



Заняття 6. Контент та наповнення сайту.

Що таке контент? Які види сторінок є на сайті? Який це якісний контент сайту. Як через контент поєднати Ваші цілі сайту з цілями користувачів сайту? Основи внутрішньої оптимізації сайту. Щільність ключових слів. Програмні аспекти.

Наповнення сайту (контент веб-сайту)

Основою всього є правильна структура сайту, про яку ми вже розповідали, тому тільки від неї треба відштовхуватись і писати матеріал на сайт. Для наповнення сайту контентом потрібно насамперед визначитися з тематикою вашого сайту і типом інформації, яка буде основним змістом сайту. На Вашому корпоративному сайті наповнення контентом буде складатись (якщо у Вас звісно не має якихось унікальних сервісів) з двох основних напрямків:

1. Статичні сторінки (інформація про товари, послуги, компанію)
2. Динамічні сторінки (новини, статті, блоги).

З чого складається інформація Вашому сайті (статичні і динамічні сторінки)

1. Заголовок

Заголовок – це перше, і можливо єдине, що справляє враження на потенційного читача. Без заголовку, або назви повідомлення в блозі, що перетворює відвідувача сторінки на читача, всі інші Ваші слова можуть навіть взагалі не існувати. Добре створені заголовки спокушають читачів прочитати текст, обіцяючи вигоду або винагороду читачеві в обмін на цінний для читача час, який він витратить, щоб прочитати більше.

Заголовок пишеться коротким і інформативним – без багато крапок і знаків питань. Вказується короткий опис суті новини з можливістю вживання власного почуття гумору. Бажано, щоб другим словом в заголовку стояло дієслово.

2. Текст

В тексті новини має бути конкретна інформація про те - хто? що? Коли і за скільки? Тобто якщо йдеться про отримання кредиту – то хто дав, кому яку суму, на які цілі і під яку процентну ставку. У тексті статті також може бути присутня інтрига і конфлікт.

3. Ілюстрації

Кожна новина, стаття чи аналітика має бути оформлена належної до її змісту ілюстрацією. Для цього має бути створена власна база ілюстрацій.

4. Гіперпосилання на першоджерело

При передруку інформації з інших ЗМІ необхідно зверху новини ставити гіперпосилання на джерело інформації. Наприклад: '...зміцнення енергетичної безпеки, збереження газотранспортної системи в державній власності, а також захист статусу української мови як єдиної державної, пише proUA'.

5. Ключові слова (теги)

Створюючи список, уявіть собі, що ви клієнт або відвідувач веб-сайту. Які терміни чи фрази використали б клієнти, щоб описати ваші продукти або послуги?

Додайте до списку всі ключові слова, за допомогою яких, на вашу думку, користувачі можуть здійснювати пошук вашого підприємства в Google, Yandex та інших пошуковиках.

Потім розширте свій список, додавши релевантні варіанти, включаючи альтернативне написання слів (наприклад, зал і зала) або навіть з орфографічними помилками, а також форми множини, синоніми.



Підібрати додаткові ключові слова вам також допоможе інструмент добору ключових слів. Щоб скористатись інструментом добору ключових слів, перейдіть на вкладку Ключові слова, натисніть Додати ключові слова, а потім - посилання Інструмент добору ключових слів.

1. <http://www.google.ru/insights/search/?hl=uk#>

2. <http://wordstat.yandex.ua/>

3. <http://adstat.rambler.ru/wrds/>

Щоб покращити список ключових слів для пошукової мережі, скористайтеся даними звіту про пошукові терміни. У цьому звіті надаються дані про пошукові запити з точною відповідністю, які використовувалися для пошуку вашого оголошення. Опираючись на ці дані, можна додати ключові слова до списку чи видалити їх.

Правила та поради щодо написання інформації на сайті

1. Скоротіть текст паперового оригіналу на 50%

Треба діяти за принципом «Не заставляйте мене читати!» За даними Якоба Нільсена (провідний фахівець з питань веб-дизайну), з екрану комп'ютера люди читають на 25% повільніше, ніж з паперового аркуша.

Борючись з труднощами читання нечітких букв на екрані комп'ютера, користувачі можуть завагатися в корисності пропонованої інформації або відволктися на рекламу (це стосується випадків наших оригінальних текстів). У таких умовах вони мимоволі чинять опір читанню тексту, а тому Нільсен рекомендує скорочувати текст як мінімум на 50%.

Менший розмір тексту зменшує навантаження від концентрації уваги відвідувача і дозволяє швидше осмислити прочитане.

При скороченні тексту на екрані можна уявити собі його реальний зовнішній вигляд, в якому він буде доступний відвідувачам. Тому труднощі його сприйняття з екрану є стимул-реакцією для його скорочення.

Для скорочення можна використовувати і паперовий варіант тексту, але на папері скорочення виконувати набагато складніше. Зробіть декілька спроб. Скоротіть все, що можна скоротити, потім зробіть перерву і проаналізуйте текст знову. Ви помітите, що він як і раніше багатослівний. Скорочуйте його знову і знову. Інколи для ефективного скорочення тексту треба виконати декілька таких проходів. Не сподівайтесь, що вам вдасться скоротити текст відразу за один прийом. Будьте наполегливі. Збережіть основний сенс тексту і відкиньте все інше!

Для скорочення тексту перш за все видалите наступні елементи:

- Ввідні слова, які включені в текст лише для підкреслення щирості, наприклад «дійсно» або «насправді».
- Слова, які не додають нічого нового до вже сказаного.
- Необов'язкові подробиці.
- Фрази, які повторюють вже сказані слова.
- Фрази, які повідомляють щось вже відоме читачеві.
- Помпезні вислови.
- Офіційні вирази (які можуть сподобатися лише бюрократам). На жаль, для такого редагування потрібно буде застосувати творчий підхід.

Користувачі віддають перевагу коротшим текстам. Якщо у користувача є вибір, то він вибере текст з коротшими абзацами. У своїх рекомендаціях компанія Apple визнає, що читання з екрану більш стомлює і є більш довгим по часу, ніж з паперу, тому люди ще більш неохоче читають з екрану довгі абзаци.

Коли Apple тестував свої технічні тексти, він прийшов в жах від багатослівності довідкових матеріалів. Тому було запропоновано видалити всі введення і скоротити всі описи дій до 1-2 пропозицій. Після цього користувачі стали з більше використовувати оперативні довідкові матеріали.

2. Використовуйте короткі слова!

Деякі слова користувачі розуміють точніше і швидше, ніж інші. Користувачі краще зрозуміють нас, якщо використовувати прості, широко поширені і коротші слова, що відносяться до конкретних фізичних об'єктів. Чим менше складів, тим більше ефект. Використовуючи ці поліпшення, можна зробити текст набагато зрозумілішим.

При цьому можна добитися ще однієї переваги: абзаци стануть коротші і простіші для розуміння в рамках всього контенту. Такий текст простіше переглядати і пропускати окремі частини.

3. Видаліть маркетингові прийоми!

Перебільшення роблять об'єктивну прозу менш корисною. У одному дослідженні показано, що об'єктивна мова викладу на 27% корисніша стимулюючого, тому що люди швидше розуміють, роблять менше помилок і краще запам'ятовують ідеї при роботі з простим текстом. Людям доводиться витратити додаткову енергію на відділення фактів від перебільшень.

Навіть якщо ви вже давно звикли згадувати свою компанію за допомогою таких слів, як першокласна, з найвищим рейтингом, світового класу і т. д., необхідно заспокоїтися і зробити так, щоб за нас говорили факти. Не слід привносити додатковий ентузіазм за допомогою високопарних епітетів.

4. Говоріть прямо!

Користувачі не довіряють всьому, що виглядає як реклама, тому вони прагнуть ігнорувати логотипи, заяви про місію компанії і рекламні гасла. Щоб завоювати довіру читачів необхідно уникати галасливої реклами.

Маркетингову кампанію в web-середовищі можна вести різними способами. Але краще всього це робити за допомогою іменників і дієслів, уникаючи частого вживання прикметників і прислівників, особливо тих, які несуть емоційне забарвлення.

5. Так — опису компонентів і переваг, ні — похвальбі!

При рекламуванні сервісу або продукту доводиться вказувати на унікальні пропозиції, а також підкреслювати їх функціональні компоненти і переваги.

Всі ці пояснення мають бути дуже простими і не мати емоційного забарвлення. Якщо необхідно застосувати декілька прислівників або прикметників, то можна скористатися ними, але перед тим переконатися в тому, що вони не виглядають зовсім безглуздо. Перенесіть категорії, що повторюються, в таблиці, діаграми і графіки.

6. Не можна порівнювати числові дані в тексті!

Звичайне речення зовсім не годиться для представлення більш ніж двох чисел, тому воно не дозволяє ефективно їх порівнювати. Видалення чисел з тексту істотно спрощує текст. Але куди ж їх слід перенести?

Необхідно допомогти відвідувачам представити числові дані.

Для порівняння числових даних краще всього видалити їх з тексту і представити в таблиці. Для демонстрації якоїсь тенденції краще використати графік або діаграму. Для представлення невеликого набору даних або порівняння обмеженої кількості чисел використовується невелика таблиця.



Скорочуючи текст не можна робити його двозначним

7. Зберігайте слова той і який!

Якщо з речення (особливо довгого) видалити деякі єднальні слова, то сприйняття взаємозв'язку його окремих частин значно ускладниться. Одна частина речення може відвернути увагу читача в одному напрямі, щоб протиставити її наступній частині речення з сенсом, що відрізняється.

У читача виникне питання. Де викладена основна думка? До якого підмета відноситься цей присудок? Тому скорочуйте все, але залиште єднальні слова, наприклад, той або який.

Не можна скорочувати сенс

При скороченні тексту треба стежити за тим, щоб зберігався сенс написаного. Він може зникнути при видаленні навіть одного ключового факту або основної мети. Стислість означає не менше ідей, а менше слів.

Таким чином, створення ефективного контенту сайту — робота, яка багато в чому спирається на важковловимі нюанси.

8. Дуже важливо робити перелінковку між сторінками сайту (внутрішня перелінковка сайту).

Чим краще вона оформлена – тим більше шансів людині зрозуміти куди їй переходити і тим краще таку інформацію «зчитують» боти пошукових систем.

Домашнє завдання до заняття 6:

1. [Наповнення веб-сайту контентом](#)
2. [Кому потрібні заголовки?](#)
3. [Покращення Вашого сайту](#)
4. [Правила наповнення контентом сайту](#)
5. [Написання інформації на сайті](#)
6. [Читабельність на сайті](#)

Виправити деякі тексти (якщо є потреба в цьому) та написати 1 спеціалізовану статтю по Ваших товарах і послугах.