

Google meklētājprogrammas optimizācijas ceļvedis iesācējiem

Versija 1.1, izdota 2008. gada 13. novembrī

Lai arī lūdzam Google meklētājprogrammas optimizācijas ceļvedī iesācējiem. Šis dokuments sākumā tika izveidots, lai palīdzētu Google komandām, bet mēs izlēmām, ka tas varētu būt tikpat noderīgs tīmekļa pārziņiem, kas vēl nav saskārušies ar optimizāciju meklētājprogrammām un vēlas uzlabot savu vietņu mijiedarbību gan ar lietotājiem, gan meklētājprogrammām. Lai gan šis ceļvedis jums neatklās slepenus paņēmienus, kā automātiski ierindot vietni Google vaicājumu rezultātu sākumā (atvainojiet!), tālāk aprakstītās pieņemtās prakses ievērošana ļaus meklētājprogrammām optimāli izmantot rāpuļprogrammu jūsu satura pārmeklēšanai un izveidot tam rādītāju.

Meklētājprogrammas optimizācija bieži nozīmē nelielu modifikāciju veikšanu atsevišķās tīmekļa vietnes daļās. Skatītas atsevišķi, šīs pārmaiņas var šķist kā mazi, pakāpeniski uzlabojumi, bet kopā ar citām optimizācijām tām var būt manāma ietekme uz vietnes lietotāju pieredzi un veikspēju organiskos meklēšanas rezultātos. Jums droši vien jau ir zināmas daudzas šī ceļveža tēmas, jo tās ir būtiskas jebkuras tīmekļa vietnes pastāvēšanā, bet jūs, iespējams, neizmantojat visas to sniegtās priekšrocības.

The screenshot shows a Google search results page for the query "baseball cards". The search bar at the top contains the text "baseball cards" and a "Search" button. Below the search bar, there are navigation links for "Web", "Shopping", "News", and "Books". The search results are displayed in a grid format. On the left side, there are several organic search results, including "Baseball Card | Value Price Guide | Selling Cards Worth" from CardPricer.com, "Baseball Cards Only - The Ultimate Card Shop on the Web!" from bbonly.com, and "Baseball Cards 1887-1914" from lcweb2.loc.gov. On the right side, there are several sponsored links, including "Sell Your Baseball Cards" from ktyding.com, "Get Baseball Cards" from baseballboss.com, "Baseball Cards" from eBay.com, "No Reserve Sports Auction" from bidonsports.net, "Buy Baseball Hobby Boxes" from DACardWorld.com, "Baseball Display Cases" from displaygifts.com, and "Charm City Baseball Cards" from charmcitycards.com. The page is annotated with two large text overlays: "Apmaksātā" meklēšana, AdWords" in the center and "Organiskā meklēšana" in the lower right quadrant.

Meklētājprogrammas optimizēšana ietekmē tikai organiskās meklēšanas rezultātus, nevis apmaksātos vai "sponsorētos" rezultātus kā Google AdWords

Lai gan šī ceļveža nosaukumā ir vārds “meklētājprogramma”, mēs vēlamies teikt, ka optimizācijas lēmumi jums galvenokārt jābalsta uz to, kas būtu noderīgāk vietnes apmeklētājiem. Tie ir galvenie jūsu satura patērētāji un izmanto meklētājprogrammas, lai atrastu jūsu darbu. Pārlika uzmanības koncentrēšana uz noteiktu uzlabojumu veikšanu, lai meklētājprogrammu organiskajos rezultātos iegūtu augstāku rangu, var nesniegt vēlamos rezultātus. Meklētājprogrammas optimizācija nozīmē parādīt vietni no vislabākās puses saistībā ar redzamību meklētājprogrammās.

Lai labāk izskaidrotu jautājumu, esam izveidojuši fiktīvu tīmekļa vietni, kas kā piemērs tiks izmantota visā ceļvedī. Katrai tēmai mēs esam izdomājuši pietiekami daudz informācijas par vietni, lai ilustrētu attiecīgo situāciju. Šeit ir mazliet informācijas par vietni, ko mēs izmantosim:

- tīmekļa vietnes/uzņēmuma nosaukums: “Brandon's Baseball Cards” (Brendona beisbola kartītes);
- domēna nosaukums: brandonsbaseballcards.com;
- fokuss: beisbola kartīšu pārdošana tikai tiešsaistē, cenu vadlīnijas, raksti un ziņu saturs;
- apjoms: mazs, ~250 lapu.

Vietne var būt lielāka vai mazāka par šo un piedāvāt pilnīgi citādu saturu, bet tālāk aprakstītās optimizācijas tēmas attiecas uz visu lielumu un veidu vietnēm.

Mēs ceram, ka šis ceļvedis jums sniegs jaunas idejas, kā uzlabot savu tīmekļa vietni, un ļoti labprāt uzklausīsim jūsu jautājumus, atsauksmes un veiksmes stāstus [Google tīmekļa pārziņa palīdzības forumā](#).

Izveidojiet unikālus, atbilstošus lapu nosaukumus

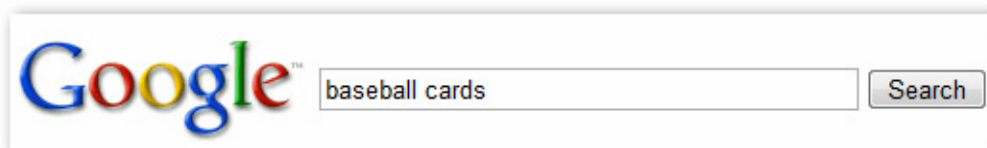
Nosaukuma birka ļauj gan lietotājiem, gan meklētājprogrammām zināt, kāda ir attiecīgās lapas tēma. Birkai <title> jābūt ietvertai HTML dokumenta birkā <head>. Vislabākajā gadījumā katrai vietnes lapai jāizveido unikāls nosaukums.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices</title>
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards provides a large selection of baseball cards, including rookie cards, short prints, and more.">
</head>
<body>
...
```

Beisbola kartīšu vietnes mājaslapas nosaukums, kurā norādīts uzņēmējdarbības nosaukums un trīs galvenās tēmas

Ja dokuments parādās meklēšanas rezultātu lapā, nosaukuma birkas saturs parasti parādās pirmajā rezultātu rindiņā (Ja nezināt par Google meklēšanas rezultātu atšķirīgajām daļām, varat noskatīties Google inženiera Meta Katsa video [Meklēšanas rezultāta anatomija](#) vai apskatīt šo noderīgo [Google meklēšanas rezultātu lapas diagrammu](#).) Vārdi nosaukumā ir treknrakstā, ja tie parādās lietotāja vaicājumā. Tas lietotājiem var palīdzēt noteikt, vai lapa ir atbilstoša meklētajam.

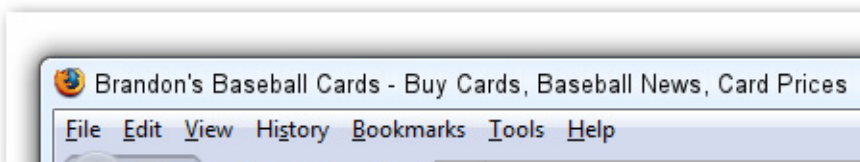
Mājaslapas nosaukums var ietvert tīmekļa vietnes/ uzņēmuma nosaukumu un arī svarīgu papildinformāciju, piemēram, uzņēmuma fizisko adresi vai dažas no tā galvenajām darbības sfērām vai piedāvājumiem.



Lietotājs veic vaicājumu [baseball cards — beisbola kartītes]

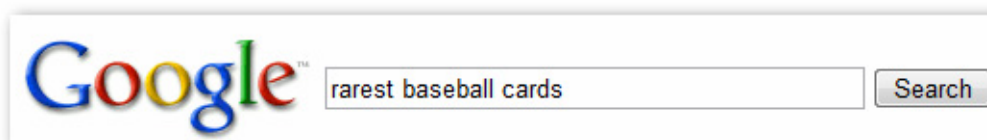


Mājaslapa parādās kā rezultāts, un tās nosaukums ir norādīts pirmajā rindiņā (ievērojiet, ka lietotāja meklētie vaicājuma vārdi parādās treknrakstā)



Ja lietotājs noklikšķina uz rezultāta un apmeklē lapu, tās nosaukums būs redzams pārlūkprogrammas augšpusē

Vietnē dzīlāk esošo lapu nosaukumiem precīzi jāapraksta attiecīgās lapas galvenā ideja un tie var saturēt arī jūsu vietnes vai uzņēmuma nosaukumu.



Lietotājs veic vaicājumu [rarest baseball cards — retākās beisbola kartītes]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

Cached - [Similar pages](#)

Kā rezultāts parādās atbilstoša dziļāka mūsu vietnes lapa (tās nosaukums ir unikāls attiecībā uz lapas saturu)

Labā prakse attiecībā uz lapu nosaukumu birkām

- **Precīzi aprakstiet lapas saturu**—Izvēlieties nosaukumu, kas efektīvi ataino attiecīgās lapas satura tēmu.

Izvairieties:

- izmantot nosaukumu, kam nav nekādas saistības ar lapas saturu;
- izmantot noklusējuma vai nekonkrētus nosaukumus, piemēram, “Bez nosaukuma” vai “Jauna lapa 1”.

- **Izveidojiet katrai lapai unikālas nosaukuma birkas** — Vislabākajā gadījumā katrai lapai jābūt unikālai nosaukuma birkai, kas palīdz Google zināt, ar ko šī lapa atšķiras no citām vietnes lapām.

Izvairieties:

- izmantot vienu nosaukuma birku visām vietnes lapām vai lielai daļai lapu.

- **Izmantojiet īsus, bet aprakstošus nosaukumus** — Nosaukumi var būt gan īsi, gan informatīvi. Ja nosaukums ir pārāk garš, Google meklēšanas rezultātā parādīs tikai daļu no tā.

Izvairieties:

- izmantot ļoti garus nosaukumus, kas nav noderīgi lietotājiem;
- nosaukumu birkās ievietot nevajadzīgus atslēgvārdus.

Izmantojiet metatagu “description” (apraksts)

Lapas apraksta metatags sniedz Google un citām meklētājprogrammām kopsavilkumu par lapas saturu. Vai gan lapas nosaukums var sastāvēt tikai no dažiem vārdiem vai vienas frāzes, lapas apraksta metatags var būt viens vai divi teikumi vai īss paragrāfs. Google tīmekļa pārziņa rīki piedāvā noderīgu [satura analīzes sadalu](#), kas satur informāciju par jebkuru apraksta metatagu, kas ir pārāk īss, garš vai atkārtojas pārāk bieži (šī informācija tiek parādīta arī nosaukuma birkām <title>). Tāpat kā birku <title>, arī apraksta metatagu iekļauj HTML dokumenta birkā <head>.

```

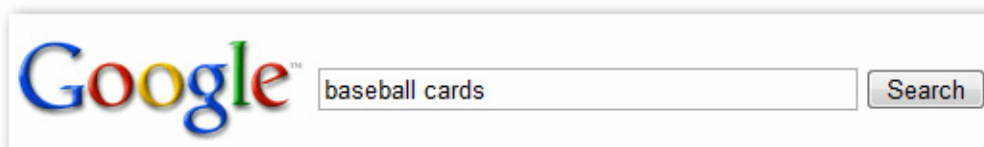
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Car
<meta name="description" content="Brandon's Baseball Cards prov
</head>
<body>
...

```

Mūsu mājaslapas apraksta metataga sākums, kas sniedz īsu pārskatu par vietnes piedāvājumiem

Apraksta metatagi ir svarīgi, jo Google tos var izmantot kā izvilkumus par jūsu lapām. Ņemiet vērā, ka mēs sakām “var”, jo Google var izvēlēties izmantot relevantu jūsu lapas redzamā teksta sadaļu, ja tā atbilst lietotāja vaicājumam. Tāpat Google var izmantot arī vietnes aprakstu, kas atrodas [Atvērtā kataloga projektā \(Open Directory Project\)](#), ja vietne tajā ir norādīta (uzziniet, kā [panākt, lai meklētājprogrammas nerāda ODP datus](#)). Apraksta metatagu pievienošana visām lapām ir vienmēr noderīga prakse gadījumā, ja Google nevar atrast labu teksta atlasi, ko izmantot kā izvilkumu. Tīmekļa pārziņa centrāles emuārā ir informatīvs ieraksts par to, kā, [izmantojot labākus apraksta metatagus, uzlabot izvilkumus](#).

Izvilkumi meklēšanas rezultātā parādās zem lapas nosaukuma un virs lapas URL.

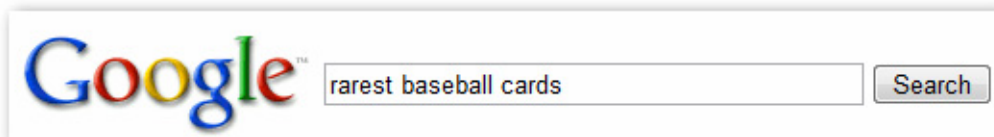


Lietotājs veic vaicājumu [baseball cards — beisbola kartītes]

[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Baseball News, Card Prices](#)
 Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...
[www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - Cached - Similar pages](#)

Mājaslapa parādās kā rezultāts, un daļa no tās apraksta metataga ir izmantota kā izvilkums

Vārdi izvilkumā ir treknrakstā, ja tie parādās lietotāja vaicājumā. Tas ļauj lietotājam noprast, vai lapas saturs atbilst viņa interesēm. Tālāk sniegts vēl viens piemērs, kurā attēlots izvilkums no dziļākas lapas, kurā ir raksts, apraksta metatags (vislabākajā gadījumā lapai ir atsevišķs, unikāls apraksta metatags).



Lietotājs veic vaicājumu [rarest baseball cards — retākās beisbola kartītes]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

Kā rezultāts parādās viena no dziļākajām lapām ar unikālu apraksta metatagu, kas šeit tiek izmantots kā izvilks

Labā prakse attiecībā uz metatagiem

- **Izveidojiet precīzu lapas satura kopsavilkumu** — veidojiet aprakstu, kas gan informē lietotājus, gan rosina viņos interesi, ja meklēšanas rezultātā tie redz apraksta metatagu kā izvilks.

Izvairieties:

- rakstīt apraksta metatagu, kam nav nekādas saistības ar lapas saturu;
- izmantot vispārīgus aprakstus, piemēram, "Šī ir tīmekļa lapa" vai "Lapa par beisbola kartītēm";
- aizpildīt aprakstu tikai ar atslēgvārdiem;
- kopēt un ielīmēt visu dokumenta saturu apraksta metatagā.

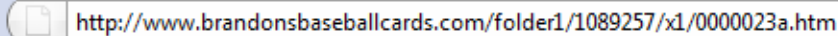
- **Izmantojiet unikālus aprakstus katrai lapai** — atšķirīgi apraksta metatagi katrai lapai palīdz gan lietotājiem, gan Google, it īpaši meklēšanās, kad lietotāji var izsaukt vairākas jūsu domēna lapas (piem., meklēšanas, izmantojot [site: operators](#)). Ja vietnē ir tūkstošiem vai pat miljoniem lapu, manuāli ievadīt visus apraksta metatagus droši vien nav iespējams. Šajā gadījumā varat automātiski ģenerēt apraksta metatagus, balstoties uz katras lapas saturu.

Izvairieties:

- izmantot vienu apraksta metatagu visām vietnes lapām vai lielai daļai lapu.

Uzlabojiet URL struktūru

Aprakstošu kategoriju un failu nosaukumu izveide vietnes dokumentiem ne tikai var palīdzēt jums labāk organizēt vietni, bet arī ļaut meklētājprogrammām optimāli izmantot rāpuļprogrammu, pārmeklējot jūsu dokumentus. Turklāt tā var izveidot vienkāršākus, "draudzīgākus" URL tiem, kuri vēlas izveidot saiti uz jūsu saturu. Apmeklētāji var nevēlēties izmantot ļoti garus un nesaprotamus URL, kas satur maz atpazīstamu vārdu.



Beisbola kartīšu vietnes lapas URL, ar kuru lietotājam varētu būt problēmas

Šādi URL var būt mulsinoši un nedraudzīgi. Lietotājiem ir grūti atcerēties šādus URL no galvas vai izveidot saiti uz tiem. Turklāt lietotāji var uzskatīt, ka daļa URL nav vajadzīga, it īpaši ja URL satur daudz neatpazīstamu parametru. Rezultātā lietotāji var izlaist daļu URL, padarot saiti nederīgu.

Daži lietotāji var izveidot saiti uz jūsu lapu, izmantojot šīs lapas URL kā enkura tekstu. Ja URL satur atbilstošus vārdus, tas lietotājiem un meklētājprogrammām sniedz vairāk informācijas par lapu nekā ID vai nesaprotami nosaukti parametri.

POST BY: Kevin ON DATE: Oct. 10, 2008 2:30PM

Hey, I found this article on the rarest baseball cards. These cards are FTW

The link is <http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm>

Attēlā iezīmētie vārdi var informēt lietotāju vai meklētājprogrammu par lapas saturu pirms saites izmantošanas

Visbeidzot — atcerieties, ka URL uz dokumentu Google tiek parādīts kā meklēšanas rezultāta daļa zem dokumenta nosaukuma un izvilkuma. Tāpat kā nosaukums un izvilkums, arī vārdi no URL meklēšanas rezultātā parādās treknrakstā, ja tie ir lietotāja vaicājumā.



baseball cards

Search

Lietotājs veic vaicājumu [baseball cards — beisbola kartītes]

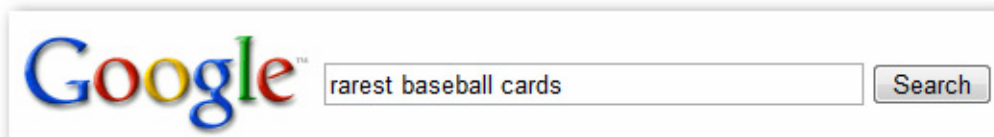
[Brandon's Baseball Cards - Buy Cards. Baseball News. Card Prices](#)

Brandon's **Baseball Cards** provides a large selection of vintage and modern era **baseball cards** for sale. We also offer daily **baseball** news and events in ...

www.brandonsbaseballcards.com/ - 30k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

Mājaslapa parādās kā rezultāts, un tās URL ir norādīts zem nosaukuma un izvilkuma

Tālāk ir redzams vēl viens piemērs ar mūsu domēna URL lapai, kurā lasāms raksts par retākajām beisbola kartītēm. URL ietvertie vārdi var uzrunāt meklēšanas lietotāju labāk kā ID numurs, piemēram, “www.brandonsbaseballcards.com/prece/102125/”.



Lietotājs veic vaicājumu [*rarest baseball cards* — *retākās beisbola kartītes*]

[Top Ten Rarest Baseball Cards - Brandon's Baseball Cards](#)

These ten **baseball cards** are the **rarest** in the world. Here's the story behind each **card** and how much you could expect to pay for them at auction. Many will ...

www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm - 34k -

[Cached](#) - [Similar pages](#)

Kā rezultāts parādās dziļāka lapa, kuras URL ataino tās saturu

Google labi padodas visu veidu URL struktūru pārmeklēšana, izmantojot rāpuļprogrammu, pat ja struktūras ir samērā sarežģītas, bet URL maksimāla vienkāršošana gan lietotājiem, gan meklētājprogrammām var uzlabot vietnes veiktspēju. Daži tīmekļa pārziņi to panāk, pārrakstot [dinamiskos URL](#) kā statiskus URL; lai gan Google tas nesagādā problēmas, lūdzu, ņemiet vērā, ka tā ir sarežģīta procedūra un, to veicot nepareizi, var rasties problēmas ar rāpuļprogrammas izmantošanu vietnē. Lai uzzinātu vēl vairāk par labu URL struktūru, mēs iesakām apmeklēt šo Tīmekļa pārziņa palīdzības centra lapu par [Google draudzīgu URL izveidi](#).

Pieņemta prakse attiecībā uz URL struktūru

- **URL ietveriet vārdus** — URL ar vārdiem ir relevanti jūsu vietnes saturam un struktūrai un ir draudzīgāki vietnes apmeklētājiem. Apmeklētāji tos atceras labāk un labprātāk izveido saites uz tiem.

Izvairieties:

- izmantot garus URL ar nevajadzīgiem parametriem un sesiju ID;
- izmantot vispārīgus lapu nosaukumus, piemēram, "lapa1.html";
- pārmērīgi izmantot atslēgvārdus, piemēram, "beisbola-kartites-beisbola-kartites-beisbola-kartites.htm".

- **Izveidojiet vienkāršu kataloga struktūru** — izmantojiet kataloga struktūru, kas labi organizē saturu un ļauj apmeklētājiem viegli saprast, kurā vietnes daļā tie atrodas. Mēģiniet izmantot sava kataloga struktūru, lai norādītu, kāda veida saturs atrodams attiecīgajā URL.

Izvairieties:

- veidot dziļi ligzdotus apakškatalogus, piemēram, ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/lapa.html";
- izmantot katalogu nosaukumus, kam nav nekādas saistības ar to saturu.

- **Nodrošiniet vienu URL versiju dokumenta sasniegšanai** — lai novērstu situāciju, kad daži lietotāji izveido saiti uz vienu URL versiju, bet citi — uz citu versiju (tas var dalīt satura reputāciju starp abiem URL), lapu struktūrā un veidojot saites no ārēja avota izmantojiet un atsaucieties uz vienu URL. Ja uzzināt, ka lietotāji piekļūst vienam saturam, izmantojot atšķirīgus URL, labs risinājums ir iestatīt [301 redirect](#), lai novirzītu lietotājus no nevēlamā URL uz dominējošo URL.

Izvairieties:

- pieļaut, ka lapas no apakšdomēniem un saknes kataloga (piemēram, “domens.com/lapa.htm” un “apakš.domens.com/lapa.htm”) piekļūst vienam saturam;
- jaukt URL ar www. un URL bez www; iekšējā saišu struktūrā izmantot atšķirīgas URL versijas;
- veidojot URL, izmantot nepamatotu kapitalizāciju (daudzi lietotāji ir pieraduši pie URL ar maziem burtiem un atceras tos labāk).

Padariet savu vietni pārskatāmāku

Lai apmeklētāji varētu ātri atrast meklēto saturu, liela nozīme ir tīmekļa vietnes navigācijai. Tā var arī palīdzēt meklētājprogrammām saprast, kādu saturu tīmekļa pārzinis uzskata par svarīgu. Lai gan Google meklēšanas rezultāti tiek parādīti lapas līmenī, Google patīk arī zināt, kāda loma lapai ir vietnē.

Visām vietnēm ir mājaslapa vai “saknes” lapa, kas parasti ir visapmeklētākā vietnes lapa un vieta, no kuras daudzi apmeklētāji sāk pārvietoties pa vietni. Ja vien vietnei nav ļoti maz lapu, jums jāpadomā, kā apmeklētāji dosies no vispārīgas lapas (saknes lapas) uz lapu ar specifiskāku saturu. Vai vietnē ir pietiekami daudz lapu par specifisku tēmu, lai būtu vērts izveidot lapu, kas apraksta šīs saistītās lapas (piem., saknes lapa -> saistīto tēmu saraksts -> specifiska tēma)? Vai jums ir simtiem dažādu produktu, kuri jāklasificē vairākās kategorijās un apakškategorijās lapās?

```
/
/about/
/articles/
/news/
  /2006/
  /2007/
  /2008/
/price-guides/
  /1900-1949/
  /1950-1999/
  /2000-present/
/shop/
  /modern/
    /autographs/
    /rookie-cards/
    /star-cards/
  /vintage/
    /autographs/
    /hall-of-famer-cards/
```

Katalogu struktūra mūsu mazajai tīmekļa vietnei par beisbola kartītēm

Vietnes karte (ar mazo burtu) ir vienkārša vietnes lapa, kas rāda tīmekļa vietnes struktūru un parasti sastāv no vietnes lapu hierarhiska saraksta. Apmeklētāji var apmeklēt šo lapu, ja tiem ir grūtības vietnē atrast lapas. Lai gan meklētājprogrammas apmeklēs arī šo lapu, iegūstot labu rāpuļprogrammas segumu par vietnes lapām, tā galvenokārt ir paredzēta apmeklētājiem — cilvēkiem.

Fails XML Sitemap (ar lielo burtu), ko varat iesniegt, izmantojot [Tīmekļa pārziņa rīkus](#), ļauj Google jūsu vietnē vieglāk atrast lapas. Vietnes kartes faila izmantošana ir arī viens veids (taču bez garantētiem rezultātiem), kā Google informēt par to, kuru URL versiju vēlaties redzēt kā kanonisko (piem., <http://brandonsbaseballcards.com/> vai <http://www.brandonsbaseballcards.com/>; vairāk par to, [kas ir vēlamais domēns](#)). Google palīdzēja izveidot atklātā pirmkoda [Vietnes kartes ģeneratora skriptu](#), lai palīdzētu jums izveidot vietnei vietnes kartes failu. Lai uzzinātu vairāk par vietnes kartes failiem, Tīmekļa pārziņa palīdzības centrs sniedz noderīgu [vietnes kartes failu ceļvedi](#)

Pieņemtā prakse attiecībā uz vietnes navigāciju

- **Izveidojiet dabiski plūstošu hierarhiju** — Pēc iespējas vienkāršojiet lietotājiem došanos no vispārīga satura uz specifiskāku saturu, ko tie vēlas skatīt vietnē. Pievienojiet navigācijas lapas, kad tas šķiet noderīgi, un efektīvi iestrādājiet tās iekšējā saišu struktūrā.

Izvairieties:

- veidot sarežģītu navigācijas saišu tīmekli, piemēram, katrā lapā veidot saites uz visām pārējām vietnes lapām;
- pārmērīgi sadalīt saturu (lai nonāktu līdz dziļam saturam, vajadzīgi divdesmit klikšķi).

- **Navigācijai pārsvarā izmantojiet tikai tekstu** — Vietnes navigācijas no lapas uz lapu kontrolēšana, izmantojot teksta saites, ļauj meklētājprogrammām labāk izmantot rāpuļprogrammu un saprast vietni. Daudzi lietotāji dod priekšroku šai pieejai, it īpaši dažās, kurās, izmantojot ierīces, var nedarboties Flash vai JavaScript.

Izvairieties:

- pilnībā balstīt navigāciju uz nolaižamajām izvēlnēm, attēliem vai animācijām (daudzas, bet ne visas meklētājprogrammas vietnē var atklāt šādas saites, bet, ja lietotājs var sasniegt visas vietnes lapas, izmantojot normālas teksta saites, tas palielina vietnes pieejamību; vairāk par to, [kā Google rīkojas ar failiem bez teksta](#)).

- **Izmantojiet “atpakaļceļa” navigāciju** — Iekšējo saišu rindu lapas augšpusē vai apakšpusē, kas ļauj lietotājiem ātri atgriezties iepriekšējā sadaļā vai saknes lapā. Daudzos gadījumos saite uz vispārīgāko lapu (parasti saknes lapu) ir pirmā saite kreisajā pusē un specifiskākas sadaļas atrodas labajā pusē.

[Brandon's Baseball Cards](#) > [Articles](#) > Top Ten Rarest Baseball Cards

Atpakaļceļa saites parādās dziļākā vietnes lapā ar rakstu

- **Vietnē ievietojiet HTML vietnes kartes lapu un izmantojiet vietnes kartes XML failu** — Vienkārša vietnes karte ar saitēm uz visām vai nozīmīgākajām lapām (ja to ir simtiem vai tūkstošiem) vietnē var būt noderīga. Vietnes kartes XML faila izveide vietnei palīdz nodrošināt, ka meklētājprogrammas atklās vietnes lapas.
Izvairieties:
 - atstāt HTML vietnes kartē saites, kas vairs nedarbojas;
 - izveidot HTML vietnes karti, kas tikai norāda lapas, neorganizējot tās, piemēram, pēc tēmas.
- **Pievērsiet uzmanību, kas notiek, kad lietotājs noņem URL daļu** — Daži lietotāji pārvietojas pa vietni neierastos veidos, un jums tas ir jāparedz. Piemēram, tā vietā, lai izmantotu atpakaļceļa saites lapā, lietotājs var izdzēst daļu URL, tādējādi cerot atrast vispārīgāku saturu. Lietotājs var apmeklēt <http://www.brandonsbaseballcards.com/zinas/2008/gaidamie-beisbola-kartisu-sovi.htm>, bet tad pārlūkprogrammas adresu joslā ievadīt <http://www.brandonsbaseballcards.com/zinas/2008/>, uzskatot, ka tādējādi tiks parādītas visas 2008. gada ziņas. Vai šādā situācijā vietne parādīs saturu vai arī sniegs lietotājam 404 (kļūdu “lapa nav atrasta”)? Kas notiek, pavirzoties vienu kataloga līmeni uz augšu līdz <http://www.brandonsbaseballcards.com/zinas/>
- **Sagādājiet noderīgu 404 lapu** — Ik pa laikam sekojot nepareizai saitei vai ierakstot nepareizu URL, lietotāji nonāks lapā, kas vietnē nepastāv. [Piemērota 404 lapa](#), kas laipni atgriež lietotājus lapā, kas darbojas, var ļoti uzlabot vietnes apmeklētāju lietotāja pieredzi. 404 lapā vajadzētu būt saitei, kas atgriež saknes lapā, un tā var arī norādīt saites uz populāru vai saistītu saturu vietnē. Google piedāvā [404 logrīku](#), ko varat iegult 404 lapā, lai automātiski pievienotu tai daudzas noderīgas funkcijas. Varat arī izmantot Google tīmekļa pārziņa rīkus, lai atrastu [URL avotus, kas izraisa kļūdas “netika atrasts”](#).
Izvairieties:
 - pieļaut, ka 404 lapām meklētājprogrammās tiek izveidoti rādītāji (pārliecinieties, ka tīmekļa serveris ir konfigurēts izsniegt [404 HTTP statusa kodu](#), kad tiek pieprasīta nepastāvoša lapa);
 - sniegt tikai vispārīgu ziņojumu, piemēram, “Netika atrasts” vai “404”, un iztikt bez 404 lapas;
 - 404 lapām izmantot dizainu, kas nesaskan ar pārējo vietni.

Piedāvājiet kvalitatīvu saturu un pakalpojumus

Pievilcīga un noderīga satura izveide visticamāk ietekmēs tīmekļa vietni vairāk nekā jebkurš no citiem šeit aprakstītajiem faktoriem. Lietotāji atpazīst labu saturu un labprātāk vēlēsies novirzīt uz to citus lietotājus. To var darīt, izmantojot emuāra ierakstus, sabiedrisko mediju pakalpojumus, e-pastu, forumus vai citādi. Tieši organiskas vai savstarpējās sarunās dzirdētas baumas palīdz veidot vietnes reputāciju gan lietotāju, gan Google vērtējumā, un tās reti parādās bez kvalitatīva satura.

Rare Baseball Cards You Wished You Owned

Posted by Shaun on October 1, 2008 @ 8:25PM - Filed under [Vintage Cards](#)

[Brandon's Baseball Cards](#) recently posted a neat article on the [rarest cards](#) in known existence. You might have heard of some of them, but a few will be a surprise to you. Check it out!

Emuāra autors atrod daļu jūsu satura, viņam tas iepatīkas, un viņš atsaucas uz šo saturu emuāra ierakstā

Jūsu izveidotais saturs var attiekties uz pilnīgi jebkādu tēmu, bet visiem gadījumiem ir piemērojamas tālāk aprakstītās pieņemtās prakses.

Pieņemtā prakse attiecībā uz saturu

- **Rakstiet viegli lasāmu tekstu** — Lietotājiem patīk saturs, kas ir labi uzrakstīts un kam ir viegli sekot.

Izvairieties:

- rakstīt pavirši, ar daudz pareizrakstības un gramatikas kļūdām;
- teksta saturam iegult tekstu attēlos (lietotāji var vēlēt kopēt un ielīmēt tekstu, un meklētājprogrammas nevar nolasīt tekstu attēlos).

- **Tēmu aprakstiet organizēti** — Satura organizēšana ir vienmēr noderīga, jo ļauj lietotājiem labi saprast, kur sākas viena satura tēma un kur beidzas cita. Satura sadalīšana loģiskās daļās un iedaļās ļauj lietotājiem atrast vajadzīgo saturu ātrāk.

Izvairieties:

- ievietot lapā lielu teksta apjomu par dažādām tēmām, neatdalot paragrāfus, apakšvirsrakstus vai izklājumu.

- **Izmantojiet atbilstošu valodu** — Padomājiet par vārdiem, ko lietotāji meklēs, lai atrast daļu jūsu satura. Lietotāji, kuriem ir plašas zināšanas par tēmu, meklēšanas vaicājumos var izmantot citus atslēgvārdus kā tie, kuri par tēmu zina maz. Piemēram, ilglaicīgs beisbola fans, iespējams, meklēs [ncls] — National League Championship Series (Nacionālās līgas čempionāta sērija) —, bet jauns fans izmantos vispārīgāku vaicājumu, piemēram, [baseball playoffs — beisbola izslēgšanas spēles]. Šo meklēšanas uzvedības atšķirību paredzēšana un ievērošana, rakstot saturu (daudz atbilstošu atslēgvārdu frāžu izmantošana) var sniegt pozitīvus rezultātus. Google AdWords piedāvā parocīgu [Atslēgvārdu rīku](#), kas palīdz atklāt jaunas atslēgvārdu variācijas un uzzināt aptuveno meklēšanas apjomu katram atslēgvārdam. Turklāt Google tīmekļa pārziņa rīki parāda [populārākos meklēšanas vaicājumus](#), kas izsauc vietni, un tos meklēšanas vaicājumus, kas uz vietni novirza visvairāk lietotāju.

- **Izveidojiet svaigu, unikālu saturu** — Jauns saturs ne tikai liks esošajai apmeklētāju bāzei atgriezties vietnē, bet arī piesaistīs jaunus apmeklētājus.

Izvairieties:

- pārveidot (un kopēt) esošu saturu, kas sniedz maz lietotājiem noderīgas papildinformācijas;
- vietnē ievietot versijas, kas ir satura dublikāts vai gandrīz dublikāts (vairāk par [satura dublikātiem](#)).

- **Piedāvāriet ekskluzīvu saturu vai pakalpojumus** — Apsveriet iespēju izveidot jaunu, noderīgu pakalpojumu, ko nepiedāvā neviena cita vietne. Jūs varat arī uzrakstīt oriģinālu pētījumu, paziņot aizraujošas ziņas vai izmantot unikālas lietotāju bāzes sniegtās priekšrocības. Citām vietnēm var nebūt resursu vai erudīcijas, lai to izdarītu.
- **Izveidojiet saturu, kas galvenokārt paredzēts lietotājiem, nevis meklētājprogrammām** — Vietnes izveide, balstoties uz apmeklētāju vajadzībām, tajā pašā laikā parūpējoties, ka tā ir viegli pieejama meklētājprogrammām, parasti nodrošina pozitīvus rezultātus.
 - Izvairieties:
 - ievietot vairākus, nevajadzīgus atslēgvārdus, kas paredzēti meklētājprogrammām, bet lietotājiem šķiet kaitinoši un bezjēdzīgi;
 - ievietot daudz teksta kā “biežas pārrakstīšanās kļūdas, kas tiek izmantotas šīs vietnes sasniegšanai”, kas sniedz maz lietotājiem noderīgas papildinformācijas;
 - maldināt [lietotājos, slēpjot no tiem tekstu](#), bet rādot to meklētājprogrammām.

Rakstiet labāku enkura tekstu

Enkura teksts ir teksts, uz kura var noklikšķināt un ko lietotāji redz kā saites rezultātu; tas ir ievietots enkura birkā ``.

```
<a href="http://www.brandonsbaseballcards.com/articles/ten-rarest-baseball-cards.htm">Top ten rarest baseball cards</a>
```

Šis enkura teksts precīzi apraksta saturu vienai no rakstu lappusēm

Šis teksts stāsta lietotājiem un Google kaut ko par lapu, uz kuru veidojat saiti. Saites uz lapu var būt iekšējas — norādīt uz citām vietnes lapām — vai ārējas — novirzīt uz saturu citās vietnēs. Abos gadījumos, jo labāks enkura teksts, jo vienkāršāk lietotāji var pārvietoties pa vietni un Google labāk var saprast, par ko ir lapa, uz kuru veidojat saiti.

Pieņemtā prakse attiecībā uz enkura tekstu

- **Izvēlieties aprakstošu tekstu** — Enkura tekstam, ko izmantojat saitei, jāsniedz vismaz pamatideja par lapas, uz kuru veidojat saiti, saturu.
 - Izvairieties:
 - rakstīt vispārēju enkura tekstu, piemēram, “lapa”, “raksts” vai “noklikšķiniet šeit”;
 - izmantot tekstu, kas neatbilst tēmai, vai kam nav nekādas saistības ar saturu lapai, uz kuru veidojat saiti;
 - parasti izmantot lapas URL kā enkura tekstu (lai gan šādai rīcībai ir arī pamatoti iemesli, piemēram, jaunas tīmekļa vietnes adreses reklamēšana vai atsaukšanās uz to).
- **Rakstiet kodolīgi** — Izvēlieties īsu, bet aprakstošu tekstu — parasti pāris vārdus vai īsu frāzi.
 - Izvairieties:
 - rakstīt garu enkura tekstu, piemēram, garu teikumu vai īsu teksta paragrāfu.

- **Formatējiet saites, lai tās būtu viegli pamanāmas** — Lietotāji varēs vieglāk atšķirt parastu tekstu no vietnes enkura teksta. Saturs ir mazāk noderīgs, ja lietotāji nepamana saites vai noklikšķina uz tām nejauši.

Izvairieties:

- izmantot CSS vai teksta stilu, kas liek saitēm izskatīties kā parastam tekstam.

- **Padomājiet arī par iekšējo saišu enkura tekstu** — Parasti par saišu veidošanu tiek domāts saistībā ar novirzīšanu uz ārējām tīmekļa vietnēm, bet, pievēršot lielāku uzmanību iekšējo saišu enkura tekstam, jūs varat palīdzēt lietotājiem un Google vieglāk pārvietoties pa vietni.

Izvairieties:

- izmantot enkura tekstu, kas ir pārmērīgi papildīts ar atslēgvārdiem vai pārāk garš, tikai meklētājprogrammām;
- veidot nevajadzīgas saites, kas nepalīdz lietotājiem pārvietoties vietnē.

Pareizi izmantojiet virsraksta birkas

Virsraksta birkas (nejauciet ar HTML birku <head> vai HTTP galvenēm) izmanto, lai lietotājiem parādītu lapas struktūru. Ir sešu lielumu virsraksta birkas, sākot ar svarīgāko birku <h1> un beidzot ar vismazāk svarīgo — <h6>.

```
</head>
<body>
<h1>Brandon's Baseball Cards</h1>
<h2>News - Treasure Trove of Baseball Cards Found in Old Barn</h2>
<p>A man who recently purchased a farm house was pleasantly surprised to find several thousand dollars worth of vintage baseball cards in the barn. The cards were found in newspapers and were thought to be in near-mint condition. After sorting through them, he decided to give the cards to his grandson instead of selling them.</p>
```

Lapā ar ziņu rakstu varam ielikt vietnes nosaukumu birkā <h1> un ziņas tēmu birkā<h2>

Tā kā virsrakstu birkas parasti padara tajās ietverto tekstu lielāku nekā normālo tekstu lapā, lietotājiem tas ir vizuāls norādījums, ka šis teksts ir svarīgs un var palīdzēt saprast ko nozīmīgu par saturu, kas atrodas zem virsraksta teksta. Vairāki virsraksta lielumi noteiktā kārtībā saturam veido hierarhisku struktūru, ļaujot lietotājiem vieglāk navigēt dokumentā.

Pieņemtā prakse attiecībā uz virsraksta birkām

- **Iedomājieties, ka rakstāt īsu satura izklāstu** — Līdzīgi kā rakstot izklāstu garam referātam, pārdomājiet, kādi būs lapas satura galvenie punkti un apakšpunkti, un atbilstoši izlemiet, kur izmantot virsraksta birkas.

Izvairieties:

- virsraksta birkās ievietot tekstu, kas var nebūt noderīgs lapas struktūras noteikšanā;
- izmantot virsraksta birkas vietās, kur citas birkas, piemēram, un , būtu atbilstošākas;
- nepamatoti mainīt virsraksta birku lielumu.

- **Lapā neizmantojiet pārāk daudz virsrakstus** — Izmantojiet virsraksta birkas, kur tās ir noderīgas. Pārāk daudz virsraksta birku lapā var lietotājiem apgrūtināt satura pārskatīšanu un noteikšanu, kur beidzas viena tēma un kur sākas otra.

Izvairieties:

- lapā pārmērīgi izmantot virsraksta birkas;
- ievietot visu lapas tekstu virsraksta birkā;
- izmantot virsraksta birkas tikai teksta stila izveidei, nevis struktūras atainošanai.

Optimizējiet attēlu izmantošanu

Attēli var šķist kā vienkārši vietnes komponenti, bet to lietošanu var optimizēt. Visiem attēliem var būt noteikts faila nosaukums un atribūts “alt” — abus iespējams izmantot optimizācijai.

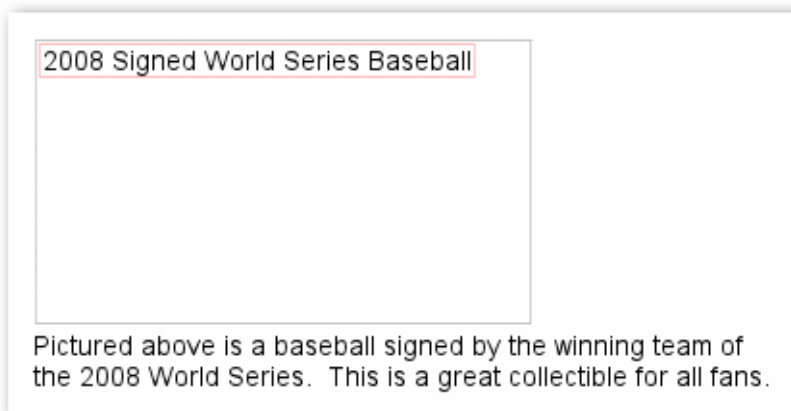
Atribūts “alt” ļauj attēlam norādīt alternatīvu tekstu, ja to kāda iemesla dēļ nevar parādīt.

```

```

Šeit “alt” teksts ir īss, bet precīzs attēla apraksts

Kāpēc izmantot atribūtu? Ja lietotājs skata vietni pārlūkprogrammā, kas neatbalsta attēlus, vai izmanto citas tehnoloģijas, piemēram, ekrāna lasītāju, atribūta alt saturs sniedz informāciju par attēlu.



Nezināma iemesla dēļ attēls netika parādīts lietotājam, bet tika parādīts vismaz alt teksts

Vēl viens iemesls ir situācija, kad, izmantojot attēlu kā saiti, alt teksts attēlam tiks uzverts kā teksta saites enkura teksts. Tomēr mēs neiesakām vietnes navigācijā izmantot kā saites pārāk daudz attēlu, ja tam pašam nolūkam var izmantot teksta saites. Visbeidzot — attēlu faila nosaukumu un alt teksta optimizēšana ļauj tādiem attēlu meklēšanas projektiem kā [Google attēlu meklēšana](#) labāk saprast attēlus.

Pieņemtā prakse attiecībā uz attēliem

- **Izmantojiet īsus, bet aprakstošus faila nosaukumus un alt tekstu**— Tāpat kā daudzas citas lapas daļas, kuras var optimizēt, arī faila nosaukumi un alt teksts (ASCII valodām) vislabākajā gadījumā ir īsi, bet aprakstoši.

Izvairieties:

- ja vien iespējams, izmantot vispārīgus faila nosaukumus, piemēram, “attels1.jpg”, “att.gif”, “1.jpg” (dažām vietnēm ar tūkstošiem attēlu ērtāk būtu automatizēt attēlu nosaukšanas procesu);
- rakstīt ļoti garus faila nosaukumus;
- pārpildīt alt tekstu ar atslēgvārdiem un kopēt un ielīmēt veselus teikumus.

- **Izmantojot attēlus kā saites, pievienojiet alt tekstu** — Ja izlemjat izmantot attēlu kā saiti, tā alt teksta aizpildīšana palīdz Google labāk saprast lapu, uz kuru veidojat saiti. Iedomājieties, ka rakstāt enkura tekstu teksta saitei.

Izvairieties:

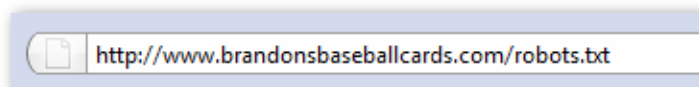
- rakstīt pārmērīgi garu alt tekstu, kas tiktu uzskatīts par mēstuli;
- vietnes navigācijai izmantot tikai attēlu saites.

- **Glabāriet attēlus atsevišķā katalogā** — Tā vietā, lai izkaisītu attēlus vairākos domēna katalogos un apakškatalogos, apsveriet iespēju apvienot attēlus vienā katalogā (piem., brandonsbaseballcards.com/atteli/). Tādējādi tiek vienkāršots ceļš uz attēliem.

- **Izmantojiet bieži atbalstītus failu tipus** — Lielākā daļa pārlūkprogrammu atbalsta [JPEG](#), [GIF](#), [PNG](#) un [BMP](#) attēla formātus. Tāpat laba prakse ir nodrošināt, ka faila nosaukuma paplašinājums atbilst faila tipam.

Efektīvi izmantojiet robots.txt

Fails “robots.txt” paziņo meklētājprogrammām, vai tās var piekļūt vietnei un tādējādi arī izmantot rāpuļprogrammu tajā. Šis fails, kura nosaukumam jābūt “robots.txt”, tiek novietots vietnes saknes katalogā.



robots.txt faila adrese


```
User-agent: *  
Disallow: /images/  
Disallow: /search
```

*Visiem saderīgajiem meklētājprogrammu robotiem (tie ir apzīmēti ar aizstājējzīmes simbolu *) nevajadzētu piekļūt un izmantot rāpuļprogrammu zem /images/ (attēli) vai jebkura URL, kura ceļš sākas ar /search (meklēšana)*

Dažās vietnes lapās labāk neizmanto rāpuļprogrammu, jo tās lietotājiem var nebūt noderīgas, ja parādās meklētājprogrammas meklēšanas rezultātos. Ja nevēlaties, lai meklētājprogramma pārmeklē jūsu lapas, Google tīmekļa pārziņa rīkiem ir draudzīgs [robots.txt ģenerators](#), kas palīdz izveidot šo failu. Ņemiet vērā, ka, ja vietne izmanto apakšdomēnus un jūs nevēlaties, lai noteikta apakšdomēna konkrētās lapās tiktu izmantota rāpuļprogramma, šim apakšdomēnam jāizveido atsevišķs fails robots.txt. Lai uzzinātu vairāk par failu robots.txt, mēs iesakām šo Tīmekļa pārziņa palīdzības centra ceļvedi par [failu robots.txt izmantošanu](#).

Ir arī vairāki citi veidi, kā neļaut saturam parādīties meklēšanas rezultātos, piemēram, metataga "NOINDEX" pievienošana robotiem, ar paroli aizsargāto katalogu .htaccess izmantošana un Google tīmekļa pārziņa rīku izmantošana, lai noņemtu saturu, kurā jau izmantota rāpuļprogramma. Google inženieris Mets Katss noderīgā video izklāsta [brīdinājumus par katru URL blokēšanas metodi](#).

Pieņemtā prakse attiecībā uz robots.txt

- **Jutīgam saturam izmantojiet drošākas metodes** — Bloķējot jutīgu vai konfidencialu materiālu, labāk nelietojiet robots.txt. Viens no iemesliem ir tāds, ka meklētājprogrammas tāpat var veidot atsauci uz bloķētiem URL (parādot tikai URL bez nosaukuma un izvilkuma), ja kaut kur internetā (piemēram, atsaucies avota žurnālos) ir saites uz šiem URL. Turklāt nesaderīgas vai neuzticamas meklētājprogrammas, kas neatzīst Robotu izslēgšanas standartu (Robots Exclusion Standard), var neievērot faila robots.txt instrukcijas. Visbeidzot — ziņkārīgs lietotājs failā robots.txt var izpētīt katalogus vai apakškatalogus un uzminēt URL saturu, ko vēlaties slēpt. Drošākas alternatīvas ir šifrēt saturu vai aizsargāt to ar paroli, izmantojot .htaccess.

Izvairieties:

- ļaut izmantot rāpuļprogrammu lapās, kas līdzinās meklēšanas rezultātiem (lietotājiem nepatīk pamest vienu meklēšanas rezultātu lapu un nonākt citā meklēšanas rezultātu lapā, kas tiem sniedz maz noderīgas informācijas);
- ļaut izmantot rāpuļprogrammu automātiski ģenerētās lapās ar vienādu vai tikai mazliet atšķirīgu saturu: "Vai šīm 100 000 lapām, kas ir gandrīz vienādas, tiešām jābūt meklētājprogrammas rādītājā?";
- ļaut izmantot rāpuļprogrammu URL, kas izveidoti kā starpniekpakalpojumu rezultāts.

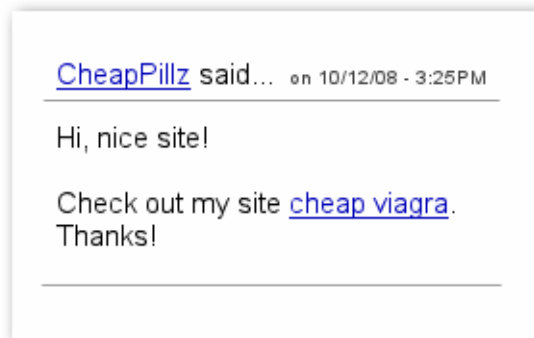
Ziniet par rel="nofollow" saitēm

“nofollow” saites atribūta vērtību iestatot kā “rel”, Google zinās, ka noteiktām vietnes saitēm nav jāseko, vai nodos lapas reputāciju lapām, kurām izveidotas saites. Neseošana saitei nozīmē saites enkura birkā pievienot rel="nofollow".

```
<a href="http://www.shadyseo.com/" rel="nofollow">Comment spammer</a>
```

Ja veidojat saiti uz vietni, kurai neuzticaties un nevēlaties nodot vietnes reputāciju, izmantojiet nofollow

Kad tas var noderēt? Ja vietnei ir emuārs ar iespējotu publisku komentēšanu, saites komentāros var nodot reputāciju lapām, par kuru drošību šaubāties. Emuāru komentāru zonās ir augsta varbūtība sastapt komentāru mēstules. Neseošana šīm lietotāju pievienotajām saitēm nodrošina, ka jūs nenododat lapas grūti nopelnīto reputāciju mēstuļu vietnei. Daudzas emuāru programmatūras pakotnes automātiski neseko lietotāju komentāriem, bet pārējās visbiežāk var veikt manuālus rediģējumus, lai panāktu neseošānu. Šis padoms piemērots arī citām vietnes daļām, kurās var būt lietotāju ģenerēts saturs, piemēram, viesu grāmatām, forumiem, lietotāju sarunu dēļiem, atsauces avota sarakstiem utt. Ja varat galvot par trešās puses pievienotām saitēm (t. ir., komentētājam jūsu vietnē uzticas), nav vajadzīgs izmantot saitēm neseošānu, tomēr ievērojiet, ka saišu izveide uz vietnēm, kuras Google uzskata par mēstuļu vietnēm, var negatīvi ietekmēt jūsu vietnes reputāciju. Tīmekļa pārziņa palīdzības centrā ir vairāk padomu par to, kā [izvairīties no mēstulēm komentāros](#), piemēram, izmantojot CAPTCHA autentifikācijas tehnoloģiju un ieslēdzot komentāru moderāciju.



Mēstuļu sūtītājs komentāros uzraksta ziņojumu kādam no jaunumu ierakstiem, cerot iegūt kādu daļu no vietnes reputācijas

Vēl viens neseošānas pielietojums — ja rakstāt saturu un vēlaties atsaukties uz tīmekļa vietni, bet nevēlaties tai nodot savu reputāciju. Piemēram, jūs rakstāt emuāra ierakstu par mēstulēm komentāros un vēlaties pieminēt vietni, kas nesen jūsu emuārā publicējusi mēstules. Jūs vēlaties brīdināt citus par šo vietni, tādēļ saturā iekļaujat saiti uz to; tomēr jūs noteikti nevēlaties ar saiti nodot šai vietnei daļu reputācijas. Šis ir piemērots gadījums, kad izmantot neseošānu.

Visbeidzot — ja vēlaties iespējot nesekošanu visām lapas saitēm, varat izmantot “nofollow” robotu metatagā, kas atrodas attiecīgās HTML lapas birkā <head>. Tīmekļa pārziņa centrālās emuārā ir noderīgs ieraksts par to, kā [lietot robotu metatagu](#). Šīs metodes pieraksts ir <meta name="robots" content="nofollow">.

```
<html>
<head>
<title>Brandon's Baseball Cards - Buy Cards, Base
<meta name="description" content="Brandon's Baseb
<meta name="robots" content="nofollow">
</head>
<body>
...
```

Tādējādi nesekošana tiek iestatīta visām lapas saitēm

Popularizējiet savu tīmekļa vietni pareizi

Lai gan lielākā daļa saišu uz jūsu vietni tiks izveidotas pakāpeniski, lietotājiem atklājot jūsu saturu, izmantojot meklēšanu vai citus paņēmienus un izveidojot uz to saiti, Google saprot, ka vēlaties informēt citus par saturu, kura izveidē esat pielicis daudz pūļu. Efektīva jauna satura reklamēšana ļauj lietotājiem, kurus interesē jūsu aprakstītā tēma, ātrāk atrast vietni. Tāpat kā lielākajai daļai dokumentā minēto punktu, arī šo ieteikumu pārspīlēta pielietošana var kaitēt vietnes reputācijai.

Pieņemtā prakse attiecībā uz tīmekļa vietnes popularizēšanu

- **Rakstiet par jauno saturu vai pakalpojumiem emuārā** — Emuāra ieraksts jūsu vietnē, kas informē apmeklētāju bāzi par jaunu saturu, ir lielisks veids, kā panākt, lai cilvēki uzzina par jaunu saturu vai pakalpojumiem. Arī citi tīmekļa pārziņi, kas seko jūsu vietnei, vai RSS plūsma var parādīt jūsu saturu.
- **Neaizmirstiet par popularizēšanu bezsaistē** — Uzņēmuma vai vietnes popularizēšana bezsaistē var būt ļoti noderīga. Piemēram, ja jūsu uzņēmumam ir vietne, noteikti norādiet tās URL uz vizītkartēm, vēstulju adreses joslā, uz plakātiem utt. Turklāt jūs varat sūtīt klientiem atkārtotus apkārtrakstus pa e-pastu, lai informētu par jaunu saturu uzņēmuma tīmekļa vietnē.
- **Esiet informēts par sabiedriskajām mediju vietnēm** — Vietnēm, kuru pamatā ir lietotāju saskarsme un satura koplietošana, ļauj vienkāršāk saistīt atbilstošu saturu ar grupām, kuras šis saturs interesē.
Izvairieties:
 - mēģināt reklamēt katru jaunu, mazu satura detaļu, ko izveidojāt; tā vietā reklamējiet ievērojamus, interesantus jaunumus;
 - iesaistīt vietni negodīgos projektos, kuri mākslīgi ierindo saturu kā labāko no šāda veida pakalpojumiem.

- **Pievienojiet uzņēmumu Google vietējam uzņēmējdarbības centram** — Ja jums ir vietējais uzņēmums, pievienojot tā informāciju Google [vietējam uzņēmējdarbības centram](#), jūs sasniegsit gan Google Maps, gan tīmekļa meklēšanas klientus. Tīmekļa pārziņa palīdzības centrā ir vairāk padomu par to, kā [popularizēt vietējos uzņēmumus](#).
- **Sasniedziet lietotājus ar vietni saistītā kopienā** — Ļoti iespējams, ka pastāv vairākas vietnes, kas aptver līdzīgas tēmas kā jūsu vietne. Komunikācijas sākšana ar šīm vietnēm parasti ir izdevīga. Populāras tēmas jūsu nišā vai kopienā var rosināt papildu idejas saturam vai laba kopienas resursu avota izveidei.
 - Izvairieties:
 - sūtīt vēstules ar saites pieprasījumiem visām vietnēm, kas saistītas ar jūsu vietnes tēmu;
 - iegādāties saites no citas vietnes ar nodomu iegūt PageRank, nevis datplūsmu.

Izmantojiet bezmaksas tīmekļa pārziņa rīkus

Lielākās meklētājprogrammas, tostarp Google, tīmekļa pārziņiem nodrošina bezmaksas rīkus. [Google tīmekļa pārziņa rīki](#) palīdz tīmekļa pārziņiem labāk kontrolēt, kā Google mijiedarbojas ar viņu tīmekļa vietnēm, un iegūt noderīgu informāciju par savām vietnēm no Google. Tīmekļa pārziņa rīku izmantošana nepalīdzēs vietnei iegūt īpašas privilēģijas, tomēr tie var palīdzēt noteikt problēmas, kuras atrisinot vietne var uzlabot veikspēju meklēšanas rezultātos. Izmantojot šo pakalpojumu, tīmekļa pārziņi var:

- uzzināt, kurās [vietnes daļās Googlebot ir grūtības izmantot rāpulprogrammu](#);
- augšupielādēt [failu XML Sitemap](#);
- [analizēt un ģenerēt failus robots.txt](#) ;
- [ņemt URL, kuros Googlebot jau izmantojis rāpulprogrammu](#);
- [norādīt vēlamo domēnu](#);
- [noteikt problēmas ar nosaukuma un apraksta metatagiem](#);
- uzzināt [populārākās meklēšanas vietnes sasniegšanai](#);
- apskatīt, [kā Googlebot redz lapas](#);
- [ņemt nevēlamas vietņu saites](#), kuras Google var izmantot rezultātos;
- [saņemt paziņojumus par kvalitātes vadlīniju pārkāpumiem](#) un [iesniegt pieprasījumu vietnes pārskatīšanai](#).

Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) un Microsoft ([Live Search tīmekļa pārziņa rīki](#)) arī piedāvā bezmaksas rīkus tīmekļa pārziņiem.

Izmantojiet tīmekļa analīzes pakalpojumu priekšrocības

Ja izmantojāt Google tīmekļa pārziņa rīkus vai citus pakalpojumus, lai uzlabotu rāpuļprogrammas izmantošanu vietnē un rādītāju izveidi tai, jūs droši vien interesē datplūsma uz jūsu vietni. Tīmekļa analīzes programmas kā [Google Analytics](#) sniedz ļoti noderīgu ieskatu šajā tēmā. Šīs programmas var izmantot, lai:

- uzzinātu, kā lietotāji sasniedz jūsu vietni un kāda ir lietotāju uzvedība tajā;
- uzzinātu vispopulārāko saturu vietnē;
- uzzinātu, kādā mērā veiktās optimizācijas iespaido vietni (piem., vai nosaukuma un apraksta metatagu nomaiņa uzlaboja datplūsmu no meklētājprogrammām?)

Pieredzējušiem lietotājiem analīzes pakotnes sniegtā informācija apvienojumā ar [servera žurnālfailu](#) datiem var sniegt pat vēl plašāku informāciju par lietotāju mijiedarbību ar dokumentiem (piemēram, papildu atslēgvārdus, ko lietotāji var izmantot vietnes atrašanai).

Visbeidzot — Google piedāvā vēl vienu rīku ar nosaukumu [Google tīmekļa vietnes optimizētājs](#), kas ļauj veikt eksperimentus, lai uzzinātu, kādas izmaiņas lapā rada lielāku apmeklētāju pieplūdumu. Šis rīks apvienojumā ar Google Analytics un Google tīmekļa pārziņa rīkiem (skatiet video par "[Google trīsvienības](#)" izmantošanu) ir lielisks veids, kā sākt vietnes uzlabošanu.

Noderīgi resursi tīmekļa pārziņiem

[Google tīmekļa pārziņa palīdzības forums](#) — Jums ir jautājumi vai atsauksmes par mūsu ceļvedi? Sazinieties ar mums!

[Google tīmekļa pārziņa centrāles emuārs](#) — Bieži atjaunināti Google speciālistu ieraksti par to, kā uzlabot tīmekļa vietnes

[Google tīmekļa pārziņa palīdzības centrs](#) — Daudz detalizētas dokumentācijas par tīmekļa pārziņiem svarīgām tēmām

[Google tīmekļa pārziņa rīki](#) — Optimizējiet veidu, kā Google mijiedarbojas ar jūsu tīmekļa vietni

[Google tīmekļa pārziņa vadlīnijas](#) — Izstrādes, satura, tehniskās un kvalitātes vadlīnijas, ko sniedz Google

[Google Analytics](#) — Uzziniet apmeklētāju avotu, ko tie skatās vietnē, un veiciet izmaiņu procesu pētījumus

[Google tīmekļa vietnes optimizētājs](#) — Veiciet eksperimentus lapās, lai saprastu, kādi risinājumi izdosies un kādi ne

[Padomi SEO \(Meklētājprogrammas optimizācija — Search engine optimization\) uzņēmuma nolīgšanai](#) — Ja nevēlaties veikt šīs darbības pats, šie padomi var palīdzēt izvēlēties uzņēmumu, kas veic SEO

Ja vien nav norādīts pretēji, šī dokumenta saturs ir licencēts kā Creative Commons Attribution 3.0 licence.