

СЕМАНТИЧНЕ РОЗШИРЕННЯ ПОШУКОВОГО ЗАПИТУ

Старушко Д.П.

Кримський Гуманітарний Університет

м.Ялта

Список запитів, по яких сайт просувається в пошукових системах, називається семантичним ядром сайту. Розглянемо покрокову методику складання семантичного ядра.

Перший крок – складання первинного списку слів і словосполучень. Найперший список ключових слів ми складаємо з своєї голови. Наприклад, мова йде про інтернет-магазин з продажу меблів. За якими б словами Ви стали шукати меблі? Звичайно, в першу чергу за словом "меблі", "купівля меблів» або за фразою «купити меблі». Якщо Ви продаєте тільки столи, то ключові слова можуть бути такі: «купити стіл», «продаж столів» і т.д. Таким чином, ви думаєте список ключових слів зі своєї голови. Отриманий список заносите в таблицю.

Другий крок – розширення ключових слів. Після складання списку ключових слів нам необхідно його розширити. Варто скористатися сервісом Рамблер-Асоціації, який показує синоніми запитів, що вводяться користувачем. Для цього заходимо на <http://rambler.ru>. Вводимо ключове слово «меблі». У відповіді Рамблера ми побачимо справа рядок "У нас також шукають ..." Це і є асоціативні формулювання.

Третій крок – отримання списків пошукових запитів Тепер, Вам необхідно отримати реальні формулювання пошукових запитів і дізнатися, як часто їх питають. У цьому нам допоможе сервіс Яндекс «Підбір ключових слів». Заходьте за посиланням: <http://wordstat.yandex.ru> Вводите кожну ключову фразу зі списку, який Ви отримали у другому етапі і отримуєте кількість запитів цієї фрази за місяць. Крім того, Ви отримуєте додаткові ключові словосполучення з цією фразою і так само їх кількість запитів на місяць. Завдяки цьому сервісу Ви отримуєте кількість запитів на місяць і додатково розширюєте свій список ключових слів.