

Курс пошукової оптимізації для початківців (SEO)

Старт - 16.03.2021

43 години

Заняття - Вівторок/Четвер 19:00-21:00

Контактні дані:

Валентина Кузьмич

Promodo Academy

вул. Отакара Яроша, буд. 18

Харків, Україна

Огляд

Курс пошукової оптимізації для початківців (SEO) - теоретичні та практичні знання в одному курсі. Ви освоїте принципи роботи пошукових систем, зрозумієте, як використовувати фактори ранжирування та працювати з різними типами запитів користувачів. Буде розуміння як краще провести SEO-аудит, скласти ефективні пошукові запити для просування та які інструменти використовувати для оптимізації свого сайту або сайту замовника.

Цей курс допоможе фахівцям-початківцям зрозуміти, яке значення має грамотно вибудована стратегія SEO для сайту та як пошукова оптимізація може допомогти вашому ресурсу показуватися вище сайтів конкурентів. Після навчання ви будете

мати цілісне уявлення про те, яким з питань слід приділяти увагу, просуваючи сайти з нуля, та як уникнути класичних помилок.

Цілі

1. Отримати нову професію
2. Оволодіти новими інструментами, як маркетологи
3. Дізнатися більше про отримання органічного трафіку
4. Чому SEO дає не швидкий результат
5. Розуміти та контролювати фахівців

Технічні подробиці

Ви вивчите ресурси:

- Ahrefs
- MS SEO excel
- Screaming Frog
- Google Search Console
- Google Analytics
- Google Tag Manager

Програма курсу:

I. Введення до SEO

Вступна лекція. Знайомство з викладачами і програмою курсу

Як працює пошук (оператори пошуку, алгоритми, пошук за картинками, відео, картам і т.д.)

SEO vs Контекст - відмінності, взаємодія.

Як працювати в WordPress

Внутрішня оптимізація сайту

II. Семантика

Як зрозуміти свою аудиторію

Де взяти запити

Які запити використовувати, які ні

Як перетворити семантичне ядро в структуру сайту

III. Семантика / ядро (практика)

Збір ядра

Оптимізація обробки ядра і кластеризації

Живі приклади

Основні формули

IV. Структура

Введення в типи структур на прикладі смартфона / нерухомості

Знайомство зі сторінками фільтрів

Опрацювання алгоритмів під фільтри

Синхронізація товарів з фільтрами

Пошук нових фільтрів

Аналіз структури конкурентів

V. Структура / ядро (практика)

Синхронізація товарів з фільтрами

Живі приклади

Плюшки з макросами

SEO excel

VI. Індексція сайту

Robots.txt - навіщо потрібен, директиви, практичні нюанси

Sitemap.xml для сторінок, картинок, відео - принципи побудови, вплив на процес індексації

Sitemap.html - принципи побудови, технічна реалізація, обмеження, ефективність

VII. Onpage-оптимізація

Дублі: повні та часткові;

Оператори пошуку дублів;

Title / Description;

Як прописати теги для 100к сторінок;

Заголовки H1-H6 і Table of Content;

Оптимізація картинок;

Хлібні крихти;

Мікророзмітка

Як ставити ТЗ девелоперам;

Інструменти для аналізу / автоматизації роботи:

Розширення для Google Chrome

Букмарклети

Screaming Frog

Сервер - що це таке і на що впливає?

URL адреси - які бувають, як впливають, як не можна робити.

PageSpeed Insights

Mobile Friendly

Текстова складова

Історія розвитку

Що таке релевантність

Поняття тематики, аналіз Ципфа

Поняття унікальності, спамності і водності. Інші SEO-метрики, їх поточний вплив

Як знайти копірайтера і поставити йому ТЗ

VIII. Текстова складова

Історія розвитку

Що таке релевантність

Поняття тематики, аналіз Ципфа

Поняття унікальності, спамності і водності. Інші SEO-метрики, їх поточний вплив

Як знайти копірайтера і поставити йому ТЗ

IX. Внутрішня вага

Перелінювання: принципи роботи і навіщо потрібна

Які бувають види перелінювання і коли потрібно їх застосовувати

Які бувають схеми і як вибрати кращу

X. Швидкість завантаження сайту:

- На що впливає швидкість завантаження

Важливість першого екрану

Що робити з JivoSite

кешування

Прискорюємо CSS і JavaScript

Що робити з зображеннями

Проблема з Google Tag Manager і лічильниками відстеження відвідувачів

XI. Комерційні / Поведінкові чинники

КФ: Що таке КФ? Розбір характерних прикладів

КФ: Типи і важливість КФ

ПФ: Метрики поведінки на сайті: відмови, час сесії, глибина, виходи

ПФ: Поведінка в пошуковій видачі. Що можна поліпшити? Річсніпет vs сніпети-символи.

XII. Інструменти must have

Search Console: звіти, переваги

Google Analytics: стандартні звіти, джерела трафіку, точки входу-виходу, цілі в ecommerce, асоційовані конверсії

Google Tag Manager: що це таке, як встановлюється, основні можливості

XIII. SEO аналітика

Зовнішнє просування

XIV. Ранжування посилань

Історія розвитку посилального ранжирування та інфраструктури

Види посилань, як вони впливають:

- Dofollow- і nofollow-посилання
- анкорні і безанкорні посилання
- Комерційні анкорні vs текстові
- Наскрізні посилання
- Посилання-картинки: анкор, альти, посилання в перших бітах коду
- Посилання з pdf- і doc-форматів

Хитрощі та маніпуляції:

- Посилення посилань соц.сигналами і іншими посиланнями

Накрутка поведінкових по посиланням

XV. Де та як дістати посилання

Лінкбїлдінг руками: довго, дорого, природно

Що таке крауд

Лідери думок: хто вони, навіщо потрібні, і як з ними працювати

Правильна покупка посилань: трохи швидше, трохи дешевше, так само природно

Сателіти: якими бувають, і як з ними працювати

Ahrefs: аналіз конкурентів, що де знаходиться

XVI. Темно-сіре та чорне SEO

Що таке сіре та чорне SEO

Які саме дії з сайтом відносяться до nereкомендованих пошуковими системами
Чому можна, якщо обережно

XVII. Репутаційний маркетинг (SERM)

Як визначити репутацію в мережі

Як підібрати запити

Як побудувати карту репутації

Як побудувати роботу і добитися результату

XVIII. Санкції

Що таке санкції, їх типи, вплив на бізнес.

Історія розвитку алгоритмів Google

Вплив оновлення алгоритмів

EAT and YMYL

Аналіз YMYL сайтів

Google - Ручні санкції

Google - Автоматичні санкції

Фільтри Yandex

XIX. Кар'єрні консультації

- Налаштування облікового запису в LinkedIn

- Створення резюме

- Які помилки роблять кандидати

- Що врахувати при пошуку роботи, як сортувати та структурувати

- На що звертають увагу при співбесіді рекрутери

- Чому важливо готуватися до співбесід

- Як пройти адаптацію на новому робочому місці