

Поисковых систем на сегодняшний день достаточно много. Естественно, что в каждой из них поиск построен на собственных алгоритмах, но в общем принцип работы поисковых машин довольно похож.

Принцип работы поисковых роботов базируется на выполнении нескольких этапов:

1.Сбор данных.

С помощью ботов ПС собирает необходимую информацию со всех страничек ресурса (тексты, изображения, видео и др.). Эти процессы начинаются после запуска сайта и в дальнейшем происходят по составленному роботом расписанию. Благодаря этому время от времени происходит обновление данных о страницах на предмет изменений.

2.Индексация – присвоение каждой странице определенного индекса, который позволит производить быстрый поиск по их содержанию.

Основные принципы ранжирования сайтов в поисковых системах

Для того, чтобы Ваш сайт попал в ТОП 3, ну или хотя бы в ТОП 10 необходимо знать все основные критерии поисковых систем и стараться оптимизировать его таким образом, чтобы он им соответствовал. Эти критерии можно разделить на две основные группы: **текстовые; нетекстовые.**

Текстовые критерии ПС

В этом случае ранжирование сайта основывается на оценке качества текстового содержания страниц. Работа с ними производится на этапе создания семантического ядра сайта и наполнения его текстовым контентом.

Подразумевается, что ПС выдает на первой странице поиска результаты, наиболее соответствующие запросу пользователя. То есть их содержание наиболее точно соответствует необходимым критериям и должно удовлетворить его. Также при этом обращается внимание на правильность заполнения титульной фразы (title), описания страницы (description) и наличие ключевого запроса в заголовках (H1, H2 и т. д.).

Нетекстовые критерии ПС

Работа с ними происходит после публикации сайта и его индексации. Принципы определения рейтинга Интернет-ресурсов на основе нетекстовых критериев базируются не на оценке качества их содержания. Они содержат несколько иные факторы ранжирования сайта — оценку внешнего ссылочного профиля. Система работает по принципу учета количества ссылок на Ваш ресурс, оценка авторитетности ссылающихся ресурсов, проверка регистраций в каталогах сайтов. Можно провести аналогию с выводами о качестве определенного товара на основе отзывов потребителей, поставщиков, продавцов и т. д.