогами я не ограничиваюсь, поэтому тут с отдыхом сложнее. Не могу сказать, что я сильно напрягаюсь в течение рабочей недели, но иногда по-доброму завидую тем, кто после 17.00-18.00 может забыть о работе и заниматься своими личными делами.

Я не любитель активного отдыха, поэтому свободное время стараюсь встречаться с друзьями, гулять, посещать приятные места и что называется «хорошо посидеть». Иногда получается поиграть в бильярд, боулинг – очень интересные игры:) На недельку-две еще никуда в этом году не ездил, были сроки поменьше, хотя, думаю, лучше в длительные отпуска брать с собой ноут и хоть немного корректировать рабочую деятельность.

Как вы оцениваете нас журнал? Нужны ли подобные ресурсы людям, и что вы можете нам порекомендовать?

Журнал оцениваю весьма позитивно, конечно подобные проекты нужны и очень хорошо, что вы активно с вдохновением продолжаете всем этим заниматься. Хотелось бы пожелать вам дальнейших творческих успехов и развития.

Большое спасибо за интервью!

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА:

КАК ЗААРКАНИТЬ ЛОЯЛЬНОГО ФРЕНДА?



У вас есть профиль «В контакте»? А на Facebook? А Твиттером вы пользуетесь? Наверняка, большинство из вас ответят хотя бы на часть этих вопросов утвердительно.

Вот и у меня тоже есть профиль «В контакте», и на Facebook я, кажется, тоже зарегистрирована, а в Твиттере у меня даже кросспостинг постов с моего блога налажен. Но это всё — больше никакой активности у меня в социальных сетях нет. Приходят постоянно приглашения в различные сообщества, поначалу я в них вступала, ничего интересного для себя там не находила и благополучно забывала о своём «членстве». Уверена, что так же поступают очень-очень многие пользователи социальных сетей, даже активные, имеющие в своём профиле тысячу и более друзей, состоящие в целой куче всевозможных сообществ, вступают в группы, фолловят страницы и френдят всё новых и новых пользователей исключительно номинально. Зачем? А чтобы было!

А ведь социальные медиа сегодня — это непаханое поле для продвижения практически любого бренда, товара, ресурса... Только вот далеко не все, кто пытается это поле освоить, принимаются за дело с правильного конца. Казалось бы, принцип очевиден: создаём сообщество и начинаем приглашать в него пользователей, рассылая приглашения. Что может быть проще? Проще, может быть, действительно, ничего нет. Но вот эффекта никакого.

Так как же использовать громадный потенциал социальных сетей для продвижения своего бренда?

В первую очередь необходимо чётко уяснить себе, что продвижение в социальных сетях вовсе не является аналогом продвижения в поисковых системах. Это два разных фронта, которые замечательно дополняют, но отнюдь не заменяют друг друга. Если различные методы поискового продвижения позволяют привести на свой сайт но-

вых посетителей, то продвижение в социальных сетях преследует несколько иные цели.

Социальные медиа — это инструмент, с помощью которого можно повысить лояльность пользователей интернета, которые уже знакомы с вашим брендом и так или иначе в нём заинтересованы. А уже они, в свою очередь, комментируя и анонсируя материалы вашего ресурса, привлекают вам и новых целевых посетителей из числа своих френдов. Бесспорно, любое продвижение осуществляется в рамках целевой аудитории. Но как из сотен тысяч пользователей социальных сетей вычленишь именно тех, кто заинтересован в вашем бренде, и тем более тех, кто с ним уже знаком? В профилях указания на это вы не найдёте. Что же остаётся? Опять рассылать приглашения всем подряд? Ни в коем случае! Подобная рассылка спама (да-да... это же самый настоящий спам) результата, как уже говорилось, не принесёт. То, что человек зафолловил вашу страницу, вовсе не гарантирует того, что при необходимости он воспользуется вашим предложением. Да ничего подобного! Он пойдёт в ту компанию, которая ему уже знакома, или о которой у него есть достойные доверия отзывы. Кроме того, уже сам по себе спам у многих вызывает раздражение. Наконец, это тупиковый путь - в данном случае аудитория просто-напросто ограничена количеством ваших друзей в социальной сети. Так где же искать их — тех, с чьей помощью можно успешно продвинуть свой бренд в социальных медиа?

Гениальную в своей простоте и очевидности мысль высказал в видеointервью Алёне Поповой Артур Вельф. **Не в социальных сетях, а на вашем собственном сайте обитают целевые пользователи, на которых и ориентированы ваши усилия по продвижению.** Эти посетители уже являются вашей целевой аудиторией — они попали на ваш сайт разными путями: через поисковики, через контекстную рекламу и т.д., но в любом случае они уже заинтересованы в вас. И ваша задача сейчас не дать им уйти, задержать их любой ценой, вынудить присоединиться к вашему сообществу в одной из социальных сетей. Если вам это удалось, можете праздновать победу — вы заполучили ещё одного реального фана, который, скорее всего, приведёт вам и новых участников сообщества. И вот тут-то перед вами открывается простор для творчества. Как вы убедите своего посетителя зафолловить вас? А вы его заманите!

В уже упомянутом интервью Артур буквально на ходу генерировал идеи и навскидку предложил массу интересных ходов. Ну вот, например...

- *Установите на сайте виджет, который позволит присоединиться к вашему сообществу нажатием одной кнопки. Это очень удобно, не уводит посетителя с сайта и не даёт ему времени на то, чтобы забыть о своём намерении зафолловить вас.*
- *А кстати, зачем ему вас фолловить, хотя бы даже и нажав всего лишь одну кнопку? Да затем, что, присоединившись к сообществу, он получит бонусы, недоступные простым смертным. Какие? Ну, это уже вам решать. Придумайте, исходя из своей ситуации и, главное, донесите эту информацию до потенциальных участников сообщества. Причём повторение здесь будет вовсе нелишним. Заготовьте несколько таких «приманок» и раскидайте их*

по страницам — на какую-нибудь из них посетитель, скорее всего, клюнет. Естественно, это должны быть не пустышки, а действительно интересные предложения — акции, скидки, эксклюзивный доступ к каким-то дополнительным услугам и возможностям... Вариантов тут, действительно, безграничное количество.

- Не забываем и пользователей социальных сетей — где-то там, среди сотен людей, кому ваше предложение в настоящий момент неинтересен, бродят и ваши целевые посетители и потенциальные клиенты. Надо попытаться выцепить их, даже если они ещё не добрались до вашего сайта. Пригласите их... Но стоп! Не шлите приглашения! Никакого спама! Просто разместите приглашение в сообщество на своей страничке в социальной сети. И не забудьте упомянуть про бонусы для тех, кто к сообществу присоединится.
- Наконец, сделайте участие в вашем сообществе интересным не только в моменты, когда действуют придуманные вами бонусы для участников, а постоянно, чтобы люди читали вас с удовольствием, цитировали бы вас и ссылались бы на вашу страничку. Ведь так они приведут к вам новых фанов. А для этого постарайтесь размещать интересный контент — не унылые пресс-релизы, а цепляющие статьи. Смешные истории? Почему нет? Практические советы пользователям? Подойдёт! Одним словом, размещайте контент, который сами с удовольствием бы читали.

В заключение стоит отметить, что у социальных медиа как механизма продвижения всё ещё впереди. Ссылаясь на Злату Новикову — вторую участницу видеоинтервью, послужившего основой для этой статьи, можно утверждать, что период, когда в социальных сетях все дружат со всеми, в акциях, конкурсах участвуют из солидарности, в сообщества вступают, чтобы «отвязаться» от спама, скоро закончится. Пройдёт полгода-год, и маркетинг в социальных медиа выйдет на новый этап развития, где спамерам точно будет делать нечего. Так что лучше и не начинать...



Интернет-партизаны ИЛИ ПЕРЕХОД К ДЕМОКРАТИИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ



Автор: **Саитова Рамиля**

Блог автора: <http://ramilya.dan.su>

Если вы читаете эту статью, значит, являетесь активным пользователем Интернета, и знаете, что информация – ключевой ресурс. Мы живем в информационном обществе, благосостояние которого определяется скоростью накопления и распространения информации. Его еще называют постиндустриальным.

В соответствии с волновой концепцией Тоффлера, постиндустриальной стадии развития человечества предшествуют аграрная, когда основные ресурсы общества расходуются на производство продуктов питания, и индустриальная, характеризующаяся ускоренным развитием промышленности. В индустриальном обществе проблема питания решена, и на первый план выходит потребность в товарах. Дальнейшее развитие общества превращает в производительную силу науку, развивается сфера услуг, в которой создается более половины внутреннего продукта, растет доля умственного труда. Общество переходит на постиндустриальную стадию развития. Таким образом, главным двигателем истории, по Тоффлеру, является технический прогресс.

Технический прогресс влияет не только на производство, но и на уровень демократии. На индустриальной стадии появляется гражданское общество, которое противопоставляет себя государству и контролирует его действия. Граждане формируют ассоциации и организации для защиты частной

сферы и сдерживания политической власти. Приоритет гражданского общества над государством утверждается в большинстве современных теорий. О роли Интернета в развитии гражданского общества будет сказано ниже.

Я живу в Уфе. В Интернет пришла, чтобы защитить нарушенные конституционные права на частную собственность и предпринимательскую деятельность. В 2002 году моя компания «Добрый День» была захвачена рейдерами, прокуратура укрывала это преступление. Отчаявшись добиться справедливости через правоохранительные органы, получив отказы традиционных СМИ осветить проблему, я вышла в Интернет. Я назвала свой сайт **«Саитова Рамиля, Мисс Космополитен — 99: Мой муж рейдер!»**.

Принятию решения способствовали два обстоятельства. Во-первых, кризис 2008 года. Я потеряла карликовый бизнес, который создала, освободившись от многолетнего преследования рейдеров. Однако следы сфабрикованных против меня уголовных дел сохранились в базе МВД, и работодатели отказали мне в найме. Я поняла, что выжить смогу, только вернув похищенную компанию. Во-вторых, в ноябре 2009 года в Интернете появилось первое видеообращение Алексея Дымовского, произведшее фурор. О нем я узнала из телевизионных новостей. Не будучи активным пользователем «паутины», я поняла, что традиционное понимание СМИ изменилось и сместилось в «виртуал», где каждый имеет право быть услышанным.

Преодолев робость новичка, я создала сайт о рейдерском захвате компании, поставив перед собой две задачи: выложить фэбулу и документы для правоохранительных органов и СМИ, к которым я обращаюсь по сей день, и предать укрытое преступление огласке. Информацию я разместила его на бесплатном хостинге, с готовой системой управления сайтом.

Трафик принес одиночный пикет, устроенный мною на оживленных перекрестках Уфы. На плакате я написала: «Я Саитова Рамиля. Прокуратура РБ укрывает преступления. Инфо в Яндексe». Наиболее продуктивным оказался 1-часовой пикет утром, когда люди едут на работу. Он приводит на сайт около 50 уникальных посетителей в день пикета и волну интереса к нему в последующие дни. Мне повезло, и несколько очевидцев пикета выложили информацию на форуме. С разных форумов пришли десятки, сотни и даже тысячи посетителей.

Одновременно я зарегистрировала сайт в каталогах, и сейчас он хорошо отзывается на запросы в поисковиках. В общем, сайт зажил своей жизнью. Достигла ли я поставленных задач? Да. Из изгоя, оклеветанного рейдерами, я превратилась в борца. Более того, в качестве законного собственника активов стоимостью более 10 млн. дол. США (такова стоимость захваченного рейдерами имущества), в ситуации, когда правоохранительные органы от меня отвернулись, я имела серьезные основания для сомнений в собственной безопасности. Надеюсь, осведомленность Интернет-сообщества послужит сдерживающим фактором при планировании рейдерами новых противозаконных манипуляций.

Теперь нужно идти дальше. Моя цель — возбуждение уголовного дела в отношении рейдеров и возврат похищенной собственности. Для этого необходим широкий общественный резонанс, давление гласности на прокуратуру. Однако традиционные СМИ отказывают в публикациях до сих пор. Мотив от-

каза в том, что предоставляемая информация не подтверждена следствием. Учитывая, что следствие по делу является целью привлечения СМИ, замкнутый круг, который выдавил меня в Интернет, не разомкнулся. Я надеялась, что, опубликовав информацию на персональном сайте, я сняла ответственность за нее со СМИ. Так и произошло с рядом региональных интернет-изданий. Они опубликовали новостные сообщения, сославшись на мой сайт. Но традиционные СМИ консервативны, и за пределы «паутины» я не вырвалась до сих пор. Заявив об укрытии преступлений и коррупции чиновников в Башкортостане, я превратилась в интернет-партизана, оторванного от гражданского общества. Разоблачительная информация за пределы персонального сайта не вышла, общественного резонанса и реакции прокуратуры нет.

Складывается впечатление, что разрыв между информационным пространством «реала» и «виртуала» растет. В реале масса собственников СМИ, менеджеров и журналистов «кормятся», тиражируя новости и комментарии в печатных и телевизионных изданиях. Приоритет для них заработок, что вполне естественно. А складывается он из многих факторов, в том числе конъюнктурных, политических, безопасности и пр. Фактор качества информации в этом списке не первый. Вследствие чего, качественное независимое информационное поле перемещается в Интернет. В нем же происходит становление гражданского общества, о котором я написала выше.

Реал погряз в коррупции. Виртуал нет. Виртуал противопоставляет себя реалу и контролирует его так же, как гражданское общество противопоставляет себя и контролирует государство. В развитии Интернета будущее гражданского общества. Каким оно будет? Посредством каких механизмов Интернет-пространство повлияет на формирование социально-ориентированной государственной политики? Трудно сейчас предсказать. Однако мы наблюдаем, что массовое производство в промышленности уступает место производству по индивидуальным заказам, максимально отвечающим запросам каждого конкретного потребителя товаров. Видимо, в информационном обществе, по аналогии, возрастет значение каждого конкретного потребителя и производителя информации. Развитие блоггинга, несомненно, об этом свидетельствует. Самый достоверный источник информации человек, действующее лицо, ньюсмейкер. Нас, вероятно, ждут новые способы консолидации информации в Интернете и симметричного ответа на них государства. Можно ожидать кризиса традиционных СМИ, из которого они выйдут, научившись взаимодействовать с живой информацией в «паутине». Нас ждет очистительная трансформация государственной власти, в сторону большей прозрачности и мобильного ответа на потребности граждан. Решающую роль в этих преобразованиях сыграет Интернет, как трибуна народной воли.

Интернет превратился в гражданское подполье. Алексей Дымовский, Евгений Чичваркин, Валерий Кулиш, — сколько граждан, из числа отчаянных, уйдет в интернет-партизаны, не добившись правды в реальной жизни? Не пора ли сообществу блоггеров представить корпоративный интерес в органах власти? Одно вселяет оптимизм. Добиваясь справедливости и восстановления прав каждый в своем деле, все вместе мы работаем на становление единого, подлинно гражданского общества в России.

7 комментариев, КОТОРЫЕ Я БЫ НЕ ХОТЕЛ ПОЛУЧИТЬ КАК БЛОГГЕР...

Сегодня мы с Вами поговорим о комментариях. Конечно, не секрет, что комментаторы – это самая настоящая награда для автора.



Лично я не представляю, что бы было, если бы мои посты не комментировали. Хотя нет, представляю: через некоторое непродолжительное время блог бы благополучно закрылся. А смысл вести блог, если он интересен только тебе самому? Если твои посты не дают никаких эмоций, ни положительных, ни отрицательных. Я говорю о тематических блогах, а не о блогах-дневниках в полном смысле этого слова.

Это, конечно, вещь желанная для любого блоггера, но бывает получаешь такое, что жить дальше не хочется не совсем хотелось бы и получить! Нет, не о спаме речь идёт, а об осмысленных отзывах. Вроде бы как об осмысленных. Я порой и не разберу: то ли это спам, то ли человек реально думает так. Мало ли что: может читатель – великий философ мне попался. А я его не понял, да ещё и удалил его творение.

Далее я расскажу Вам о семи типах комментариев, исключая классический спам, которые я бы не хотел получить как блоггер. Вперёд!

1. Комментарии типа «Автор жжёт», «Плюс стоиццот», «Баян», а также мат и так далее. Это всё (в том числе и преславутые «Первонахи»), конечно, весело и гипер-интеллектуально, но, увидев такой комментарий, мне хочется послать такого человека в жо Албанию или в какую-нибудь Уганду, страну диких обезьян. Там этим людям самое место. Удаляется!

2. «Нафига ты открыл этот блог, таких кучами...», «Пост – отстой, я видел лучше на эту тему!» и так далее. Ребята, раз пост и блог «полный отстой» – быстренько и без шума вышли отсюда. Зачем тратить своё время на комментарий, да ещё и нервировать автора? Удаляется! Лучше почитайте блоги, которые на Ваш взгляд не «полный отстой». А может такой суперблог только у Вас? В то же время я приветствую критику в свой адрес. Критику осмысленную, я буду только рад, если Вы

меня дополните или исправите в чём-то;)

3. Комментарий ради ссылки. В последнее время заметил тенденцию вставки не имени/ника комментатора, а анкера к своему блогу. Не знаю, есть ли резон с точки зрения СЕО, я этим не увлекаюсь. Однако, мне приятней видеть нормальное имя или ник в подписи. Такие комментарии я, конечно, не удалю (если они со смыслом), но это просто – моё пожелание. Представьте, что у меня стояла бы подпись не «Дима Шайтор», а «Блогосфера» или что-нибудь ещё похлеще:)

4. Комментарий ради ссылки – второй вариант. Я не получаю восторга от комментариев типа «А я тут более полно тему изложил!» Не знаю, что это: или банальное хвастаство, или здесь просто цель – заманить к себе читателей. А может, то и другое? На БлогФронте я такое не получал, однако видел, что на других блогах на такие комментарии вообще не реагируют, никак не отвечают. Да и включил опцию «Поставить комментарий в очередь на модерирование, если он содержит ссылки» Если получу такой комментарий, и он будет без дополнительных рассуждений – удалю!

5. Комментарии не по теме. Я выставил на всеобщее обозрение свои контакты. Вопросы, пожелания, предложения – всё туда. А комментарии к посту должны быть комментариями непосредственно к посту. Но я Вас к этому не обязываю, просто так бы хотелось в идеале:)

6. Комментарии, которые превращают пост в онлайн-чат. Нет, если, конечно всё по теме и ведутся словесные баталии, дополняющие либо критикующие друг друга по теме поста, то пожалуйста. Даже может получиться из реально умного диалога целый пост! Но когда речь идёт о таком:

- Я согласен с автором
- Я тоже соглашусь
- О, мы одинаково думаем!

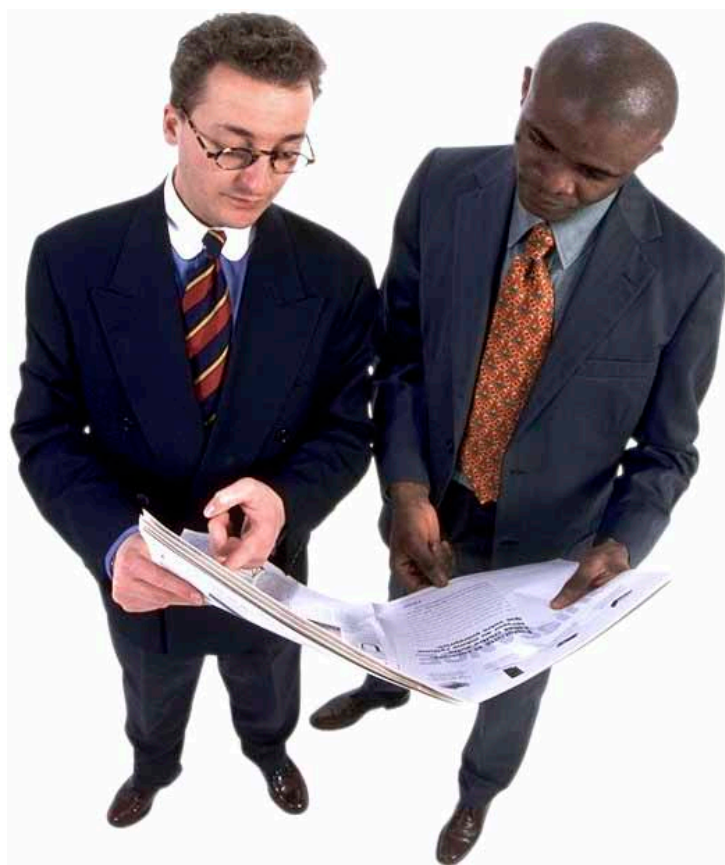
И так далее... Такого плана. Я думаю Вы поняли, о чём я:)

7. Комментарий ради комментария, ради плюс 1, так сказать. Раньше это было модно, да и сейчас «модным» остаётся на форумах, где показывается количество написанных комментариев около аватарки. Как приз, при накоплении достаточного количества комментариев – новый статус, например переход из ранга «Рядовой» в «Сержант» или что-нибудь похожее. Ооо, типа круто, ага:) Теперь же и в блогах так, только тут уже вместо ранга другое – «Топ комментаторов». Но смысл такой же – у кого больше комментов, тот и повыше будет. Все мы знаем чем это «грозит» топ-комментатору – трафиком, да и ссылочка подольше провесит в самом топе. Слава богу у меня топовые комментаторы честные, ненакрученные. Молодцы! Спасибо Вам;)

Послесловие

Вы знаете, эти все мои «правила» я и сам порой-то нарушаю. Просто так хотелось бы в идеале:) Вот и всё. Но такого не будет никогда! Конечно, если я не закрою вовсе комментирование. Но тогда смысл блога теряется. Надеюсь, я буду видеть этот смысл всегда! Спасибо, Вам, моим комментаторам! Я всегда рад получать от Вас комментарии, даже пусть они иногда и не по моим правилам. Но на то они и правила, чтобы их нарушать;) Ведь правда? Успехов в блоггинге и до скорых встреч на Фронтовом! Пока!

Каким блогам **СТОИТ ПЛАТИТЬ:** ВЗГЛЯД РЕКЛАМОДАТЕЛЯ



Разумеется, взгляд рекламодателя на полезность блога зависит от личных целей и задач рекламной кампании.

Кому-то нужны десять тысяч нулевых блогов с копеечными расценками, кто-то готов платить крупные суммы блогу с верхушки топа Яндекса. Но, как правило, большинство рекламодателей, рассчитывающих на <<живые>> блоги и скромный бюджет (\$0.5 - 5 за постовой и \$2 - 10 за обзор) предъявляют блогу вполне конкретные и схожие требования. Если вы им не соответствуете - скорей всего, большая часть заказов пролетит мимо вас.

Итак, что же это за требования?

1. Блог не должен быть <<нулевым>>. Тиц и PR должны быть более-менее приличными. Если хотите постоянно получать за постовые больше

доллара - дотяните ТИЦ хотя бы до 10 - 20, а PR желательно до 3. С повышением PR до 4, а ТИЦ до 100 - 200 вы уже можете рассчитывать на постоянные заказы в рамках \$5 - 10 за постовой и более.

2. Не всё замыкается на <<пузомерках>>, ведь их можно нарастить покупными ссылками, а то и наглой <<склейкой>>. Многие рекламодатели выбирают только <<живые>> блоги, т. е. блоги, которые читают не только роботы, но и люди, и которые ведутся не для рекламы, а для людей.

3. В топку приличными заказчиками отправляются линкопомойки и чисто рекламные блоги. Не позволяйте себе ставить более пяти внешних ссылок в посте, и чередуйте рекламу с нерекламными постами в соотношении 1:2, ну или хотя бы (хотя бы!) 1:1.

4. Посты должны индексироваться! Обязательно Яндексом, и желательно Гуглом. Если посты с рекламными ссылками не индексируются Яндексом, вряд ли вы сможете хорошо заработать на блоге.

5. Пишите свой, уникальный контент. Во-первых, будете расти в рейтингах, во-вторых, многие рекламодатели хотят видеть даже постовую ссылку при уникальном контенте.

6. Если ваш блог состоит из картинок и тыренных анекдотов - не удивляйтесь, что вам не делают хороших предложений.

7. Не наращивайте читателей акциями взаимофрендинга - рекламодатели нынче умные, и могут отличить настоящий блог-тысячник от накрученного. Лучше больше комментов в постах, чем псевдо-френдов.

8. Не пытайтесь наколоть рекламодателя, <<упаковывая>> ссылки в нофоллоу и ноиндекс - вас могут забанить на бирже блогов. Не ставьте рекламные ссылки под кат - вернут на доработку и внесут в чёрный список.

9. Не гоните посты с такой скоростью, чтобы за день полностью обновлялась главная страница. Во-первых, с такой скоростью блоги обновляются либо за счёт мелких постов на 100 - 200 знаков, либо за счёт копипаста, что снижает качество рекламной площадки. Во-вторых, рекламодатель хочет хотя бы 2 - 3 дня пробыть на главной странице, чтобы поисковики проиндексировали его на главной. Не портите себе репутацию <<скоростным обновлением>>.

10. Не халявничайте. Даже если один рекламодатель оплатил плохо сделанную работу, второй, глянув в ваш блог и увидев плохую работу, наверняка откажется от сотрудничества.

Если хотите зарабатывать - любите свой блог, цените его и развивайте!

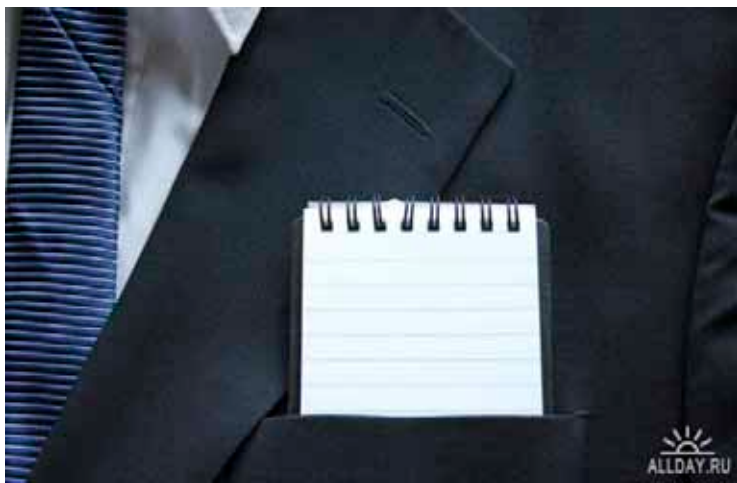
И не халявничайте. Рекламодатели сейчас становятся всё опытнее и придирчивее.



Корпоративный БЛОГГИНГ:

ПРАВИЛ НЕ СУЩЕСТВУЕТ

Нет такого закона, который запрещал бы вести свой блог так, как нам это захочется.



Эта простая истина может создать самую благоприятную почву для самовыражения тем, кто изначально готов к публицистике. Она же поставит в тупик тех, кто привык действовать по правилам, инструкциям и канонам. Хотя инструкций просто море. Самые живучие - это советы по созданию интригующих заголовков и использованию картинок в постах, которые приезжают к нам с дотнета с завидным постоянством. Кроме этого ряд компаний проводят консультирование и даже предоставляют готовые проекты "под ключ", и не только это.

Правда, в последнее время стали раздаваться скептические голоса. Наблюдается некоторое затухание в приросте общего поголовья блогов. Но пророчества скептиков обходят стороной корпоративный блоггинг. Если вспомнить, что сейчас в России зарегистрировано около 1.5 млн. компаний, а в каталоге корпоративных блогов Яндекса только 35 блогов - станет понятно, что нам есть куда развиваться.

Итак, корпоративный блог. Это не пресс-центр и даже не лента новостей. Это открытый дневник компании, в котором эксперты рекомендуют выступать без галстука. Не все могут это понять, но в блоге не нужны даже пресс-релизы. Блог - это вообще не сайт. И пишут в нём всё, что считают нужным написать о жизни компании.

Казалось бы, ну кому из читателей нужно это знать? Ан, нет... Если Вы не в состоянии представить себе сотрудниц компании, которые «охают над ребятёнком», то Вам это и не нужно. Это блог компании, у него нет обязательства: не публиковать этой картинки. Напротив – она и нужна и важна.

Есть ли блог у Вашей компании? Если его нет, это вовсе не означает, что Вы отстаёте от жизни. Вполне возможно, что лучше не иметь никакого блога, чем вдруг загореться энтузиазмом, а потом остыть и оставить в Сети памятник минутному задору. Так материалы «Вебпланеты» указывают на то, что Роман Шатерник, глава представительства Red Graphic в России, описывая причину не создавать блог компании, сказал, что энтузиазма сотрудников хватило всего на три месяца.

Эта причина не сделать блог своей компании соревнуется с желанием получить бесплатный инструмент для создания положительного образа бизнеса и формирование доверительных отношений у представителей целевой аудитории. Хотя есть мнение, что о последнем феномене чаще говорят те, кто превращают разговоры о корпоративном блоггинге в профессиональную деятельность. Так проведённое три года назад, по заказу Makovsky + Company, исследование, Harris Interactive показало, что руководители компаний из списка Fortune 1000 не рассматривают корпоративные блоги в качестве инструмента коммуникации компании. Вполне возможно, что с течением времени маркетологам удалось убедить западных бизнесменов, что блоги нужны их компаниям как воздух. Но только не российских... По словам Дмитрия Воскобойникова, обозревателя газеты «Известия», не стоит преувеличивать значение Интернета в жизни россиян.

Поэтому сразу хочется задаться вопросом о конечной цели кампании...

Есть ли среди аудитории блогосферы ваши клиенты? И есть ли в ваших рядах блоггеры? Корпоративный блог — это модно, современно, может быть эффективно, во всяком случае, с точки зрения соотношения «цена/качество», но его нужно вести. Успешность блога или его провал целиком и полностью зависят от способности



ведущего его сотрудника. Я не случайно начал этот текст с утверждения: нет закона запрещающего вести дневник по собственному усмотрению. Нужно учитывать, что вместе с небывалой свободой мы получаем ещё и отсутствие определённого алгоритма ведения медиа-канала данного вида. Другими словами, сотруднику нельзя приказать стать блоггером, потому что это занятие не имеет ничего общего с тем, которое выполняют специально-обученные люди. Один удачный вариант блога может не повториться в другом месте, для другого товара, руками другого человека. Кроме того, на блоггере лежит существенная ответственность. Переводной характер большей части публикаций о корпоративном блоггинге выдаёт себя сразу как только встретится пункт о том, что блог создаёт открытость компании. А так ли уж всегда нужна эта открытость? Наличие блога, особенно если его ведут несколько сотрудников, существенно увеличивает риск того, что просочится закрытая информация. Вообще писать в блоге о внутренней жизни компании занятие неблагородное. Даже если никто не разболтает коммерческую тайну, такие описания могут свестись к хроникам корпоративных вечеринок.

Коммерческая блогосфера Рунета конечно же развивается. Сейчас мы попробуем понять, что такое коммерческий блоггинг на самом деле. Выше я привёл число корпоративных блогов зарегистрированных в каталоге блогов Яндекса. Цифра не очень вяжется с тем шумом и гамом, которые поднимают гуру Интернет-маркетинга вокруг нужности и важности корпоративного блоггинга. Конечно, в каталог попали не все блоги.

Есть в этом что-то, что никак не стыкуется с наличием ажиотажа вокруг темы, вы не находите?





КНИГИ про УКРАИНУ



Путеводители
Художественные фотоальбомы



Чем ЛУЧШЕ ВСЕГО КОРМИТЬ ПОИСКОВОГО РОБОТА



Предположим, что у нас уже есть сайт, который неплох в управлении, красив и обладает всем необходимыми на сегодняшний день функциями. Но, несмотря на все эти превосходства, мы имеем достаточно низкую посещаемость, и наши расходы зачастую превышают получаемую прибыль.

Не достаточно просто сделать красивый сайт фаршированный огромным количеством удобных и довольно интересных функций. В нашем мире всё новое и малоизвестное нуждается в рекламе, и проекты всемирной сети не являются исключением, как не прискорбно это звучит, но для того чтоб твой товар увидели, придется вкладывать силы и средства в его рекламу.

Вывод сайта на новый уровень популярности начинается с привлечения целевой аудитории, прошу заметить, именно целевые посетители

(люди заинтересованные и нуждающиеся в том, что вы разместили на своем сайте) могут решить будет ваш сайт популярен или же займет нишу среди не популярных и бесполезных интернет проектов. Вы просто обязаны выложиться в полную силу, дабы обеспечить сайту интерес именно среди целевой публики, а все остальные начнут тянуться вслед за ними! Исходя из правил рыночной торговли, примерно 20% покупателей приносят доход в размере 80% от общей суммы, а остальные 80% покупателей приносят 20% от общего заработка, этими 20% пользователей как раз и являются люди, которые целенаправленно ищут ваш товар. Потратив время как раз на эти 80% незаинтересованных пользователей, проще говоря <<толпу>> вы получите одноразовую вспышку посещаемости, но останутся, либо приобретут товары, размещенные на нем, лишь единицы, и в итоге вы можете даже не покрыть свои финансовые расходы, не говоря уже о затраченных силах и времени. Так что первое правило успеха вашего интернет проекта, это точно попасть именно на целевую аудиторию и всяческими изощренными методами и предложенными посетителям удобствами так их привлечь, чтобы они после первого посещения постоянно продолжали заходить на сайт и приобретать то, что на нем предложено. Первым делом я предлагаю рассмотреть аспекты привлечения нужных нам пользователей, а потом уже поговорим об их удержании в своих руках.

Для того чтобы ищущий пользователь заметил и заглянул на ваш сайт, необходимо создать достаточно привлекательную, и желательно креативную рекламу вашего проекта и товара в частности, поясняющую самые главные моменты их принадлежности (т.е. то для чего они предназначены). Будь у вас интернет магазин, блог, или же врез портал, особого значения не имеет, ведь правила успешной рекламы для любой деятельности практически одинаковы. Из разрешенных <<белых>> методов рекламы стоит отметить следующие:

- **Контекстная реклама**
- **Баннерная реклама**
- **Почтовые рассылки**
- **Обмен ссылками (желательно с проектами подобными вашему)**
- **Реклама по телевидению(самая эффективная но далеко не дешевая из всех вышеперечисленных рекламных компаний)**

Эти виды рекламы настроены на прямой переход по "URL" адресу сайта, и не дает особого приоритета в системах глобального поиска, а как показывает практика, всё больше и больше людей для получения нужной им информации о приобретении, о том или ином товаре обращаются именно к поисковым системам. В данной статье мы рассмотрим только честные методы поисковой оптимизации, не прибегая к тем случаям, когда пользователь набирает в поиске <<чайный сервис>>, а благодаря не добросовестным оптимизаторам система ему выдать некоторое количество ссылок на сайты, к примеру, о <<нефтяной промышленности>>. Подобный способ нас мало интересует так как мы нацелены именно на покупку а не на кучность посетителей, и естественно нам для того чтоб продать книги, не нужны люди которые заинтересованы например в покупке холодильника. Так чем же на-

кормить поисковые системы так чтобы оптимизация была чистой и в то же время максимально результативной?

Параметры поиска и вывода информации в системах постоянно совершенствуется командой профессионалов и ориентируется на то, чтобы пользователь получал только ту информацию, которую он запросил!

При индексировании сайтов, системы главным образом опираются не на ссылки, а на внутренний контент(тексты написанные внутри сайта) так как даже если на сайте будет куча вшитых ключевых слов по разнообразным запросам, текст внутри страницы во что бы то ни стало, будет написан про то, на что ориентирован сам проект. Первым в результатах поиска будут выставляться те проекты, в которых внутреннее текстовое содержание максимально сходится с искомой фразой, при этом учитывается и связность текста. Именно контент и его уникальность способствуют выводу сайта в лидеры вывода по тому или иному запросу.

Оптимизация контента под ключевые слова запросов это довольно свежий и на мой взгляд довольно эффективный способ связи пользователя с нахождением нужного ему ресурса посредством поисковой системы. Так как поиск ведется по ключевым словам, введенным пользователями для поиска, система ставит на первые места те сайты, в которых контент оптимально насыщен словами и фразами схожими со словом запроса. Посредством этого можно прийти к выводу - чем больше слов по ключевой тематике, тем больше посетителей. При этом не стоит забывать и о читаемости текста, ведь если вы, к примеру, 200раз напишите <<чайник>> поисковая система непременно сочтет такой текст за черный метод и выкинет сайт с таким контентом далеко на нижние строчки. Исходя из этого, ключевые слова следует вставлять в текст так, что бы помимо отвечающих запросу, были ещё и другие слова обеспечивающие тексту разнообразие и достаточно простую читаемость. Так же не стоит забывать о том, что на <<Главной>> странице следует размещать текст, оптимизированный именно на основную тематику самого сайта, а страницы описания товаров под те поисковые слова, по которым чаще всего ищут данный товар. Разрешенное количество ключевых слов приблизительно равно 8-10 слов на текст из 1000символов.

Помните, что превышение лимита количества одинаковых слов жестоко карается поисковыми системами, так как это скидывает вниз рейтинги самой системы.

Для справки поясню, что релевантностью поиска называется соответствие тематики сайта поисковому запросу пользователя. Это важнейший аспект, служащий для ранжирования интернет ресурсов при поиске. Первым в списке найденных сайтов непременно будет выведен тот, чей контент в наибольшей степени соответствует введенному при запросе слову.

Написание максимально релевантного контента, в идеале состоит из нескольких этапов. Формирование контента начинается с определения целевой аудитории и ключевых слов подходящих вашему проекту. Заметим что при выборе ключевых слов необходимо обратить внимание на статистику запросов в месяц и на количество ключевых слов, для нормальной оптимизации должно быть не более пяти ключевых слов на страницу, причем акцент

при написании текста следует делать на самое искомое слово. Для просмотра частоты запросов по тем или иным словам, я советую использовать статистику <<рамблера>>, так как он показывает самые чистые результаты. В количестве ключевых слов и их плотности внутри контента следует отталкиваться от уровня конкуренции по данным поисковым запросам.

Точный выбор ключевых слов - один из путей к успешности сайта, лично я советую подбирать в качестве главных, те слова, которые чаще всего ищут, а второстепенные подбирать по соотношению частоты запросов с уровнем конкуренции, так как вначале может быть крайне трудно обойти более раскрученных, хорошо сидящих на своем месте конкурентов. Так же от выбранных ключевых слов непосредственно будет зависеть, попадет на ваш сайт заинтересованная аудитория, которая купит ваши товары или же случайные прохожие которые только принесут вашему сайту максимум посещаемости, но минимум покупок, из этого следует вывод, что на случайной аудитории особо не заработаешь. Как я уже говорил, любому магазину выгоднее получить 10уверенных покупателей, чем 1000 людей, которые посмотрят на наличие товаров и пойдут дальше. Главное при написании текста не забывать о том, что помимо ключевых слов текст должен быть привлекателен для пользователя. Именно прочитав текст, пользователь решает купить ваш товар или же пойти дальше, так что советую тцательно обращать внимание на написанный на сайте контент, особенно тот который описывает предлагаемый вами товар.

Итак, я думаю можно подвести итоги:

- *оптимизация сайта при помощи контента новый, но, тем не менее, достаточно значимый инструмент в поисковой оптимизации сайта;*
- *Текстовое наполнение сайта привлекает не только поисковых роботов, но и целевую аудиторию сайта, так что следует стараться максимально угодить обеим сторонам, так как они непосредственно влияют на ваш заработок и успешность проекта.*



«ЖАРКОЕ ЛЕТО»

Проводит: Партнерская сеть AdsParade

Призовой фонд: 30 000 рублей

Сроки: До 1-ого сентября

Задача: Написать статью о системе AdsParade.ru

Подробнее здесь: <http://www.adsparade.ru/>



КОНКУРС НА «БЛОГИ МАМ»

Проводит: Сообщество Blogimam.com

Призовой фонд: 2000 рублей

Сроки: До 30-ого июня

Задача: Написать историю, связанную с мамами

Подробнее здесь:

<http://www.blogimam.com/>



«МОЙ ЛЮБИМЫЙ СПОСОБ ЗАРАБОТКА»

Проводит: Ильдар Хакимов

Призовой фонд: 1000 рублей

Сроки: До 1-ого июля

Задача: Описать свой любимый способ заработка в интернете

Подробнее здесь:

<http://ihakimov.ru/>



КОНКУРС ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ «ХОЧУ В...»

Проводит: Puteshestvie.in

Призовой фонд: 45\$

Сроки: До 30-ого июня

Задача: Рассказать о городах, регионах, странах, куда стремятся мысли, душа и тело.

Подробнее здесь:

<http://puteshestvie.in/>

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://blogo-news.com/author.html>

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

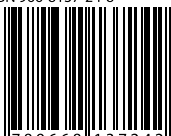
<http://blogo-news.com/reklama.html>

Присылайте ваши фотографии,
лучшие будут профессионально откорректированы
и опубликованы в журнале. fototuning@e-books.net.ua

2010
ИЮНЬ



ISBN 966-8137-24-8



9 789668 137242 >

Фото: *Владимира Сульженко. Киев. Украина.*