самоучитель

Владимир Молочков

kinoknight

Создание сайта, его SEO-продвижение и монетизация

- Создание сайтов с использованием WordPress
- Самостоятельный запуск блога или многостраничника
- Оформление сайта и наполнение его контентом
- Полезные плагины
- Аудит работы сайта
- Инструменты Google и «Яндекса» для веб-мастера
- Создание рассылок и подписок
- Продвижение сайта в социальных сетях
- Эффективные способы монетизации



bhv®

Владимир Молочков

KINOKNIGHT

самоучитель

Создание сайта, его SEO-продвижение и монетизация

Санкт-Петербург
«БХВ-Петербург»
2022

УДК 004.4'236
ББК 32.973.26-018
М75

Молочков В. П.

М75 Создание сайта, его SEO-продвижение и монетизация. Самоучитель. — СПб.: БХВ-Петербург, 2022. — 512 с.: ил. — (Самоучитель)

ISBN 978-5-9775-6878-4

Подробно рассмотрено создание сайта с использованием CMS WordPress: выбор хостинга, подключение домена, установка шаблонов и плагинов. Рассказано о наполнении сайта контентом, о поисковой (SEO) оптимизации, подключении аналитических сервисов Яндекса и Google. Даны советы по бесплатному и коммерческому продвижению сайта в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram, Facebook, Twitter а также в Telegram. Описано создание подписок и почтовых рассылок для посетителей сайта. Приводятся практические рекомендации по монетизации, рассматриваются инструменты для получения дохода с помощью сайта или личного блога.

Для начинающих веб-мастеров и разработчиков

УДК 004.4'236
ББК 32.973.26-018

Группа подготовки издания:

Руководитель проекта	*Павел Шалин*
Зав. редакцией	*Людмила Гауль*
Редактор	*Григорий Добин*
Компьютерная верстка	*Ольги Сергиенко*
Дизайн серии	*Марины Дамбиевой*
Оформление обложки	*Зои Канторович*

"БХВ-Петербург", 191036, Санкт-Петербург, Гончарная ул., 20

ISBN 978-5-9775-6878-4

© ООО "БХВ", 2022
© Оформление. ООО "БХВ-Петербург", 2022

Оглавление

Предисловие **11**
История WordPress 12
Когда WordPress погубит HTML? 13
От издательства 13

ЧАСТЬ I. СОЗДАНИЕ САЙТА В WORDPRESS И РАЗМЕЩЕНИЕ ЕГО НА ХОСТИНГЕ **15**

Глава 1. Установка WordPress на хостинг **16**
Основные понятия, связанные с WordPress 16
Плюсы WordPress 16
Тема WordPress 16
Плагин 17
Хостинг 17
Виртуальный хостинг 17
Хостинг WordPress 17
Домен 17
Как на практике разместить сайт на хостинге в Сети? 18
Знакомство с консолью (панелью администратора) 21
Базовые настройки WordPress после установки 23
Общие 23
Написание 24
Чтение 24
Обсуждение 25
Медиафайлы 26
Постоянные ссылки 26
Приватность (настройка конфиденциальности) 27
Специальные настройки WordPress 29
Заменяем кириллицу латиницей (организуем транслит) 29
Плагин *Cyr to Lat enhanced* 29
Плагин *Rus-To-Lat* 30
Делаем ссылки короткими: плагин *Bring Back the Get Shortlink Button* 30
Протокол SSH 31

Глава 2. Выбор и установка темы WordPress для сайта 32
Способ 1. Установка темы через поиск 32
Способ 2. Устанавливаем тему из ZIP-архива 33
На что обратить внимание при выборе темы WordPress? 34
Никто не любит медленные веб-сайты 34
Валидность шаблона 35
Валидатор *validator.w3.org* 36
Валидатор *jigsaw.w3.org/css-validator* 36
Адаптивность шаблона 37
Убираем из шаблона рекламную фразу «Сайт работает на WordPress» или аналогичную 38
Используем редактор тем 38
Вывод копирайта (указателя ваших авторских прав) 39
Используем плагин *Remove «Powered by WordPress»* 40
Редактируем нижний колонтитул с помощью плагина *Remove Footer Credit* 41
Редактируем PHP-код в WordPress с помощью плагина *Code Snippets* 42
Законно ли убирать копирайты WordPress из подвала? 43
Проверка темы плагином *Theme Authenticity Checker* 44
Организуем скачивание архивов с сайта по паролю 46
Кнопки соцсетей для сайта WordPress 50

Глава 3. Практический пример создания сайта на WordPress 52
Важные настройки WP после установки сайта на хостинг 53
Общие настройки 53
Постоянные ссылки 53
Латинизация ссылок: плагин *Cyr to Lat enhanced* 54
Установка темы для сайта 54
Основное 55
Макет 55
Цвета 55
Разное 57
Настройка виджетов 57
Создание страниц сайта 59
Настройка меню: плагин *Простая сортировка страниц* 61
Установка формы *Контакты*: плагин *Contact Form by BestWebSoft* 61
Создание рубрик (категорий) 62
Сокращение длины интернет-адресов записей 64
Удаление лишних записей, присутствующих в теме по умолчанию 65
Удаление лишних тем, присутствующих в консоли 65
Создание гиперссылок 66
Создание ссылки на файл 66
Установка на сайт счетчика 68
Вставка на сайт баннера 71
Соглашение об обработке персональных данных 72
Создание шапки сайта 76
Редактируем файл *robots.txt* 78
Создание карты сайта: плагин *XML Sitemaps* 80
Создание страницы с картой сайта: плагин *WP DS Blog Map* 81
Добавляем на сайт кнопки соцсетей: плагин *Яндекс Поделиться* 82
Создаем свой граватар 83

Глава 4. Оформление вида сайта и наполнение его контентом 86
Фавикон 86
Логотип 88
Установка фона сайта 90
Получение сертификата безопасности SSL 91
Чем отличается бесплатный SSL-сертификат от платного? 91
Пример установки сертификата на хостинге TimeWEB 91
Пример установки сертификата на хостинге SprintHost 96
Шаг 1. Установка SSL 96
Шаг 2. Замена протокола HTTP на HTTPS 97
Шаг 3. Перенаправление на HTTPS 98
Шаг 4. Для очень больших сайтов 99
Установка меню «Хлебные крошки»: плагин *Flexy Breadcrumb* 101
Создание эффекта «лайтбокс» для изображения: плагин *Simple Lightbox* 105
Создание кнопки 108
Создаем кнопку «Наверх»: плагин *WPFront Scroll Top* 109
Ссылка на сайте на номер телефона, Skype и отправку СМС 110
Список основных мероприятий по обслуживанию веб-проекта 111

Глава 5. Полезные плагины и приемы работы с сайтом 112
Защита текста на сайте от копирования: плагин *WP-CopyProtect* 112
Защита изображений на сайте: плагин водяного знака *Image Watermark* 113
Делаем оглавление: плагин *Table of Contents Plus* 116
Защита сайта от взлома: плагин *Limit Login Attempts* 117
Исключаем спам на своем сайте: плагин *Akismet Spam Protection* 118
Публикуем на сайте видео 121
Вариант 1: берем видео с YouTube 121
Способ 1: используем блок HTML 121
Способ 2: используем блок YouTube 123
Вариант 2: выкладываем на сайт свое видео 124
Публикуем на сайте звуковые файлы 125
Способ 1: используем блок Аудио 125
Способ 2: используем виджеты 125
Публикуем на сайте неуникальный контент 126
Создаем на сайте опрос: плагин *WP-Polls* 127
Шаг 1: выводим опрос на страницу 127
Шаг 2: помещаем опрос в сайдбар 129
Создание галереи: плагин *Slider, Gallery, and Carousel by MetaSlider* 130
Добавление смайликов 133
Организуем скачивание с сайта предназначенных для этого материалов 134
Оценка звездочками рейтинга статьи: плагин *Rate My Post* 136
Режим заглушки на сайте WordPress: плагин *WP Maintenance Mode* 137

ЧАСТЬ II. АНАЛИЗ РАБОТЫ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА 139

Глава 6. Организуем продвижение сайта 140
Подготовка к созданию семантического ядра сайта 141
Установка программы «Магадан» 141
Сбор ключевых фраз в «Магадане» 144

Работа с экспортным файлом в таблицах Google....147
Кластеризация ключевых фраз....148
Создание контент-плана....153
Советы по SEO-оптимизации сайта WordPress....157

Глава 7. Как написать SEO-статью?....160
Настройка SEO-плагина *Yoast SEO*....160
Проверяем SEO-заголовок....165
Проверяем метаописание....165
Пишем SEO-статью для сайта....165
Требования к SEO-тексту....165
Пример написания SEO-статьи....166
Уникальность текста на сайте....171
Проверка релевантности страниц....174
Перелинковка....176
Правильность HTML-кода....177
Советы по попаданию сайта в топ выдачи поисковых систем....178
Показатели раскрученности сайта: PR, ТИЦ и ИКС....178

Глава 8. Сервисы Яндекса для веб-мастера....180
О сервисе Яндекс.Вебмастер....180
Шаг 1: подключаем сайт к Яндекс.Вебмастеру....181
Шаг 2: добавляем в Яндекс.Вебмастер карту сайта (Sitemap)....184
Работаем с Яндекс.Метрикой....185
Установка на сайт поисковой формы от Яндекса....188
Плагин «турбо-страницы» для WordPress....193
Привязка Яндекс.Метрики к Яндекс.Вебмастеру....198
Ускорение индексирования сайта вручную....200
Добавление на сайт географической карты с Яндекса....202

Глава 9. Сервисы Google для веб-мастера....205
Добавление сайта в *Google Search Console*....205
Шаг 1: подтверждаем право владения сайтом....205
Шаг 2: отправляем в *Google Search Console* файл *Sitemap*....207
Подключение Google Аналитики....209
Шаг 1: создание аккаунта....209
Шаг 2: настройка ресурса....210
Шаг 3: информация о компании....211
Шаг 4: настройка потока данных....212
Шаг 5: проверка работы Google Аналитики....214
Подключение поиска от Google....214
Ускорение загрузки мобильных страниц сайта: плагин *AMP*....217
Ускорение индексации Google вручную....219
Добавление на сайт географической карты от Google....220
Проверка кроссбраузерности сайта....223
Проверка оптимизации сайта для мобильных устройств....223
Адаптивность сайта....223
Скорость сайта....224

Глава 10. Анализ работы сайта 225
Посещаемость сайта 225
Аналитический сервис Яндекс.Метрика 225
Аналитический сервис Google Аналитика 226
Как узнать целевую аудиторию по Яндекс.Метрике? 228
Веб-визор от Яндекс.Метрики 230
Карты Яндекс.Метрики 232
Отчет о посещаемости сайта в реальном времени на Google Аналитике 234
Как узнать целевую аудиторию в Google Аналитике? 235
Анализ поведения пользователя на сайте в Google Аналитике 236
Проверка и оптимизация скорости загрузки сайта 237
Ускорение загрузки сайта: плагин *WP-Optimize* 238
Оптимизация графики: плагин *WebP Express* 242
Адаптивность сайта 244
Анализ сайта по сервису *be1.ru* 246

Глава 11. Создание рассылок и подписок 249
Создание на хостинге доменной почты 249
Работа с сервисом SendPulse 253
Регистрация в сервисе SendPulse 253
Создание формы подписки на рассылку 253
Создание рассылки писем 260
Создание Push-рассылки 265

ЧАСТЬ III. ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА ЧЕРЕЗ СОЦСЕТИ 273

Глава 12. Продвижение сайта на YouTube 274
Создаем канал 274
Оформляем вид канала 274
Выполняем настройку канала 278
Прямая трансляция на YouTube 282
Загрузка видео на YouTube 283
Редактирование загруженного видео 286
Команда *Обрезать* 287
Другие операции 288
Удаление своего видео 288
Анализ каналов конкурентов 289
Анализ своего канала 294
Информер YouTube на вашем сайте 295
Делаем интродукцию для видео 298

Глава 13. Видеоредактор Camtasia Studio 303
Первое знакомство с программой 303
Пример записи видеоурока 306
Сохранение готового фильма 309
Полезные приемы работы и команды 311
Разделение аудио и видео 311
Объединение двух видео в одно 312
Вырезание фрагмента видео 312

Добавление надписи в видео ... 313
Масштабирование ... 313
Добавление к видео своего водяного знака ... 313
Сохранение видео для его последующей загрузки на YouTube ... 314
Рисование экранных примитивов ... 315

Глава 14. Соцсети ВКонтакте и Instagram ... 317
Продвижение сайта через сообщество ВКонтакте ... 317
Создание сообщества ВКонтакте ... 317
Наполнение и продвижение сообщества ... 323
Хештеги ВКонтакте ... 324
Пример написания поста о новой статье на сайте ... 325
Способы «раскрутки» сообщества ... 327
Делаем информер для сайта о своем сообществе ВКонтакте ... 328
Платное продвижение сообщества через рекламу ... 330
Рассылки подписчикам ВКонтакте через приложение Senler ... 333
Продвижение сайта через Instagram ... 340
Добавление фото или видео в Instagram с компьютера ... 341
Загрузка фото ... 341
Загрузка видео ... 343
Требования к видеофайлам в Instagram ... 345
Как и что публиковать? ... 345
Продвижение в Instagram ... 345
Виджет Instagram у вас на сайте ... 349

Глава 15. Соцсети Facebook и Twitter ... 353
Продвижение сайта через Facebook ... 353
Создание и настройка личного профиля на Facebook ... 353
Создание и настройка страницы ... 355
Создание и настройка группы ... 357
Что публиковать на Facebook? ... 360
Создание публикации на Facebook ... 360
Публикация в профиле ... 360
Редактирование публикации, размещенной на Facebook ... 361
Публикация на странице ... 363
Публикация в группе ... 364
Продвижение страницы и группы ... 365
Работа с Twitter ... 367
Создание постов на Twitter ... 369
Ставим виджет Twitter на свой сайт ... 369

Глава 16. Соцсети Одноклассники и Мой мир и мессенджер Telegram ... 373
Социальная сеть Одноклассники ... 373
Создание группы ... 374
Создание публикаций (постов) в группе ... 377
Продвижение группы ... 379
Виджет вашей группы в Одноклассниках ... 380
Монетизация в Одноклассниках ... 381
Донаты ... 381

Платный контент....384
Платный доступ....384
Социальная сеть Мой мир....385
Настройка профиля....385
Создание группы....387
Создание публикации....389
Мессенджер Telegram....389
Создание и настройка профиля....389
Создание канала в Telegram....391
Публикация постов....392

Глава 17. Приемы продвижения сайта в различных соцсетях....394
Настройка социальных метатегов....394
Создание социального замка....394
Создание на сайте кнопок перехода на ваш аккаунт (или вашу группу) в соцсети....400
Сервис SMM Planner....403
Автопостинг в соцсети через сервис SMM Planer....408
Бесплатный автопостинг ВКонтакте: плагин *VK Poster Group*....411
Для справки: накрутка в соцсетях....418
Создание аккаунта в TikTok для бота *vtope bot*....422

Глава 18. Монетизация сайта на рекламе от Contema, teasernet и Admitad....427
Контекстная реклама от сервиса Contema.ru....427
Тизерная реклама от сервиса teasernet....432
Партнерский маркетинг на рекламе от Admitad....439
Партнерская ссылка *deeplink*....445

Глава 19. Сервисы AdSense, Glopart, BestChange и др....449
Партнерская программа AdSense от компании Google....449
Создание аккаунта AdSense....449
Размещение объявлений AdSense....450
Связываем аккаунт AdSense с сайтом WordPress: плагин *Site Kit*....457
Возможные проблемы....461
Сервис Glopart....462
Шаг 1: создаем на сайте страницу товара или услуги....462
Шаг 2: подключаем сервис для приема оплаты на сайте....463
Страница с предложением рекламодателям....470
По поводу открытых ссылок для рекламодателя....471
Сервис BestChange....472
Сервис Miralinks....474

Глава 20. Платное продвижение сайта в поисковиках....478
Сервис Miralinks....478
Сервис WebEffector....483

Глава 21. Полезные советы и сервисы....489
Бесплатные картинки и видео для сайта....489
Создание фавикона....490

Плагин *Mammoth .docx converter* 490
Бесплатные значки для сайта 493
Скриншоты страниц вашего сайта 493
Определители цвета 495
ColorZilla 495
Colors Lite 497
Quick HTML Color Picker 497
Подбор сочетаний цветов на сайте 498
WhatFont — определитель шрифта 499
Работа со шрифтами 499
Использование мастера надписи 500
Логотип для сайта 503
Обложка книги 504
Загрузка в WordPress PDF-файлов 506

Предметный указатель 509

Предисловие

Предлагаемая вашему вниманию книга учит читателя созданию веб-проектов с помощью бесплатной и самой популярной на сегодня системы управления сайтом WordPress. На этой платформе любой желающий, от школьника до пенсионера, без знания программирования может сконструировать свой одно- или многостраничник на любую интересующую его тему и разместить свой проект в Сети, практически без особых финансовых затрат. Надо будет приобрести лишь хостинг и домен, но это деньги небольшие.

Важно понимать, что просто создать сайт — это лишь первый шаг. Нужно не просто сделать сайт, но и продвинуть его на первые позиции в поисковиках. Этот процесс называется *SEO-продвижением*[1] сайта. Без SEO ваш сайт люди не найдут в Интернете и посещать его не смогут. Этой теме, т. е. оформлению сайта в соответствии с требованиями поисковых систем Яндекс и Google, посвящена значительная часть книги.

Если сайт будет не только соответствовать требованиям поисковых роботов, но окажется при этом уникальным и полезным по контенту, то на нем можно будет и зарабатывать. Процесс заработка на сайте называется его *монетизацией*. Чтобы сайт приносил существенный доход, важно количество его посещений пользователями. Об этом здесь также пойдет разговор.

Книга ориентирована на читателей, обладающих лишь базовыми навыками работы на компьютере. Специальных знаний не требуется. При этом самоучитель отличается простым и доступным изложением материала, содержит много практических примеров и иллюстраций и будет полезен как продвинутому пользователю WordPress, так и новичку в создании сайтов.

WordPress — не только универсальный и мощный движок сайтов, но он еще очень прост в освоении и использовании. Его интерфейс интуитивно понятен даже новичкам и людям, далеким от информационных технологий: художникам, писателям, фотографам.

Помимо последовательного, пошагового процесса создания веб-проекта в книге рассмотрены такие вопросы, как регистрация доменного имени и приобретение хостинга, установка и первичная настройка WordPress, подбор темы и установка плагинов (до-

---

[1] SEO, Search Engine Optimization, поисковая оптимизация — комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации сайта для поднятия его позиций в результатах выдачи поисковых систем с целью увеличения сетевого трафика.

полнительных модулей), публикация заметок, создание страниц и разделов, формирование меню и наполнение сайта контентом.

Книга содержит много новых терминов, пришедших к нам из английского языка: хостинг, домен, консоль, валидность, адаптивность, хедер, футер, сайдбар и др. Все они грамотно и понятным языком объясняются в примечаниях по тексту.

Много полезного вы почерпнете из приведенных в книге практических примеров, представляющих собой ряд готовых решений, предназначенных для конкретных ситуаций.

Продуманное содержание книги, а также множество иллюстраций помогут вам ознакомиться с основными приемами работы в программе WordPress, освоить главные ее функции и научиться применять полученные знания на практике.

Книга адресована широкому кругу читателей: школьникам, студентам, фрилансерам, самозанятым и даже пенсионерам — т. е. людям разных профессий и возрастов, готовым использовать свой ПК для создания сайтов и последующего размещения их в Сети. Она может быть использована не только как самоучитель, но и как учебник в системе профессионального образования (колледжах, техникумах, училищах) в учебных дисциплинах по направлениям:

- Проектирование и разработка веб-приложений;
- Проектирование, разработка и оптимизация веб-приложений;
- Информационные системы и программирование;
- Разработчик веб- и мультимедийных приложений.

История WordPress

Word — слово, Press — печать. Получается, что WordPress — это печатание слов. Не самое подходящее название для конструктора сайтов. А история этой программы такова.

В 2001 году французский программист Мишель Вальдриги (Michel Valdrighi) начал разработку собственного движка для блогов под названием b2/cafelog. Проект был написан на языке программирования PHP и работал с базой данных MySQL. В 2003 году к разработке движка подключился Мэтт Мулленвег (Matt Mullenweg) — американский программист, предприниматель, менеджер и музыкант, который использовал движок для того, чтобы публиковать свои фотографии в Интернете. Вместе с соучредителем и программистом Майком Литтлом (Mike Little) они в 2003 году выпускают первую версию WordPress. На сегодня из этих трех имен автором WordPress считается Мэтт Мулленвег.

Позднее к разработке программы подключились и другие программисты. В 2004 году вышла первая версия WordPress, поддерживающая плагины. Возможность использовать темы появилась в 2005 году. В 2009 году к WordPress добавились виджеты. С тех пор WordPress приобрел множество новых функций и продолжает развиваться по сегодняшний день, а развитием проекта занимаются разработчики со всего мира.

В настоящее время права на торговое название «WordPress» принадлежат некоммерческому фонду «The WordPress Foundation». Автор WordPress и основатель организации «WordPress Foundation» Мэтт Мюлленвег объявил, что будет следить за соблюдением

условий свободного распространения кода программы, доступного под лицензией GPL. Иными словами, Мэтт Мулленвег желает, чтобы его программный продукт оставался бесплатно распространяемым и доступным всем желающим.

Когда WordPress погубит HTML?

Мы живем в стремительном мире, где все меняется очень быстро. То, чему нас учат сегодня, — завтра может уже не пригодиться. Для изучения базовых знаний по HTML5 и CSS5 нужно немало времени, да и непростое это дело. А создать сайт или интернет-магазин на HTML и CSS — очень сложно, долго, да и вообще проблематично.

С другой стороны, поклонники WordPress считают, что мир изменился, и классическая верстка сайтов постепенно уходит в прошлое. Если требуется создать, поддерживать и «раскрутить» сайт быстро и без особых знаний в области программирования и дизайна, то однозначно нужно работать на WordPress, а не на HTML. При этом возможности у WordPress огромные, а с помощью плагинов — вообще бесконечные!

Итак, говоря о преимуществах WordPress, стоит заметить, что статистические сайты, состоящие из неподвижных страниц, написанных на языке HTML, сегодня не актуальны. Впереди планеты всей сайты, созданные на основе WordPress, — динамические.

У динамического сайта возможностей гораздо больше, чем у статического. Динамический сайт состоит из PHP-скриптов, и страницы такого сайта формируются по запросу пользователя на стороне сервера из страниц-шаблонов и данных, хранимых в базе данных MySQL. Все страницы такого сайта можно менять одновременно, что очень удобно.

Если кратко, то преимущества WordPress перед другими способами создания сайтов таковы:

- WordPress годится для создания всех видов сайтов — т. е. может закрыть все потребности любых заказчиков;
- малые сроки и усилия, затрачиваемые на разработку и запуск сайта;
- простота поддержки и продвижения проекта;
- темы ordPress адаптированы не только под ПК, но и под планшет и смартфон;
- сайты на WordPress гибкие — т. е. позволяют быстро делать их правку и доработку;
- затраты на создание сайта минимальны — требуется лишь оплата хостинга и домена, что доступно каждому пользователю;
- большое количество разнообразных тем и плагинов;
- простота SEO-продвижения;
- возможности бесплатной монетизации сайтов WordPress.

От издательства

Ваши замечания, предложения и вопросы отправляйте по адресу электронной почты издательства компьютерной литературы «БХВ» **mail@bhv.ru** или на почту автора книги: **vpmnovgorod@mail.ru**.

Мы будем рады узнать ваше мнение!



ЧАСТЬ I

Создание сайта в WordPress и размещение его на хостинге

Глава 1. Установка WordPress на хостинг

Глава 2. Выбор и установка темы WordPress для сайта

Глава 3. Практический пример создания сайта на WordPress

Глава 4. Оформление вида сайта и наполнение его контентом

Глава 5. Полезные плагины и приемы работы с сайтом

ГЛАВА 1



Установка WordPress на хостинг

В этой главе рассматриваются базовые вопросы установки и настройки CMS[1] WordPress на хостинг в сети Интернет.

Основные понятия, связанные с WordPress

> ***Новый термин***
>
> *WordPress* (далее сокращенно WP) — программа, которая позволяет создать сайт и управлять его содержимым (контентом). Сегодня WordPress — самая популярная система управления сайтом в мире. Каждый третий сайт в Интернете сделан на WordPress. Работать в WordPress можно, не будучи программистом и веб-мастером.

Программа WP написана на языке PHP и использует сервер базы данных MySQL. Автором WP считается американский программист Чарльз Мулленвег (Matthew Charles Mullenweg). Система управления контентом WP позволяет создать веб-сайт любого вида: блог, интернет-магазин, портал, сайт знакомств, форум и т. д.

Плюсы WordPress

- Бесплатность.
- Огромный функционал — можно сделать сайт практически любого уровня сложности.
- Не нужно быть программистом.
- Не нужно быть дизайнером.
- Существует большое количество бесплатных курсов по работе с WP, что существенно облегчает изучение тем, связанных с созданием сайта с ее использованием.

Тема WordPress

Тема — это шаблон сайта, определяющий его оформление (внешний вид). Для WP разработано множество различных платных и бесплатных тем (сегодня их число превыша-

[1] CMS — Content Management System, система управления контентом.

ет 4000). От установленной темы зависит не только внешний вид сайта, но и его возможности.

Плагин

За добавление дополнительных возможностей в WordPress отвечают *плагины* — блоки программного кода, расширяющие функции WP. Их можно установить на свой сайт и тем самым добавить в WP какую-то новую возможность. Иными словами — это дополнительные модули, которые можно подключать в WP и тем самым расширять функционал этой программы. Сегодня существует примерно 60 тыс. плагинов (платных и бесплатных) для решения практически любых задач.

Хостинг

Хостинг — это набор серверов со специальным программным обеспечением. На серверах хостинга хранятся файлы сайтов. В число популярных хостингов входят SprintHost (**https://sprinthost.ru/**), Beget (**https://beget.com/ru**), TimeWEB (**https://timeweb.com/ru/**) и ряд других. Попросту говоря, хостинг — это онлайн-услуга, которая предоставляется хостинг-провайдерами и позволяет пользователю разместить свой веб-сайт в Интернете.

Виртуальный хостинг

Виртуальный хостинг — самый популярный и экономичный вид хостинга, при котором не один, а много веб-сайтов размещены на одном веб-сервере, постоянно подключенном к Интернету. При получении хостинга вы арендуете дисковое пространство на веб-сервере (компьютере), который работает круглосуточно, а хостинг-провайдер отвечает за его постоянную работоспособность. Хостинг-провайдера рекомендуется выбирать, учитывая его репутацию в Сети, а также ваш личный опыт плюс соотношение «цена — качество».

Хостинг WordPress

Хостинг WordPress — это специализированный вид хостинга для сайтов, созданный на движке WordPress. Сервер, ориентированный на размещение сайтов на CMS WP, содержит инструменты, облегчающие установку и настройку созданных на WP сайтов, а служба поддержки сервера хорошо разбирается в вопросах, связанных с работой WP.

Домен

Домен (доменное имя) — это имя вашего сайта в Интернете (адрес сайта, по которому его смогут найти посетители). Каждый компьютер в Интернете имеет свой уникальный IP-адрес (например, 5.10.112.127), но для человека удобнее, когда этот адрес представлен понятными словами (например, **Yandex.ru**). Доменное имя можно зарегистрировать на любом современном хостинге — т. е., как и хостинг, приобрести его у хостинг-провайдера. Зарегистрированные домены допускается переносить с одного хостинга на другой. Название домена для сайта можно выбрать у регистраторов доменов — напри-

мер, на сайте **https://www.reg.ru/**. Как за хостинг, так и за домен вы должны будете заплатить.

Как на практике разместить сайт на хостинге в Сети?

Сайт WordPress вы можете создать локально у себя на ПК, а затем перенести этот сайт в Сеть. Но мы пойдем другим путем — сразу создадим сайт на хостинге в Интернете. Для учебных целей мы выберем, например, хостинг-провайдера Beget, хотя это и не принципиально. У других провайдеров (TimeWEB, SprintHost и пр.) алгоритм работы по установке WordPress на сервер будет аналогичным.

> ***Для справки***
>
> *Хостинг Beget (Бегет)* — российский хостинг-провайдер из Санкт-Петербурга. Бесплатный хостинг на сайте Beget дается на неограниченный срок (бессрочно). Однако бесплатный хостинг имеет ряд существенных ограничений и для серьезных проектов не подходит.

Чтобы получить бесплатный хостинг у хостинг-провайдера Beget, нужно зайти на сайт **https://beget.com/ru/free-hosting** и зарегистрироваться (рис. 1.1).

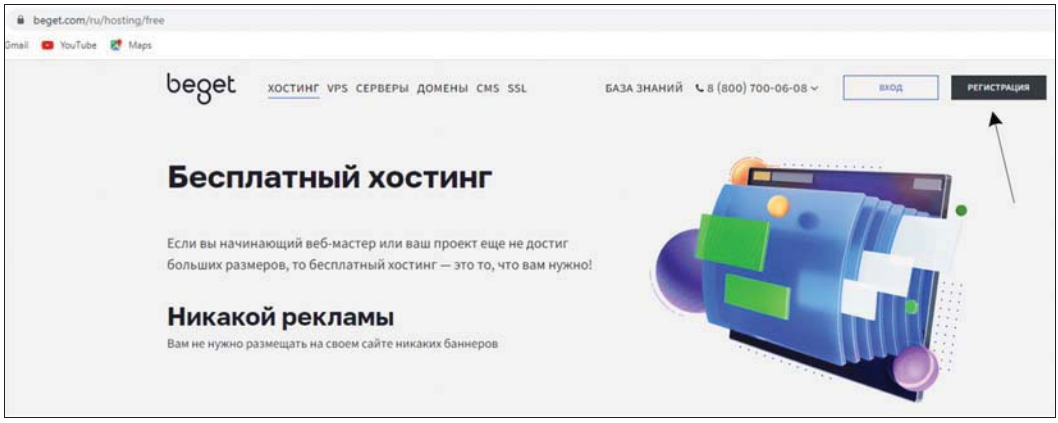


Рис. 1.1. Кнопка регистрации на сайте **beget.com**

В процессе регистрации потребуется предоставить ваш реальный номер телефона, а также выполнить подтверждение телефонного номера через **Код подтверждения**.

При создании аккаунта мы получим:

- адрес панели управления (ПУ) хостингом;
- имя и пароль пользователя.

Создав аккаунт на Beget, нажимаем на кнопку **Начать работу** (рис. 1.2), заходим на хостинг как зарегистрированный пользователь и попадаем в ПУ хостингом (рис. 1.3). Находим здесь раздел **SMC**, в котором производится установка различных CMS (рис. 1.4), и выбираем нужный нам вариант CMS — **WordPress** (рис. 1.5).



Рис. 1.2. Аккаунт создан — начинаем с ним работать

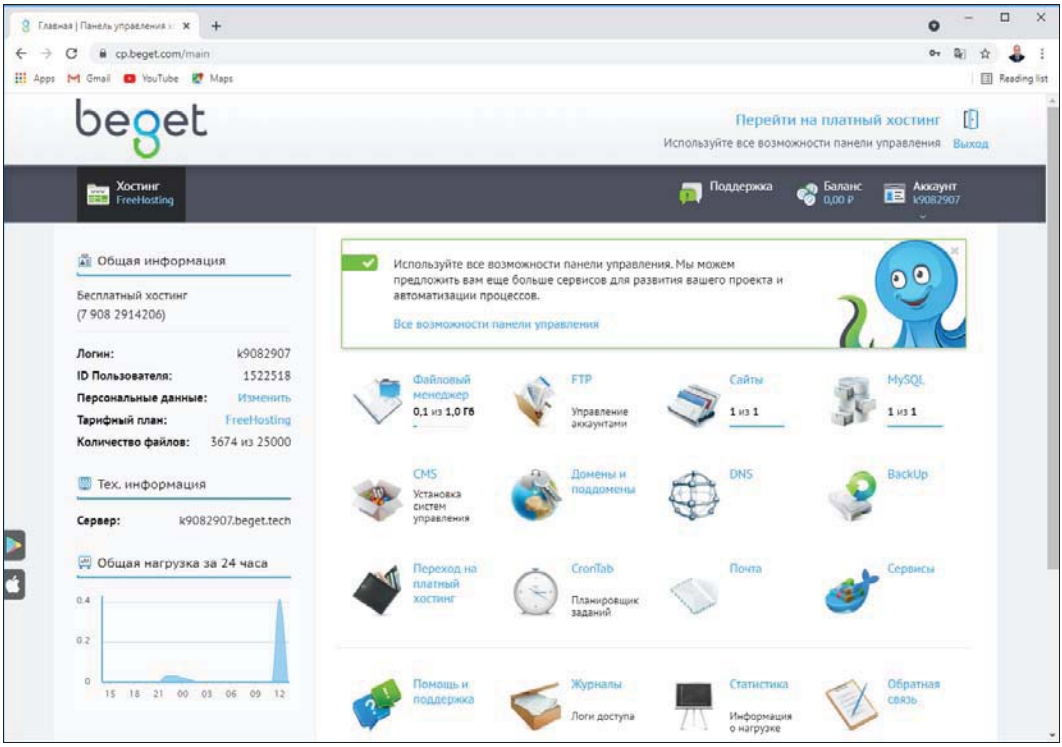


Рис. 1.3. Панель управления хостингом

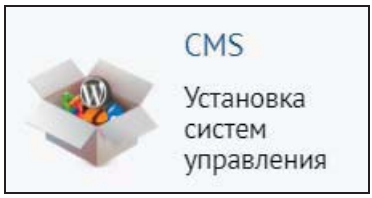


Рис. 1.4. Раздел хостинга, управляющий установкой различных CMS



Рис. 1.5. Выбираем CMS **WordPress**

Перед запуском установки WP заполняем предварительные параметры и данные для управления сайтом (рис. 1.6), нажимаем на кнопку **Установить** и через некоторое время получаем сообщение об успешной установке системы (рис. 1.7).

Примечание

По понятным причинам здесь и далее автор убрал свои персональные данные из окон, требующих авторизации.

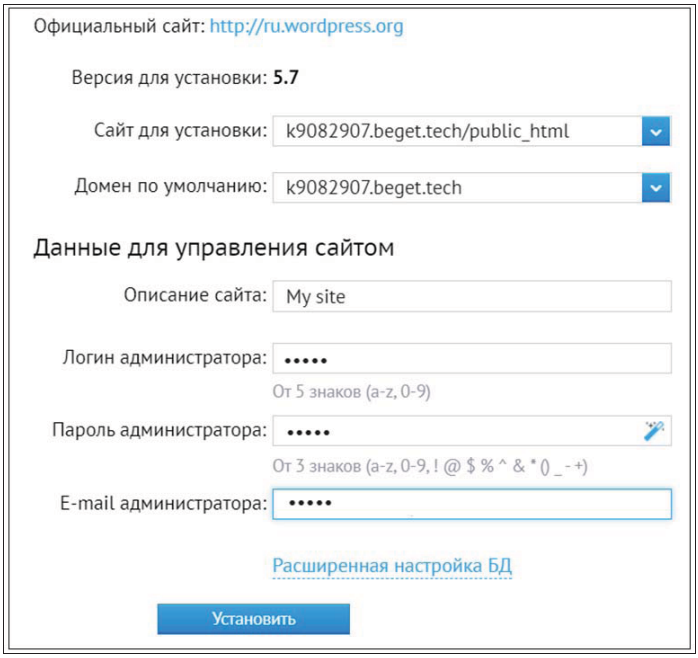


Рис. 1.6. Заполняем данные для управления сайтом

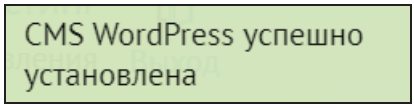


Рис. 1.7. Система WP установлена на хостинге Beget

Совет

Если при установке возникнут проблемы, вам следует очистить (сбросить) кэш — т. е. нажать на гиперссылку **Очистите кэш автоматически** (рис. 1.8).

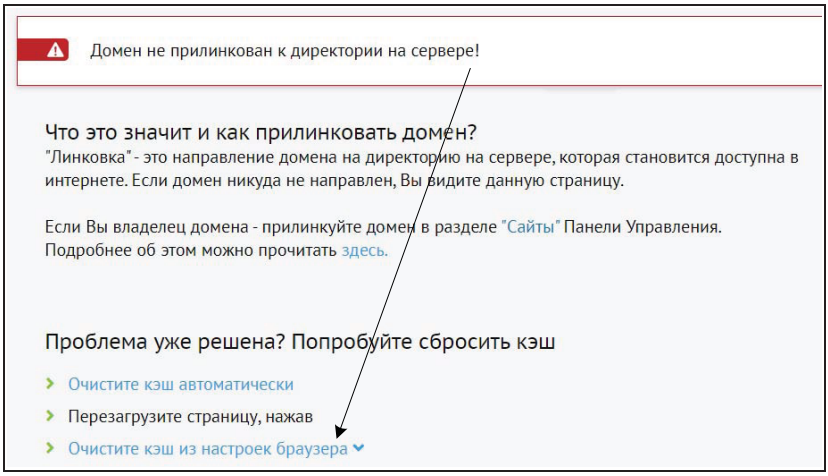


Рис. 1.8. Сообщение о нештатной ситуации

Знакомство с консолью (панелью администратора)

Пояснение

Многие пользователи вместо **Панель администратора** и **Консоль** предпочитают говорить **Админка**. Это одно и то же. В книге мы будем использовать все три эти термина.

Наберите в адресной строке браузера технический адрес вашего сайта — у нас это **http://k9082907.beget.tech/** (рис. 1.9). Как видите, здесь по умолчанию уже установлен шаблон (тема) для оформления вашего сайта, который мы позднее поменяем.

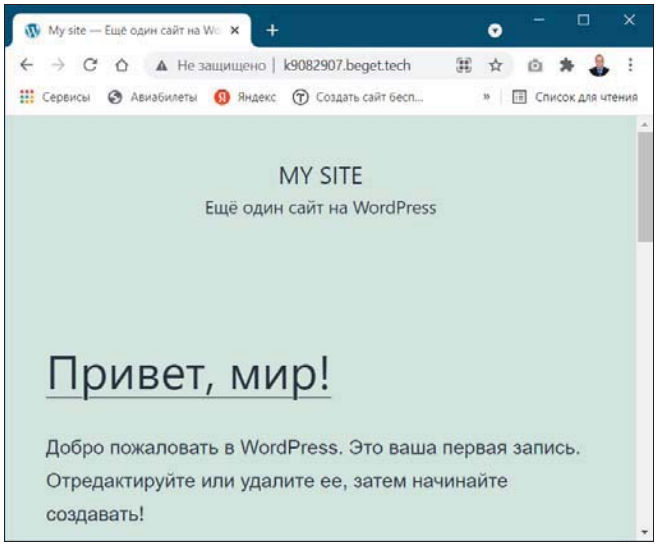


Рис. 1.9. Мы создали на WP бесплатный учебный сайт, к которому уже прилинкован бесплатный технический домен

Для входа в панель администратора (консоль) набираем в адресной строке браузера интернет-адрес (URL) **http://k9082907.beget.tech/wp-admin** и вводим полученные при регистрации логин и пароль. В результате мы увидим интерфейс консоли WP (рис. 1.10).

Выбрав в левой области консоли команду **Внешний вид | Темы**, мы увидим, что по умолчанию для нас установлена тема **Twenty Twenty-One** (рис. 1.11).

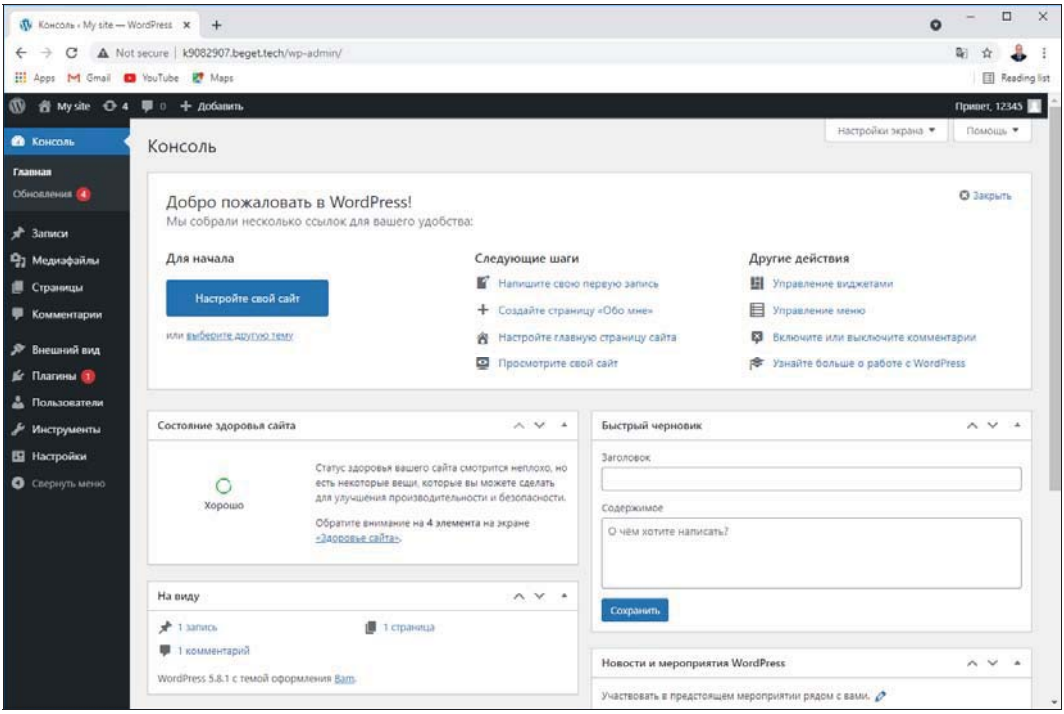


Рис. 1.10. Панель администратора сайта (консоль)

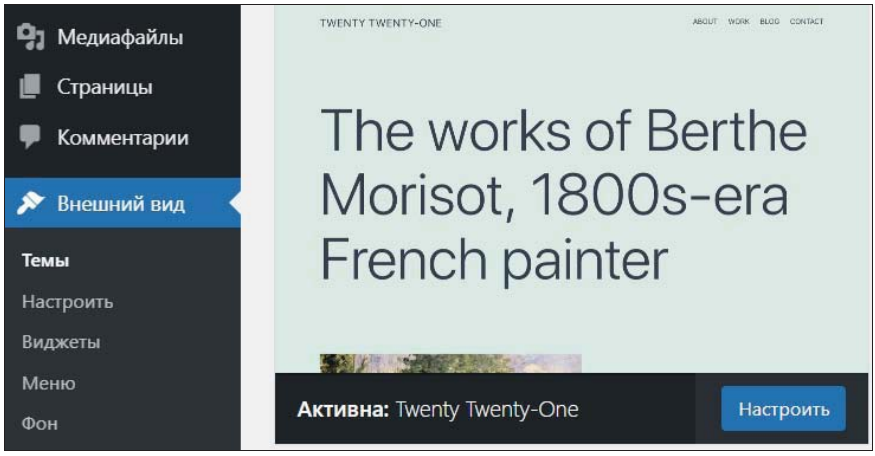


Рис. 1.11. Активна тема **Twenty Twenty-One**

Базовые настройки WordPress после установки

Настройки сайта WP расположены в левой области консоли и содержат семь разделов (рис. 1.12). Начнем рассматривать их по порядку, двигаясь сверху вниз.

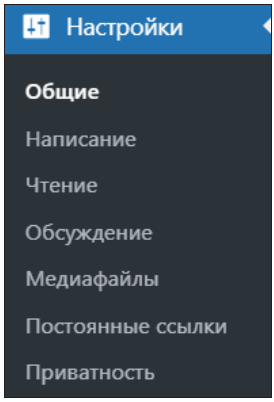


Рис. 1.12. Настройки сайта WP

Общие

В консоли WP выполните команду **Настройки | Общие**. Общие настройки сайта WP показаны на рис. 1.13.

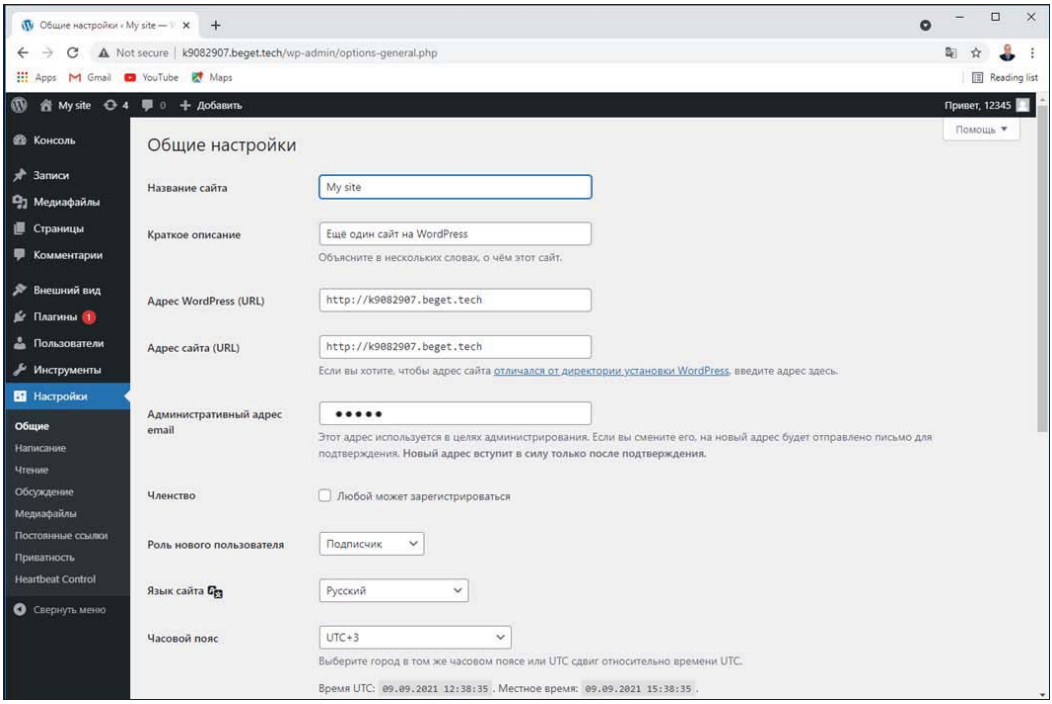


Рис. 1.13. Общие настройки сайта WP

Здесь все интуитивно понятно и особых пояснений не требуется:

- **Название сайта** будет отображаться как часть заголовка страницы в браузере.
- **Краткое описание** отображается под названием сайта и является кратким объяснением того, о чем ваш сайт. Мы это поле заполнять не будем.
- Обратите внимание на поля **Формат даты** и **Формат времени**, поскольку их значения будут использоваться в записях.

Завершаем настройки этого раздела нажатием на кнопку **Сохранить изменения**.

Написание

В настройках раздела **Написание** (рис. 1.14) все параметры оставим без изменений. Обратите внимание на то, что WordPress поддерживает публикацию записей через e-mail, однако это неудобно и на практике используется крайне редко.

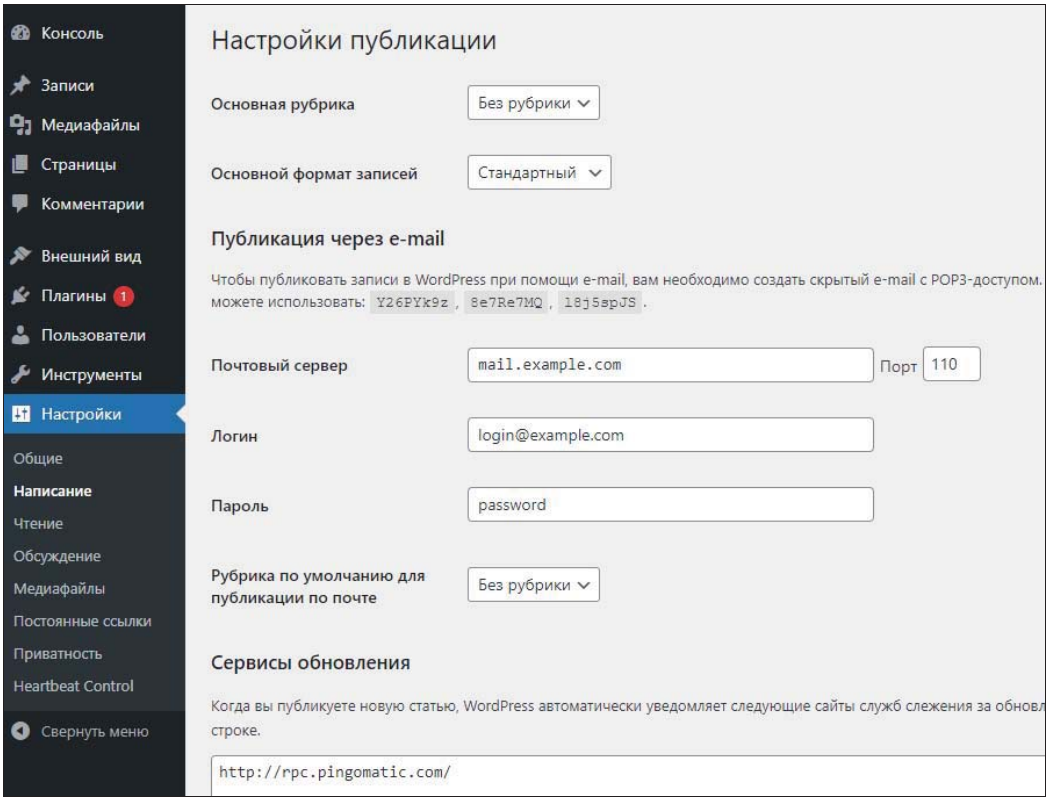


Рис. 1.14. При выполнении команды **Настройки | Написание** открывается окно **Настройки публикации**

Чтение

Именно на этой вкладке будет задано то, что отображает главная страница сайта. Настройку мы выполняем здесь только одну (рис. 1.15).

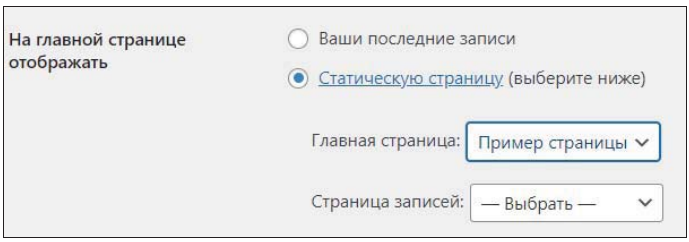


Рис. 1.15. Устанавливаем переключатель **Статическую страницу**

Новый термин

Статическая страница — это страница, содержимое которой не изменяется.

Пояснение

В сайтах, выполненных на WordPress, главная страница по умолчанию отображает ваши последние записи. Но лучше, если пользователь увидит при старте сайта не их, а информационную суть сайта. Поэтому главную страницу сайта лучше сделать постоянной, т. е. не в динамике, а в статике.

После внесения изменений в настройки нажмите на кнопку **Сохранить изменения**.

Обсуждение

В этом разделе настраиваются параметры комментариев при различных обсуждениях. Настройки по умолчанию мы здесь менять не станем (рис. 1.16).

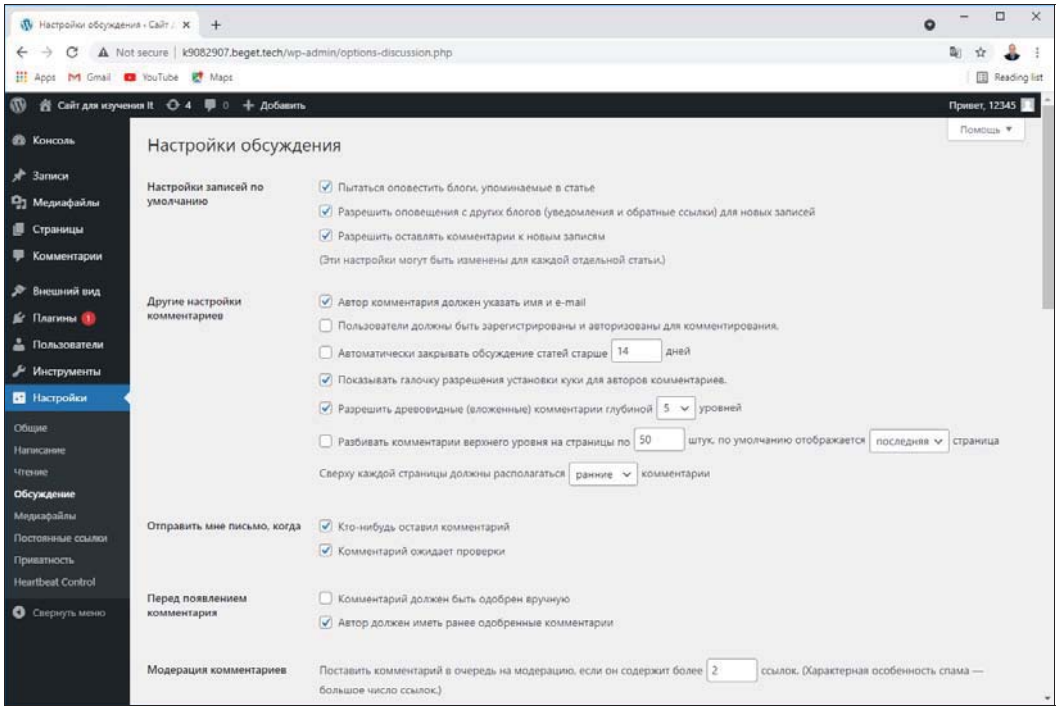


Рис. 1.16. Окно **Настройки обсуждения**

Медиафайлы

WordPress создает миниатюры для каждого изображения, которое вы загружаете. Всего существуют три вида стандартных миниатюр, и в этом разделе можно подогнать их размеры под свои нужды. Все параметры, выставленные здесь по умолчанию, мы оставим без изменений (рис. 1.17).

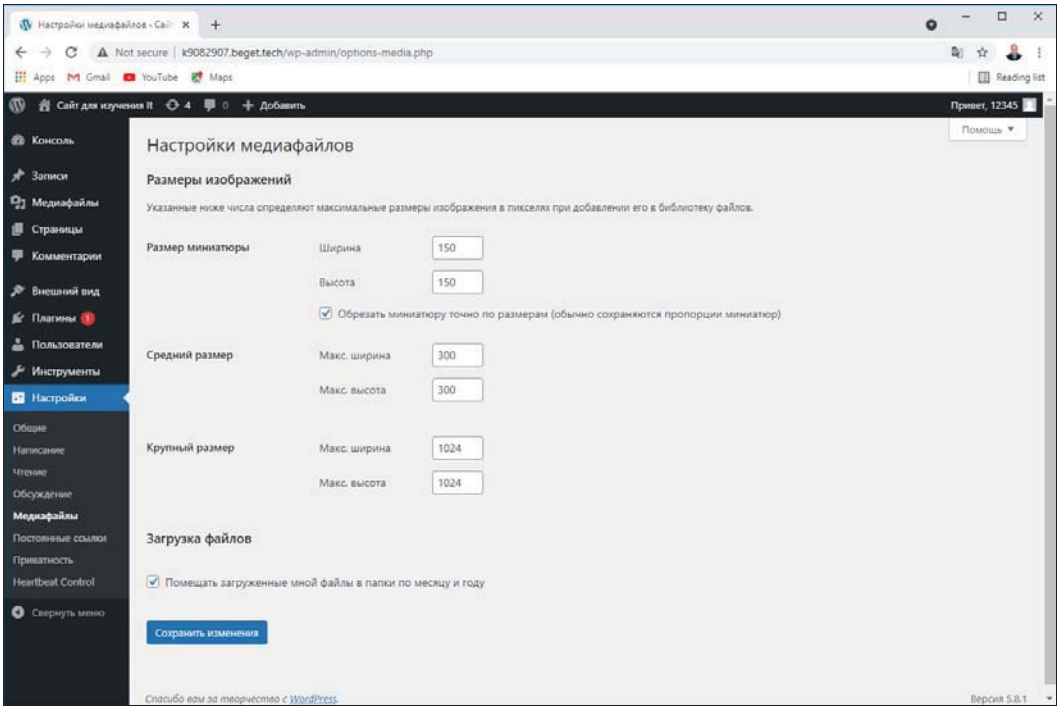


Рис. 1.17. Окно **Настройки медиафайлов**

Постоянные ссылки

Настройки этого раздела самые важные из всех, поскольку именно здесь настраивается взаимодействие сайта с пользователем.

> ***Новый термин***
>
> *Постоянные ссылки* — это интернет-адрес (URL), отражающий файловую структуру сайта.

Наша задача — сделать постоянные ссылки простыми и понятными человеку, т. е. состоящими из понятных слов, вместо идентификаторов по умолчанию. А по умолчанию мы имеем в поле постоянных ссылок следующие записи (рис. 1.18): домен, год, месяц, день, название записи (заголовок публикации). Это весьма неудобно, так что будем упрощать.

А для этого установим переключатель **Произвольно**, очистим поле постоянных ссылок, а затем, щелкая мышью на соответствующих кнопках, выберем правильные настройки (рис. 1.19) и сохраним результат, нажав на кнопку **Сохранить изменения**.

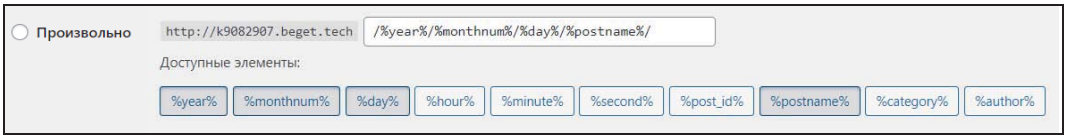


Рис. 1.18. Настройка постоянных ссылок в WP по умолчанию

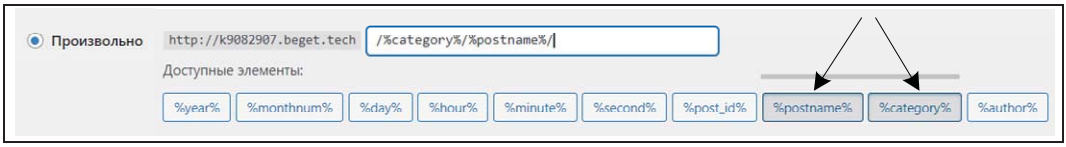


Рис. 1.19. Настройка постоянных ссылок выполнена

Как можно видеть, мы задали следующую структуру постоянных ссылок на сайте:

- **%category%** — рубрика публикации (записи);
- **%postname%** — заголовок (название) публикации.

> ***Новый термин***
>
> *Рубрика* — свойство записи (публикации), позволяющее структурировать материал по разным темам. Например, если вы ведете блог о рыбалке, то каждый вид рыб — это рубрика.

В результате наших действий структура постоянных ссылок стала такой, как показано на рис. 1.20. То есть каждая ссылка на нашем сайте будет иметь вид: **Название сайта | Рубрика | Название записи.** Это гораздо удобнее, чем настройки ссылок по умолчанию.



Рис. 1.20. Структура постоянных ссылок на сайте изменена

Приватность (настройка конфиденциальности)

Согласно Федеральному закону «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ мы должны уведомить пользователя, если планируем собирать и хранить его персональные данные, и даже форма обратной связи подпадает под действие этого закона. Поэтому мы должны создать страницу с политикой конфиденциальности (рис. 1.21). На этой странице можно использовать любой текст из типовых шаблонов, которые есть в Сети (рис. 1.22). Предлагаемый в шаблоне текст можно отредактировать «под себя».

Вы можете назвать страницу с информацией о приватности **Соглашение об обработке персональных данных** и дополнить ее, например, такой информацией:

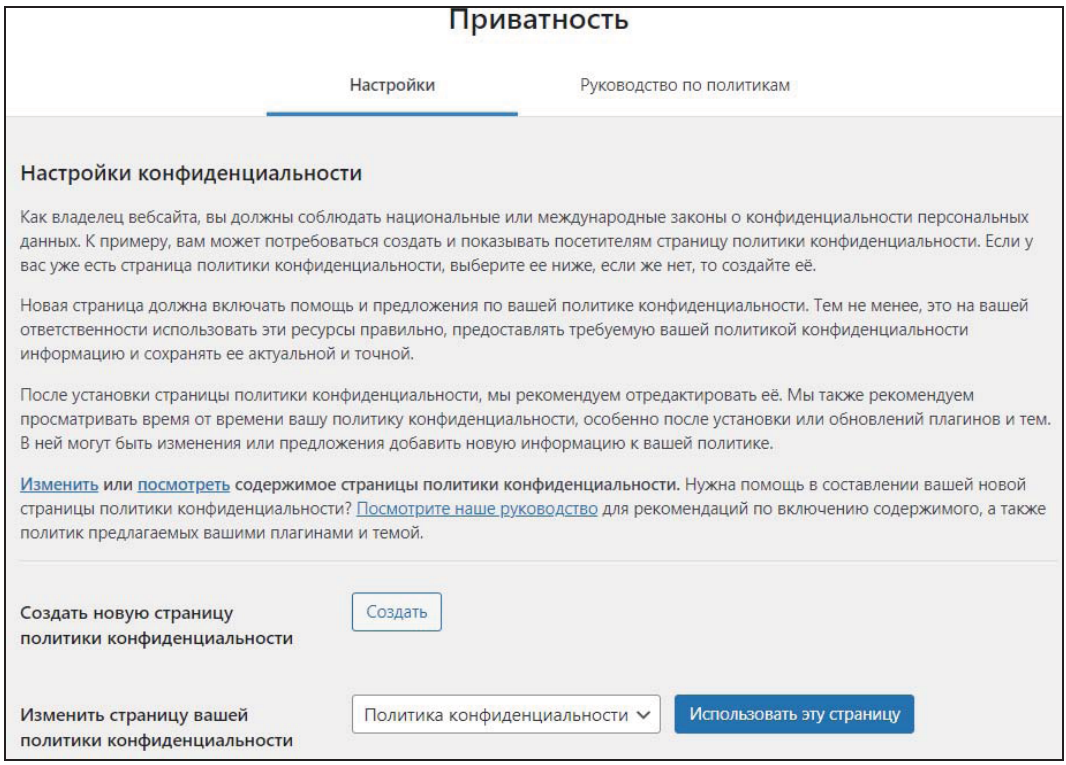


Рис. 1.21. Настройки конфиденциальности в разделе **Приватность**

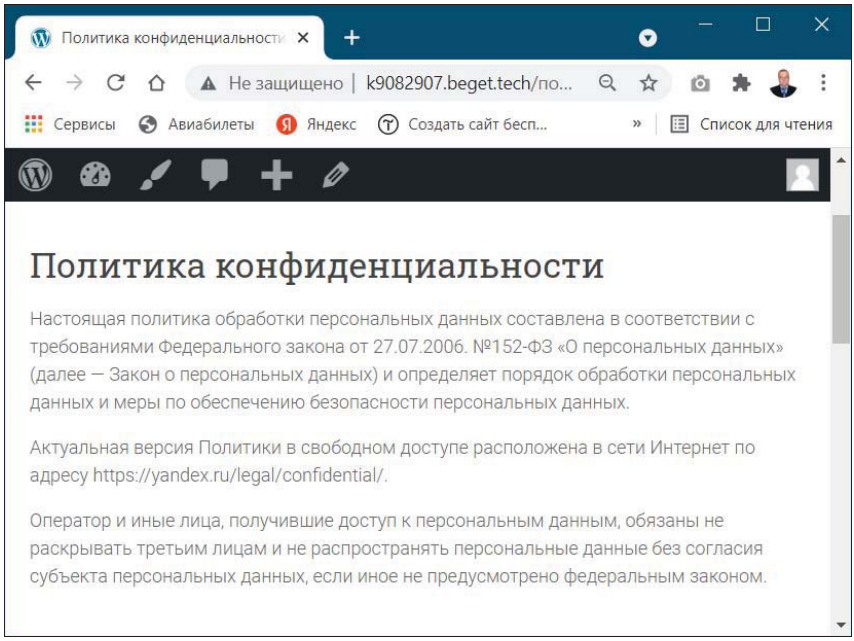


Рис. 1.22. Пример страницы **Политика конфиденциальности**

Если вы зарегистрированный пользователь и загружаете фотографии на сайт, то вам, возможно, следует избегать загрузки изображений с метаданными, так как они могут содержать данные вашего месторасположения по GPS. Злоумышленники могут извлечь эту информацию, скачав изображения с сайта.

Для пользователей с регистрацией на нашем сайте мы храним ту личную информацию, которую они указывают в своем профиле. Все пользователи могут видеть, редактировать или удалить свою информацию из профиля в любое время. Администрация веб сайта также может видеть и изменять эту информацию.

В дальнейшем мы рассмотрим тему создания соглашения об обработке персональных данных на своем сайте на практическом примере.

Специальные настройки WordPress

Сразу после установки WordPress необходимо выполнить следующие две важные настройки: замену кириллицы латиницей и укорачивание ссылок.

Заменяем кириллицу латиницей (организуем транслит)

Ссылки на кириллице поисковые машины не любят — т. е. не видят их и плохо индексируют. Поэтому для поисковых систем все кириллические символы в запросах необходимо заменять латиницей. Иначе говоря, во избежание проблем с поисковиками интернет-адрес (URL) сайта всегда желательно прописывать латиницей, а не кириллицей.

Плагин *Cyr to Lat enhanced*

Как уже отмечалось ранее, плагин — это программный модуль, подключаемый к основной программе для расширения ее возможностей. Для автоматической замены кириллических символов на латиницу мы установим плагин **Cyr to Lat enhanced**, который и будет выполнять эту процедуру. Она называется «транслит» — передача текста с помощью чужого алфавита.

Выполним из консоли команду **Плагины | Добавить новый**, а затем поищем этот плагин в поисковой строке (рис. 1.23). Когда плагин будет найден (рис. 1.24), мы установим его (кнопкой **Установить**) и активируем (кнопкой **Активировать**).



Рис. 1.23. Ищем в Сети плагин **Cyr to Lat enhanced**

Посмотрите, как изменились постоянные ссылки на сайте — они теперь записаны на латинице (рис. 25).

Совет

Перед установкой на сайт любого плагина целесообразно обратить внимание на его совместимость с вашей версией WordPress, популярность (количество установок) и новизну (последнее обновление).



Рис. 1.24. Плагин **Cyr to Lat enhanced** найден



Рис. 25. Кириллица в ссылках изменилась на латиницу

Плагин *Rus-To-Lat*

Довольно часто для решения одной и той же задачи существует несколько плагинных решений. Так, например, для правильного отображения интернет-адреса (URL) латинскими буквами, а не непонятными символами, можно использовать не только плагин **Cyr to Lat enhanced** (свыше 100 тыс. активных установок), но и плагин **Rus-To-Lat** (тоже более 100 тыс. активных установок). Он также автоматически преобразовывает кириллицу в латиницу, не требует настроек и бесплатен (рис. 1.26).



Рис. 1.26. Плагин **Rus-To-Lat**

Делаем ссылки короткими: плагин *Bring Back the Get Shortlink Button*

Ссылки не должны быть сильно нагружены. Поэтому при создании записей в их названии используйте не более четырех слов, чтобы ссылки не оказались слишком длинными. Это наилучший вариант для сайтов, так как позволяет выполнять одно из важнейших условий поисковой оптимизации: «Слишком длинные URL отрицательно влияют на SEO[2]». Сделать ссылки короткими можно, установив плагин **Bring Back the Get**

[2] SEO — Search Engine Optimization, поисковая оптимизация.

Shortlink Button. Плагин создает кнопку **Получить короткую ссылку**. Если в режиме редактирования записи вы увидите, что постоянная ссылка слишком длинная (более четырех слов), то сможете нажать на такую кнопку и укоротить ссылку.

Выполните в консоли команду **Плагины | Добавить новый**, найдите в поисковой строке плагин **Bring Back the Get Shortlink Button** (рис. 1.27), установите и активируйте его. Настроек это плагин не требует.



Рис. 1.27. Плагин **Bring Back the Get Shortlink Button**

Протокол SSH

Всегда желательно, чтобы сайт работал на протоколе SSH.

> ***Новый термин***
>
> *SSH* — сетевой протокол, предназначенный для безопасного удаленного доступа к сайту. Этот протокол эффективен тем, что шифрует всю передаваемую по Сети информацию. Таким образом, протокол SSH, установленный на сайте, служит для обеспечения безопасности передачи данных. Требование, чтобы сайт работал на протоколе SSH — т. е. чтобы информация передавалась по защищенному протоколу, — это требование поисковых систем и обязательное условие для успешного продвижения (раскрутки) сайта.

Доступ по SSH необходимо включить в разделе **Техническая информация** панели управления хостингом специальным переключателем (рис. 1.28). Однако эта возможность существует лишь на платном хостинге. В дальнейшем мы рассмотрим тему работы сайта на протоколе SSH более детально.

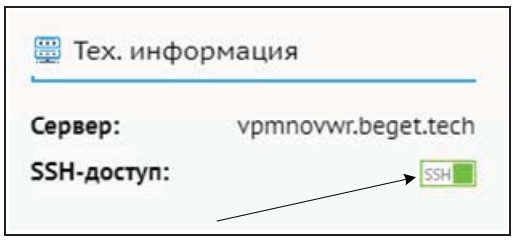


Рис. 1.28. Сетевой протокол SSH активен

ГЛАВА 2



Выбор и установка темы WordPress для сайта

Выбор темы (шаблона) очень важен не столько потому, что ваш сайт должен выглядеть красиво, но и главным образом потому, что от темы зависит его функциональность.

Бесплатный шаблон можно найти и скачать с официального сайта WordPress по адресу **https://ru.wordpress.org/themes/** (рис. 2.1). Здесь же имеет смысл зарегистрироваться. Установить тему (шаблон) можно как из библиотеки шаблонов в Интернете, так и из ZIP-архива.

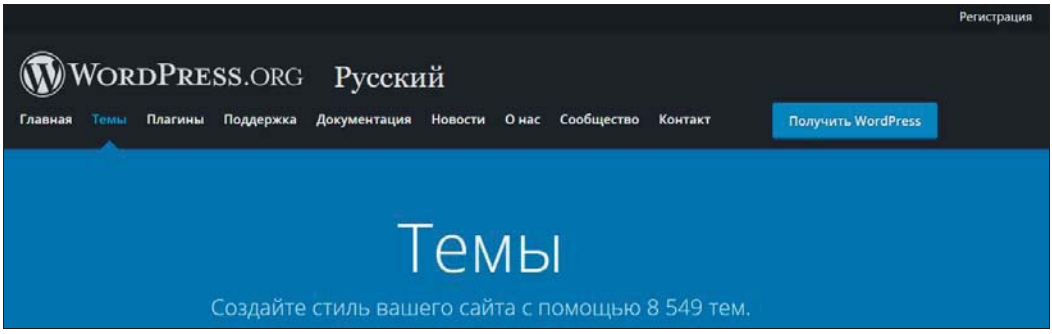


Рис. 2.1. WordPress.org — каталог шаблонов (тем)

Новичку лучше начинать с выбора простых и популярных тем — таких, например, как **Astra** (рис. 2.2).

Способ 1. Установка темы через поиск

Для установки темы войдите в панель администратора WP (консоль), перейдите в раздел **Внешний вид | Темы** и в меню **Темы** нажмите на кнопку **Добавить**. В открывшейся панели (рис. 2.3) вы можете нажать на кнопку **Фильтр характеристик** и искать темы по категориям (еда и напитки, образование и т. п.) или по определенным параметрам (две колонки, меню справа и пр.).

В поле **Поиск тем** вы должны найти подходящую для вас тему, установить ее (кнопка **Установить)** и просмотреть (кнопка **Просмотреть** позволяет выполнить ее предвари-

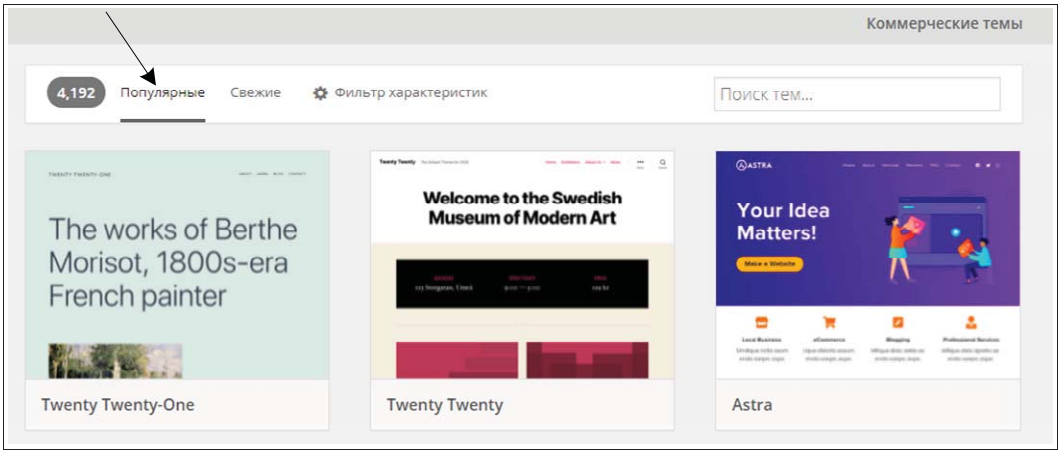


Рис. 2.2. Три популярные темы, стоящие первыми в списке тем WP

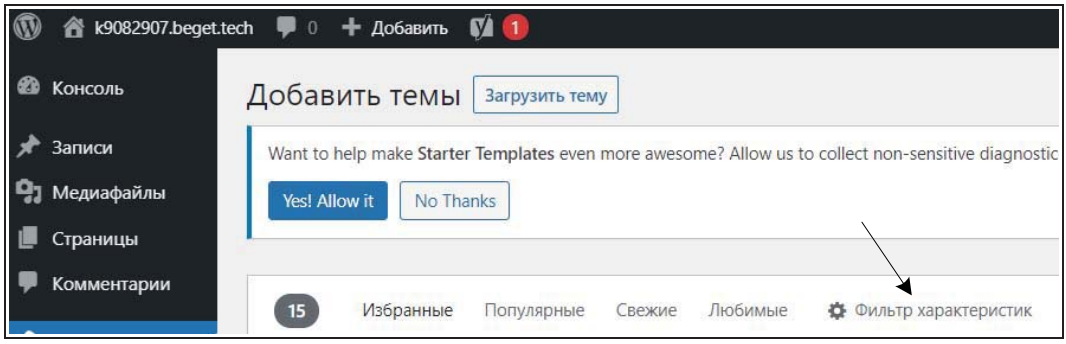


Рис. 2.3. Панель **Добавить темы**: кнопка **Фильтр характеристик**

тельный просмотр). Если выбранная тема вам подходит, нажмите кнопки **Активировать** и **Опубликовать** тему.

Способ 2. Устанавливаем тему из ZIP-архива

Темы (шаблоны) бывают платные (премиум) и бесплатные. У платных тем есть следующие достоинства:

- премиум-темы сделают дизайн вашего сайта уникальным;
- платные шаблоны имеют более качественный код, чем бесплатные. Следовательно, с ними будет возникать меньше проблем (ошибок);
- платные шаблоны, как правило, поддерживаются и обновляются разработчиками — т. е. при возникновения каких-либо вопросов у вас всегда будет, к кому обратиться.

Главный недостаток платной темы — то, что она платная. Поэтому на вопрос: «Стоит ли платить за тему WordPress?» однозначного ответа не существует.

Если вы приобретаете премиум-шаблон (платный) в Интернете или скачиваете тему с какого-нибудь сайта, то вы, как правило, получаете ZIP-архив. Для установки темы из

архива зайдите в панель администратора и выполните цепочку команд **Внешний вид | Темы | Добавить | Загрузить тему | Выберите файл | Установить** (рис. 2.4). После установки темы ее следует активировать.

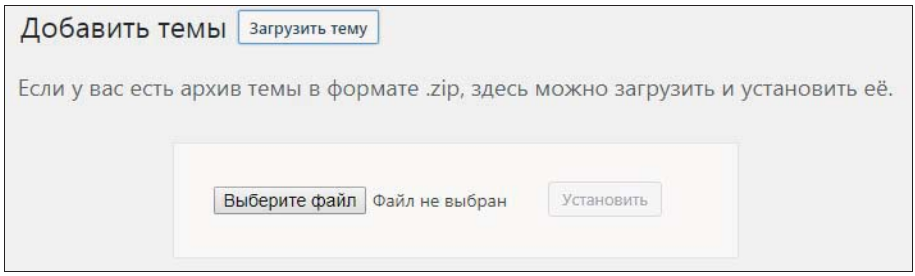


Рис. 2.4. Добавление темы из архива

На что обратить внимание при выборе темы WordPress?

Давайте рассмотрим несколько параметров для проверки выбранной вами темы.

Никто не любит медленные веб-сайты

Очевидно, что чем выше скорость работы сайта, тем лучше. Получить примерное представление о скорости загрузки темы можно с помощью различных онлайн-сервисов — например, сервиса **PageSpeed Insights** (рис. 2.5).

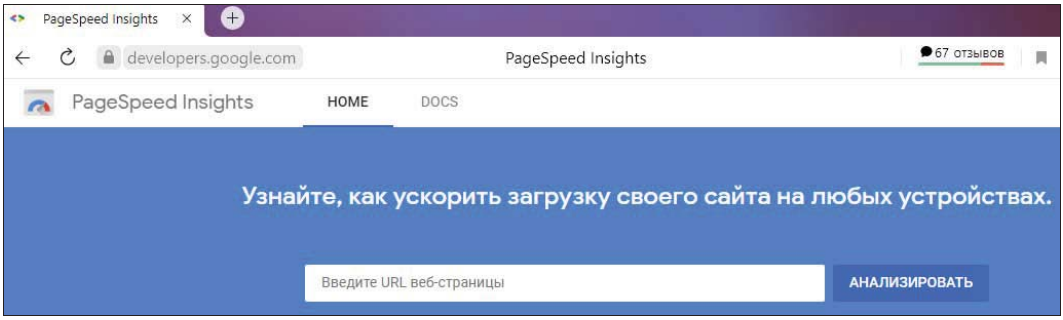


Рис. 2.5. Главная страница сайта **PageSpeed Insights**

Для проверки скорости работы вашего сайта перейдите по ссылке **https://pagespeed.web.dev** и введите интернет-адрес (URL) сайта в предназначенное для этого поле сервиса. На рис. 2.6 для примера показан результат проверки скорости сайта, расположенного по адресу **http://k9082907.beget.tech/**. Как можно видеть, скорость его работы находится в пределах средних значений.

Другой аналогичный сервис — **Pingdom** — расположен по адресу **https://tools.pingdom.com/**. Помимо выдачи результатов тестирования от также выдает рекомендации по повышению скорости работы сайта (рис. 2.7).

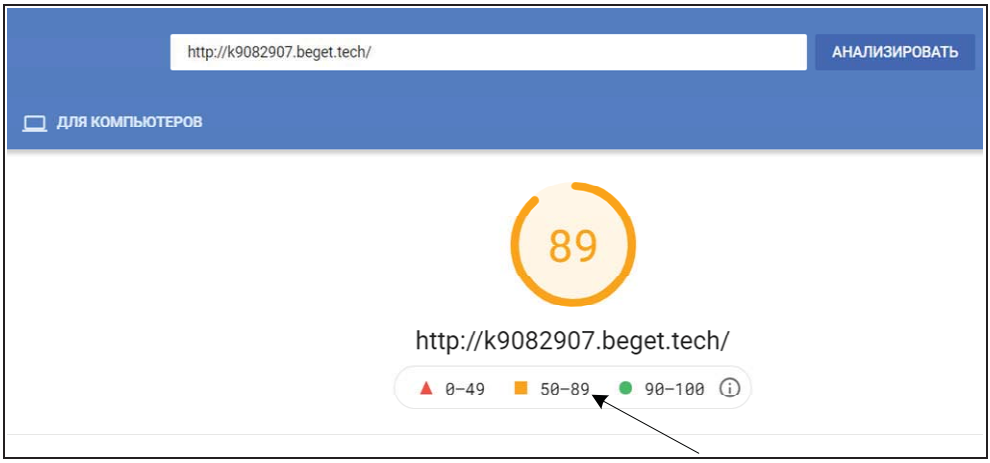


Рис. 2.6. Тестирование скорости сайта на сервисе **PageSpeed Insights**



Рис. 2.7. Советы по повышению скорости работы сайта от сервиса **Pingdom**

Примечание

Детально изучать упомянутые здесь сервисы мы не станем — все в их работе понятно интуитивно.

Валидность шаблона

Шаблон (тему) стоит проверить на *валидность* — т. е. на его соответствие нормам, принятым Консорциумом Всемирной паутины (W3C). Нормы W3C — это единые технические стандарты, по которым должны быть созданы программы и документы, которые внедряются в Интернет. Попросту говоря, в шаблоне не должно быть ошибок в коде. Проверить валидность шаблона можно с помощью сервисов-валидаторов. Далее мы рассмотрим несколько таких сервисов.

Валидатор *validator.w3.org*

На рис. 2.8 показана главная страница сервиса **validator.w3.org**, осуществляющего проверки валидности кода сайта. Тут все просто: вводите в поле **Адрес** интернет-адрес (URL) сайта и нажимаете кнопку **Проверять**.

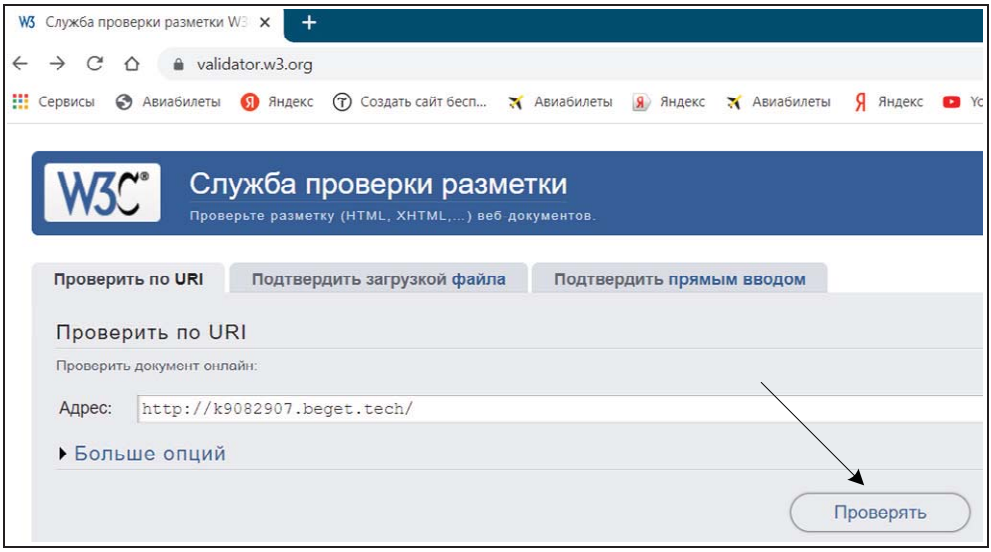


Рис. 2.8. Пример проверки сайта на валидность кода на сервисе **validator.w3.org**

Валидатор *jigsaw.w3.org/css-validator*

А вот и другой аналогичный сервис для проверки валидности кода сайта (рис. 2.9).

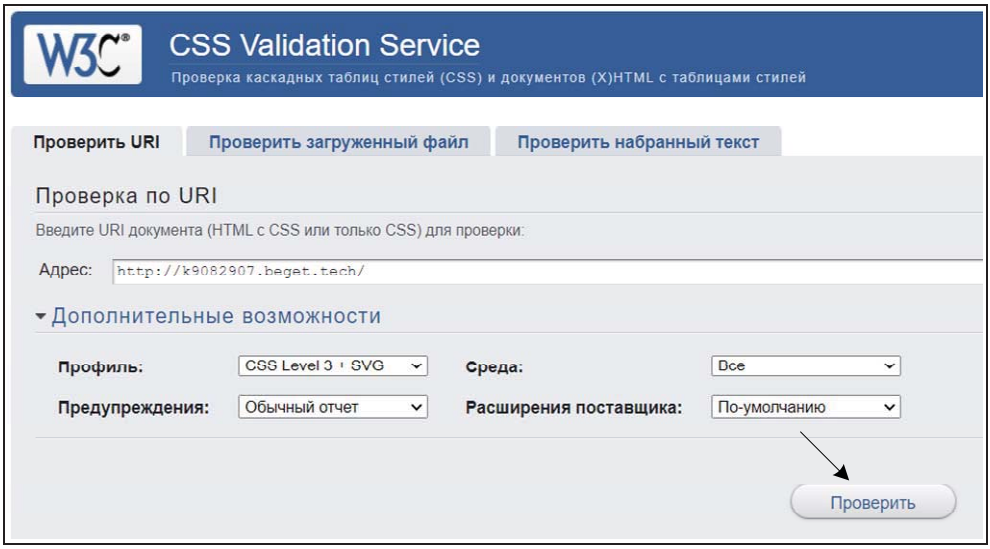


Рис. 2.9. На ошибки в коде сайт **http://k9082907.beget.tech/** проверяется на сервисе **jigsaw.w3.org/css-validator**

Совет

Оба представленных здесь сервиса не только оценивают валидность, но и указывают на конкретные ошибки, которые нужно исправить. Однако рядовой пользователь WordPress, не знающий HTML, CSS и PHP, вряд ли сможет самостоятельно исправить найденные ошибки. Поэтому, если выбранный вами шаблон не проходит проверку на валидность, вам остается только поискать более правильный шаблон.

Адаптивность шаблона

Важным показателем хорошего сайта является его *адаптивность* — уровень подготовленности сайта для отображения мобильными устройствами. Если пользователь заходит в Сеть с помощью смартфона, а ваш сайт не адаптивен, то вы потеряете посетителя. Проверить, адаптирована ли ваша тема, можно на сервисе **google.com/webmasters/tools/mobile-friendly**. На рис. 2.10 показан пример ситуации, когда страница сайте не признана этим сервисом адаптированной (оптимизированной) для мобильных устройств, а на рис. 2.11 — показана обратная ситуация.

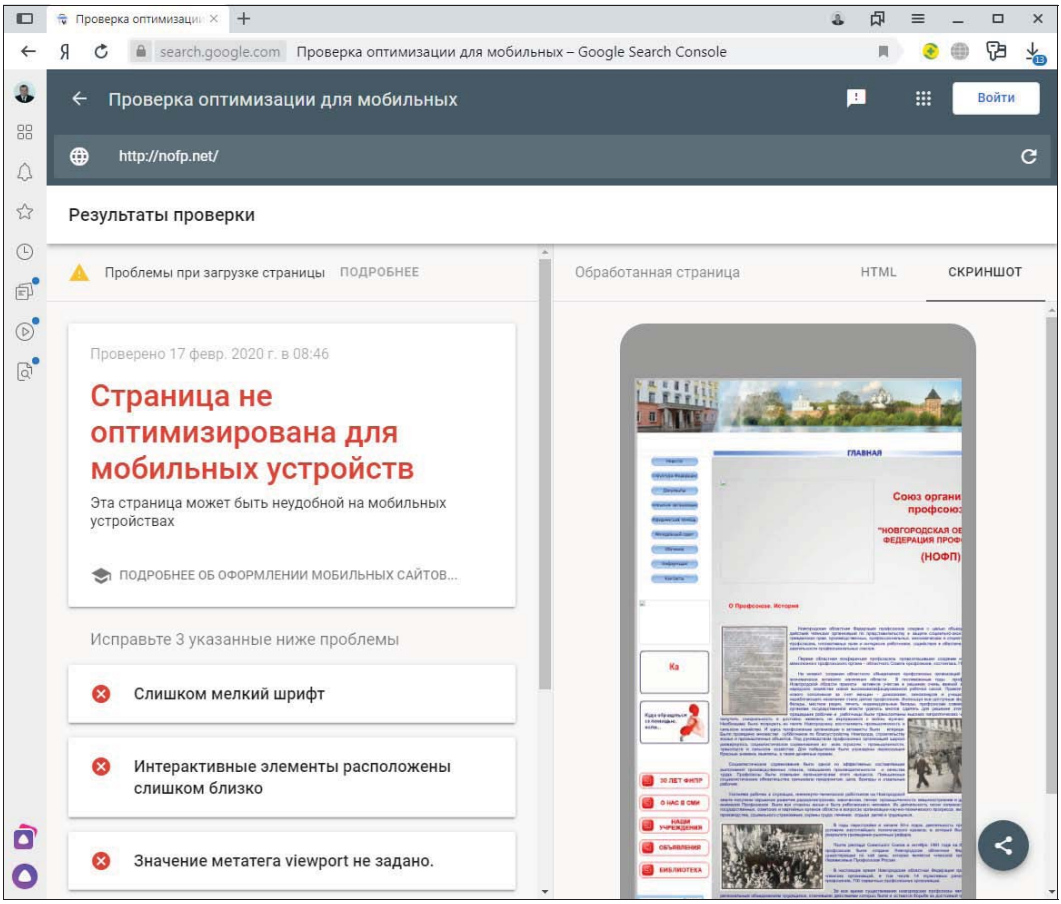


Рис. 2.10. Тема не признана адаптивной (оптимизированной для мобильных устройств)

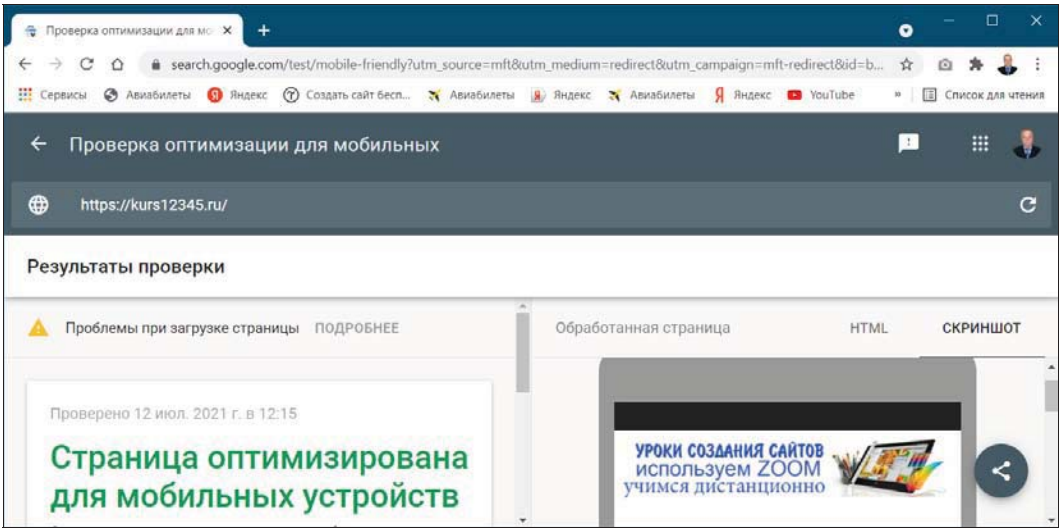


Рис. 2.11. Тема признана адаптивной

Убираем из шаблона рекламную фразу «Сайт работает на WordPress» или аналогичную

Иногда авторы шаблонов вставляют в подвал темы свою рекламную информацию. Здесь мы рассмотрим способы удаления/замены ненужного нам текста в нижней части сайтов — т. е. в нижнем колонтитуле (подвале).

Используем редактор тем

В старых темах эта и подобные ей фразы прятали в коде файла footer.php. На рис. 2.12 показан не нужный нам текст в теме **wp_real_estate**, который имеет смысл убрать или заменить на свой.



Рис. 2.12. Этот текст имеет смысл удалить

Убрать этот текст можно в консоли движка WP. Для этого выполните команду: **Внешний вид | Редактор тем | Подвал**, затем удалите из открывшегося в поле редактора тем кода (рис. 2.13) строку:

```
<a href="http://wp-templates.ru/">Русские шаблоны wordpress</a>
```

после чего обновите файл footer.php.



Рис. 2.13. Удаление фразы **Русские шаблоны wordpress**

Вывод копирайта (указателя ваших авторских прав)

Вы можете не просто убрать фразу «Сайт работает на WordPress» или аналогичную, но и заменить этот текст на свой копирайт — вместо удаленной фразы вставить, например, такой текст: **Copyright © Все права защищены. Копирование контента без ссылки на этот сайт запрещено!**

Чтобы сделать это, в блок кода в окне редактора тем, открывающийся тегом `div` с классом `.site-info`, вставьте следующий код:

```
&copy 2022 — <?php echo date ('Y') ?><a href="<?php echo home_url ( '/' ); ?>"
title="<?php echo esc_attr ( get_bloginfo ( 'name', 'display' ) ); ?>" rel="home">
<?php bloginfo ( 'name' ); ?></a><br>Копирование материалов без ссылки на этот сайт
запрещено!</div>
```

Давайте разберемся с общим смыслом этого кода:

- `&copy` — знак копирайта (©);
- `2022` — год основания вашего веб-ресурса;
- `<?php echo date ('Y') ?>` — строка, отвечающая за выведение текущего года;
- далее следует содержимое, которое помещено в теги `<a></a>`. Здесь с помощью кода на языке PHP отображается ссылка в виде названия сайта, ведущая на его главную страницу;
- после тега `<br>`, который инициирует переход на новую строку, идет произвольный текст, который вы можете изменять по своему усмотрению.

> ***Новый термин***
>
> *PHP* — язык программирования, аббревиатура от Personal Home Page Tools (Инструменты для создания персональных веб-страниц). В настоящее время PHP признан одним из самых популярных языков для создания динамических веб-сайтов и поддерживается всеми хостинг-провайдерами.

Используем плагин *Remove «Powered by WordPress»*

Использование редактора тем — не единственный способ удалить лишний текст в подвале (нижнем колонтитуле). Иногда удается это сделать с помощью плагина **Remove «Powered by WordPress»** (рис. 2.14), хотя в некоторых темах он не срабатывает и приходится искать другие методы работы.



Рис. 2.14. Плагин **Remove «Powered by WordPress»**

Поскольку начинающий пользователь вряд ли станет разбираться с PHP-кодом темы, то давайте на примере темы **Twenty Twenty-One** посмотрим, как можно убрать лишний текст (рис. 2.15) из нижней части шаблона с помощью плагина **Remove Powered by WordPress**.

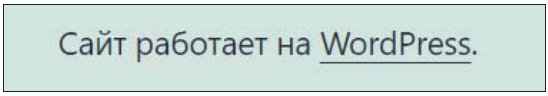


Рис. 2.15. Ненужный нам текст в нижней части темы **Twenty Twenty-One**

Сначала устанавливаем и активируем плагин **Remove Powered by WordPress**. Затем выполняем команду **Внешний вид | Темы | Настроить** и переходим в раздел **Настройка Theme Options** (рис. 2.16). Активируем здесь флажок **Remove Powered by WordPress** и нажимаем на кнопку **Опубликовать.** Все — задача решена.

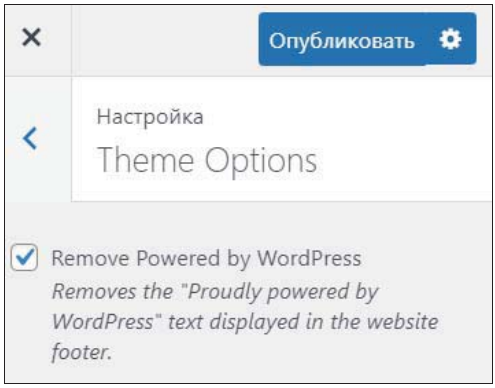


Рис. 2.16. В области с флажком устанавливаем его и наблюдаем, как запись **Сайт работает на WordPress** исчезает

Редактируем нижний колонтитул с помощью плагина *Remove Footer Credit*

Это один из лучших способов работы с ненужным вам текстом в шаблоне, расположенном в нижнем колонтитуле. Установите и активируйте плагин **Remove Footer Credit** (рис. 2.17).



Рис. 2.17. Плагин **Remove Footer Credit**

В консоли перейдите в раздел **Инструменты | Remove Footer Credit** (Удалить кредит в нижнем колонтитуле). Введите текст, который вы хотите удалить, в верхнее текстовое поле (рис. 2.18, *вверху*). Затем добавьте свой собственный текст нижнего колонтитула в нижнее текстовое поле (рис. 2.18, *внизу*) и щелкните на кнопке **Save** (Сохранить).

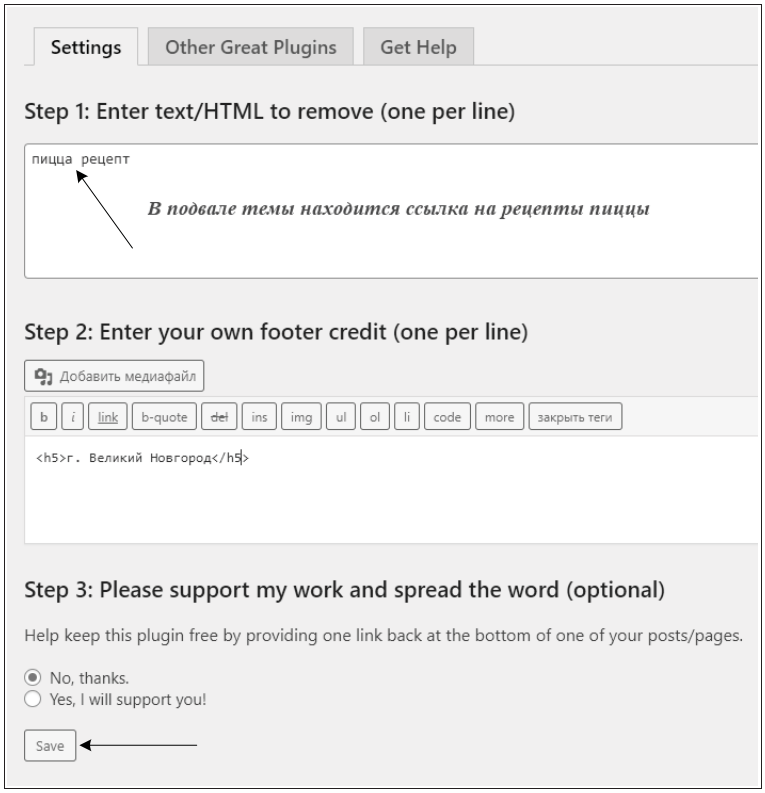


Рис. 2.18. Заменяем рекламную ссылку в подвале своим текстом

Редактируем PHP-код в WordPress с помощью плагина *Code Snippets*

Плагин **Code Snippets** (фрагменты кода) — это один из самых простых способов добавить (или убрать) фрагменты PHP на сайте WordPress. Вы можете активировать и деактивировать определенные фрагменты, а также добавлять комментарии к ним.

> ***Внимание!***
>
> При редактировании кода в файле *functions.php* вашей темы даже небольшая ошибка может сломать ваш сайт и сделать его недоступным.

Сначала находим, устанавливаем и активируем этот плагин (рис. 2.19).

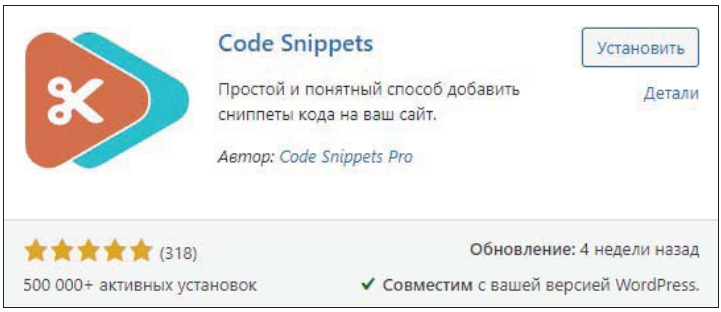


Рис. 2.19. Плагин **Code Snippets**

После активации плагин добавит новый пункт с надписью **Сниппеты** в панель администратора WordPress. Нажав на него, вы увидите список всех пользовательских фрагментов кода, которые вы сохранили на своем сайте (изначально список будет пустым).

> ***Новый термин***
>
> *Сниппет* (от *англ.* snippet — отрывок) — это информационный блок, который состоит из заголовка и описания страницы. Он также может содержать дополнительную информацию. Применительно к WordPress сниппет — это небольшой фрагмент PHP-кода.

Давайте рассмотрим работу плагина **Code Snippets** на примере редактирования кода темы **GeneratePress**. В этой теме для сайта на WordPress в подвале имеется строка: **Создано в GeneratePress** (рис. 2.20).

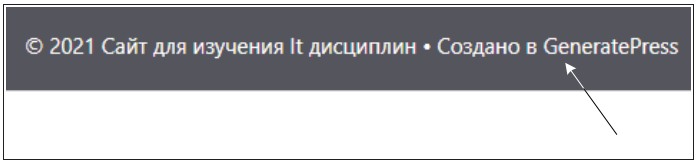


Рис. 2.20. Текст подвала в теме **GeneratePress**

Отредактируем эту строку, для чего в консоли для плагина **Code Snippets** через его меню добавим такой сниппет:

```
add_filter( 'generate_copyright','tu_custom_copyright' );
function tu_custom_copyright() {
    ?>
```

```
// Здесь пишем свой текст об авторской информации для сайта.
    <?php
}
```

На рис. 2.21 показано, как это действие выглядит в окне **Редактирование сниппета**, а результат редактирования приведен на рис. 2.22.

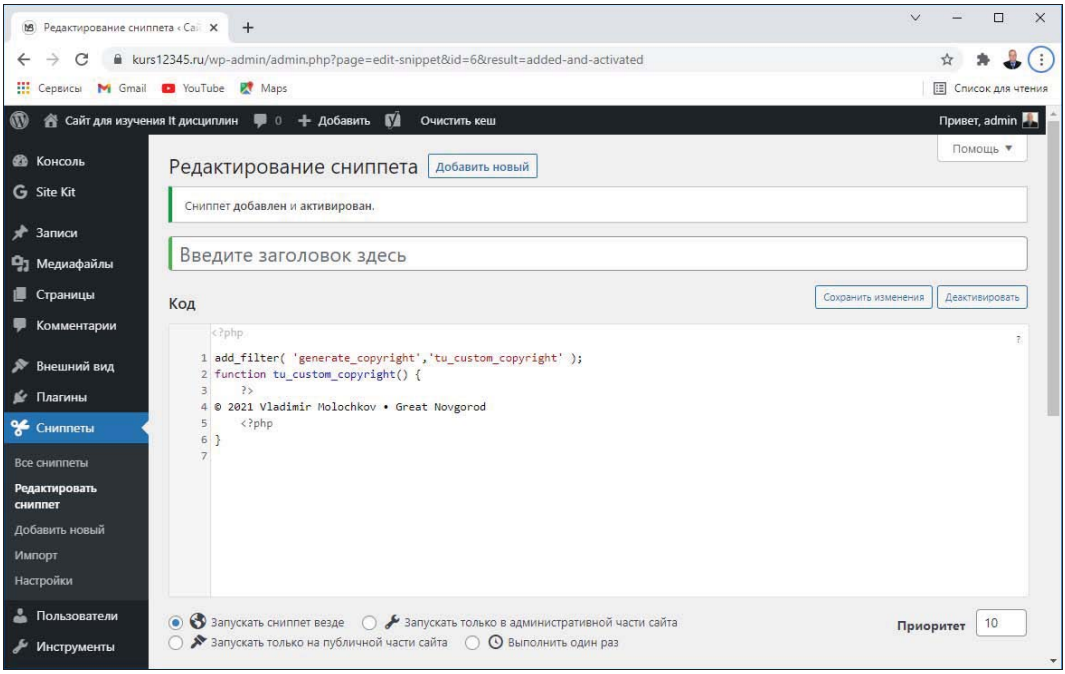


Рис. 2.21. Окно **Редактирование сниппета**

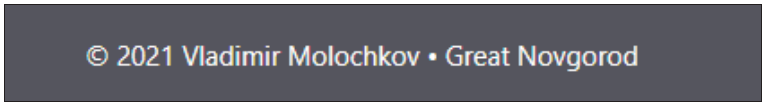


Рис. 2.22. Текст в подвале сайта изменен

Законно ли убирать копирайты WordPress из подвала?

WordPress — программа бесплатная и выпускается под лицензией General Public License (GPL). Эта лицензия предоставляет вам свободу использования и модификации WordPress. Любая тема или плагин WordPress, которые вы скачаете в официальном каталоге WordPress.org, а также многие коммерческие темы WordPress тоже выпускаются под этой лицензией.

Поэтому у вас есть все права делать со своим сайтом что угодно, в том числе и убирать ссылки из подвала. В частности, шаблон темы **GeneratePress**, который мы только что отредактировали, также предоставляется в соответствии с лицензией GNU GPL.

Проверка темы плагином *Theme Authenticity Checker*

Плагин **Theme Authenticity Checker** (TAC) ищет в исходных файлах каждой установленной темы признаки вредоносного кода. Если такой код найден, TAC отображает путь к файлу темы, номер строки и небольшой фрагмент подозрительного кода. Скачать плагин TAC можно с официального сайта по ссылке **wordpress.org/plugins/tac**, а также найти в консольном поиске (рис. 2.23).



Рис. 2.23. Плагин **Theme Authenticity Checker (TAC)**

Итак, ищем, устанавливаем и активируем этот плагин. Как уже отмечалось, он сканирует все файлы темы на наличие потенциально вредоносного или нежелательного кода. Для работы с плагином в разделе **Внешний вид** перейдите на вкладку **TAC** (рис. 2.24) —

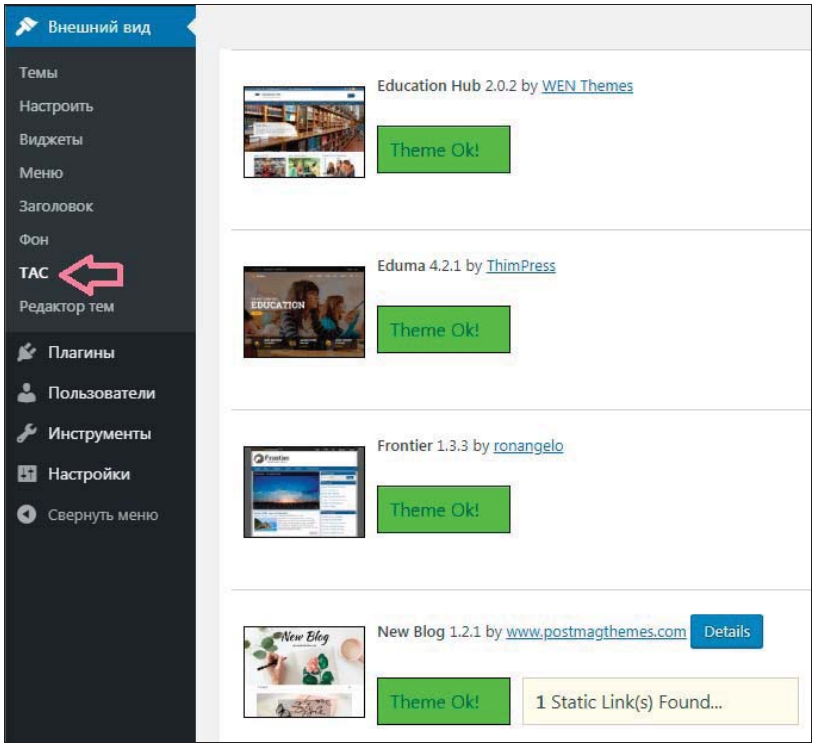


Рис. 2.24. У темы **New Blog** выявилась проблема

плагин автоматически определит, все ли в порядке с вашей и другими доступными для установки темами. Как можно видеть, у темы **New Blog** выявилась проблема по части одной ссылки. Изучение отмеченной плагином ссылки показывает, что это реклама (рис. 2.25).



Рис. 2.25. Рекламная ссылка на сайт **www.postmaghtmes.com** в теме **New Blog**

Уточнить проблему можно, нажав на кнопку **Details** (Детали), — TAC покажет, в какой части шаблона находится ссылка, — в файле footer.php (рис. 2.26). Это подвал — т. е. нижняя часть сайта. Оттуда нам и предстоит эту ссылку удалить. Для этого глубоких знаний программирования не потребуется. В разделе консоли **Внешний вид** откройте вкладку **Редактор тем** (рис. 2.27) и в поле справа вверху (поз. 1) выберите для изменения файлы темы **New Blog** (поз. 2).

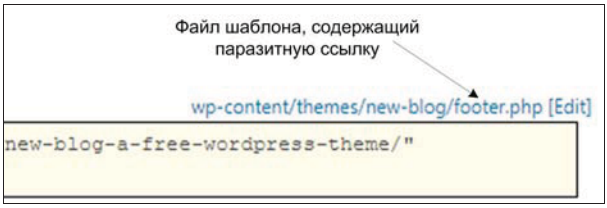


Рис. 2.26. Рекламная ссылка находится в подвале сайта

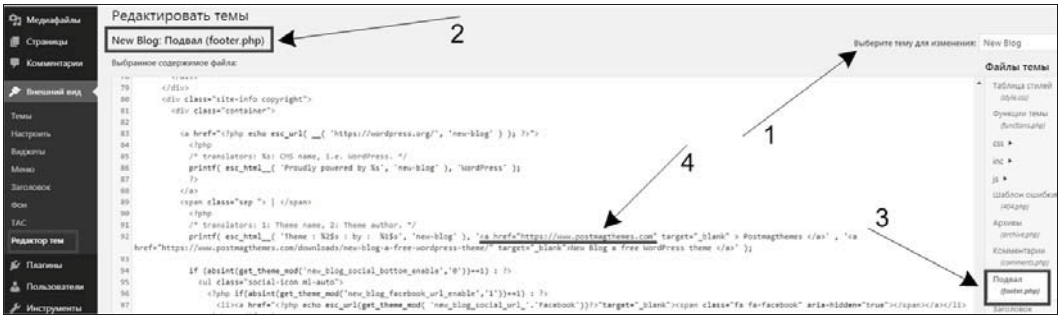


Рис. 2.27. Редактируем код темы **New Blog**

Затем найдите в коде файла footer.php (поз. 3) ссылку на сайт **www.postmaghtmes.com** (поз. 4). Все, что записано в коде про этот сайт, нужно удалить:

```
printf( esc_html__( 'Theme : %2$s : by :  %1$s', 'new-blog' ),
'<a href="https://www.postmagthemes.com" target="_blank" > Postmagthemes </a>' ,
'<a href="https://www.postmagthemes.com/downloads/new-blog-a-free-wordpress-theme/"
target="_blank">New Blog a free WordPress theme </a>' );
```

Удалив рекламную ссылку, в нижней части окна нажмите на кнопку **Обновить файл**. После получения сообщения о том, что файл footer.php успешно изменен, проверьте, как теперь работает сайт **New Blog**. Как можно видеть на рис. 2.28 — желаемый результат достигнут.



Рис. 2.28. Посторонняя (ненужная нам) ссылка удалена

Организуем скачивание архивов с сайта по паролю

Плагин **Менеджер загрузок WordPress** (Download Manager) снабжен всеми необходимыми функциями для того, чтобы организовать на сайте удобное скачивание архивных и других файлов, продажу цифровых продуктов, защиту документов паролем, и многими другими. Плагин можно скачать по ссылке: **https://wordpress.org/plugins/download-manager/** или найти в поисковой строке, после чего установить его и активировать (рис. 2.29). После активации плагина в консоли появится новый раздел **Загрузки** и ряд его команд (рис. 2.30).

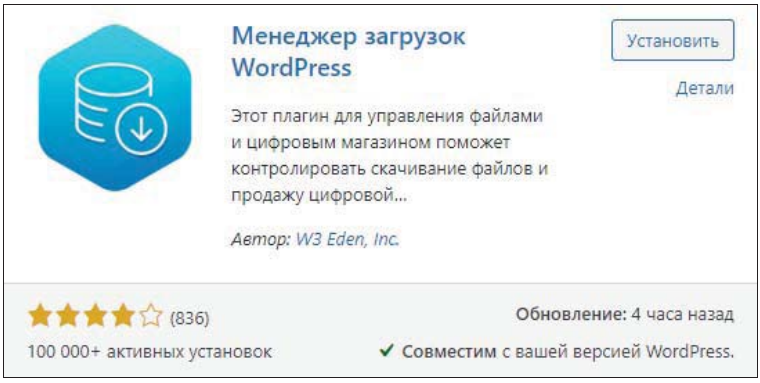


Рис. 2.29. Плагин **Менеджер загрузок WordPress**

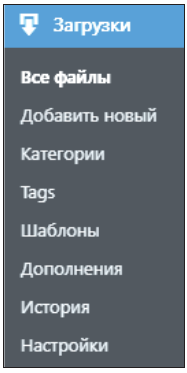


Рис. 2.30. Раздел и команды плагина **Download Manager**

Чтобы организовать скачивание файлов с вашего сайта, выполните команду **Добавить новый**. В открывшемся окне добавления нового файла редактора загрузок (рис. 2.31) в верхнем поле введите заголовок, а ниже приведите краткое описание содержимого архивного файла. При таком задании скачивания загрузка на сайте будет выглядеть, как показано на рис. 2.32.

Однако можно оформить скачивание не через ссылку, а через кнопку. Для этого после выполнения команды **Добавить новый** перейдите в правую часть окна и нажмите

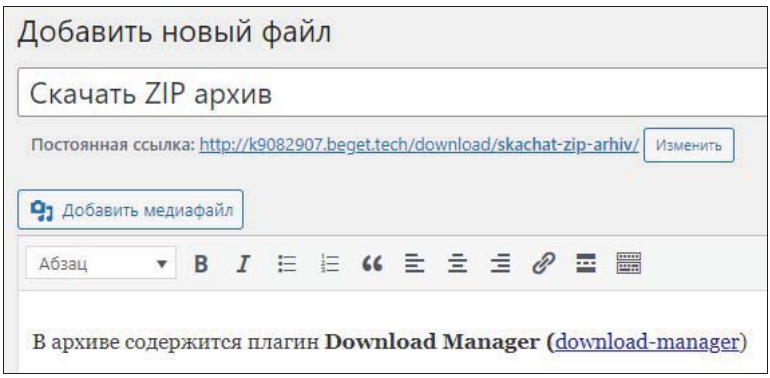


Рис. 2.31. Добавление нового файла в редакторе загрузок (показан фрагмент окна редактора загрузок)



Рис. 2.32. Вариант оформления скачивания с сайта через ссылку

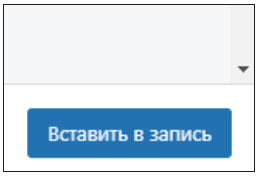


Рис. 2.33. Кнопка **Вставить в запись**

кнопку **Вставить в запись** (рис. 2.33), после чего на вкладке **Выбрать из библиотеки медиа** выберите для скачивания файл из библиотеки медиафайлов (рис. 2.34). Нажав там же на кнопку **Просмотреть,** можно увидеть, как загрузка ZIP-архива будет смотреться на вашем сайте (рис. 2.35).

В нижней части окна редактора загрузок можно настроить параметры скачивания файла. Например, добавить к медиафайлу значок или заблокировать скачивание файлов, задав пароль (рис. 2.36). Такой вариант удобен, например, при платном скачивании файлов: заплатил — получи пароль.

Выполнив необходимые настройки, нажмите на кнопку **Опубликовать** и перейдите в раздел **Загрузки**. Здесь вы увидите созданную вами закачку, а также ее шорткод (рис. 2.37).

> ***Новый термин***
>
> *Шорткод* (Shortcode) — это короткий код, заключенный в квадратные скобки. Он позволяет выполнить работу какой-либо функции WordPress в месте его вставки. Такой короткий код заменяет в WordPress вызов длинного сценария PHP-кода, что очень удобно. Например, шорткод `[supsystic-gallery id='1']` позволяет вывести галерею внутри какого-либо поста.

Сопируйте этот шорткод и вставьте его в нужное вам место на странице сайта в блок **Шорткод** (рис. 2.38). После этого медиафайл, на который ведет шорткод, будет размещен на странице **Главная** вашего сайта (рис. 2.39). Теперь можно ввести пароль и скачивать архивный файл (рис. 2.40). Более подробную работу с шорткодами мы рассмотрим позднее.

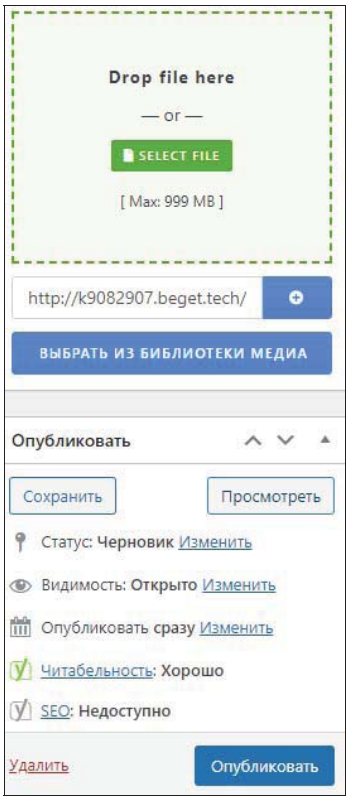


Рис. 2.34. Вариант оформления скачивания с сайта через кнопку

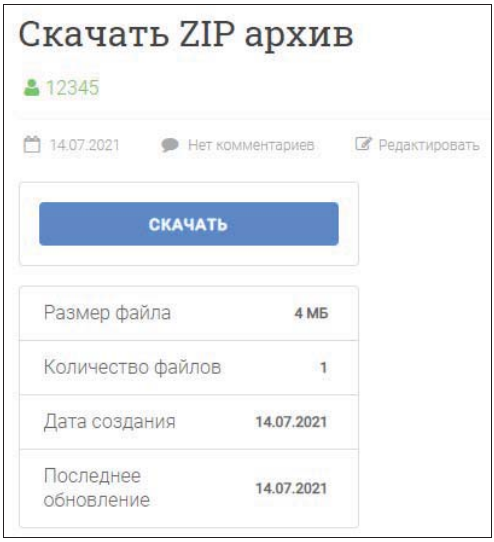


Рис. 2.35. Так будет выглядеть на вашем сайте скачивание архива через кнопку

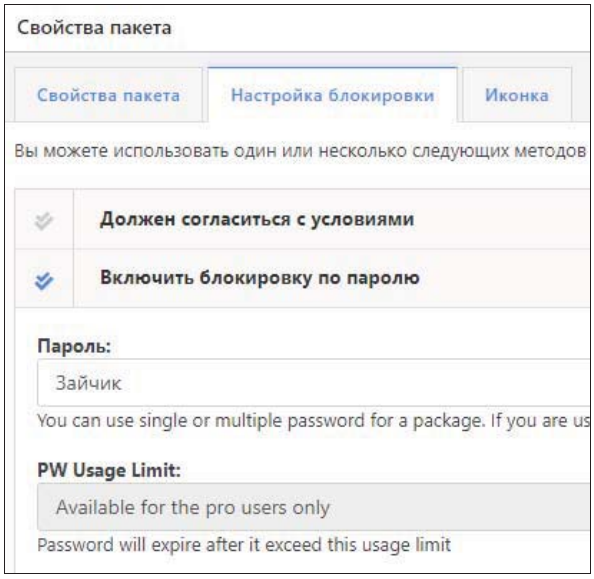


Рис. 2.36. Задаем скачивание по паролю

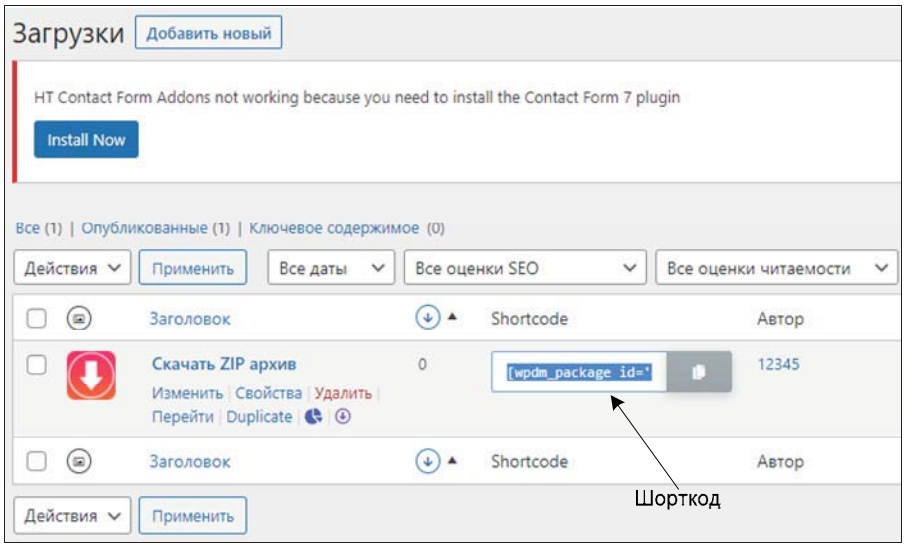


Рис. 2.37. Шорткод позволит организовать скачивание файла на любой записи или странице вашего сайта

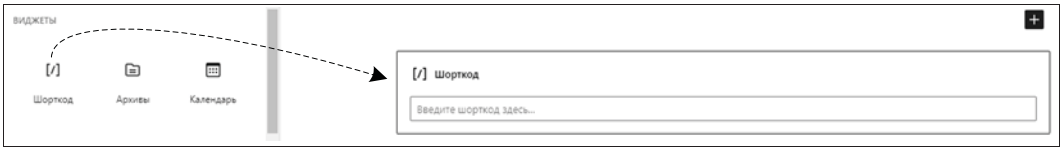


Рис. 2.38. Виджет (блок) **Шорткод**



Рис. 2.39. Медиафайл для скачивания размещен на странице **Главная**

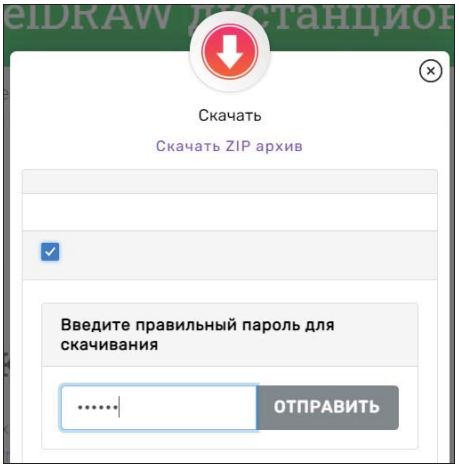


Рис. 2.40. Можно ввести пароль и скачивать архив

Кнопки соцсетей для сайта WordPress

С помощью кнопок соцсетей посетители вашего сайта могут делиться размещенными на нем статьями с друзьями и знакомыми. Соответственно в результате посещаемость вашего сайта будет расти. Для добавления на сайт кнопок соцсетей мы воспользуемся плагином **Яндекс Поделиться**.

В консоли выполните команду **Плагины | Добавить новый** и в строке поиска наберите название искомого плагина: **Яндекс Поделиться** (рис. 2.41). Установите его, активируйте и перейдите в его настройки (рис. 2.42).

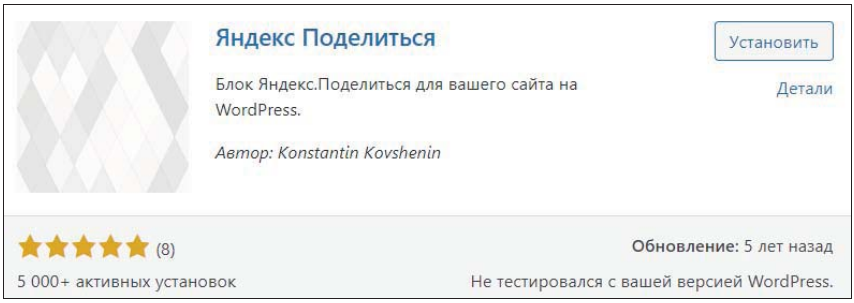


Рис. 2.41. Находим плагин **Яндекс Поделиться** методом поиска

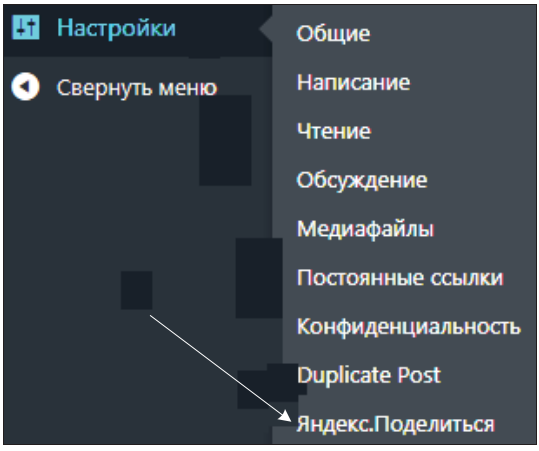


Рис. 2.42. Ссылка вызова настроек для **Яндекс Поделиться**

В настройках имеет смысл выбрать вид социальных кнопок: **Счетчик**. В этом случае значки будут крупнее, а также вы сможете проследить, насколько часто вашими статьями делятся люди. Так что в наборе сервисов активируйте флажки кнопок нужных вам соцсетей и нажмите на кнопку **Сохранить изменения** (рис. 2.43). Ваши ссылки на эти кнопки установятся автоматически. Как будут выглядеть выбранные вами кнопки на сайте, показано на рис. 2.44. Нажав на любую из этих кнопок, вы сможете отправлять информацию в соцсети своим фолловерам.

Новый термин

Фолловер — жаргонное название подписчика.

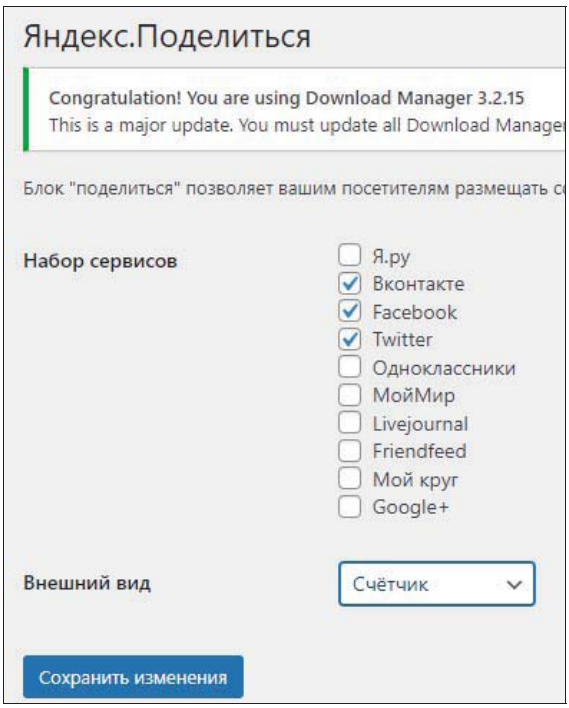


Рис. 2.43. Здесь можно выбрать нужные нам кнопки



Рис. 2.44. Так выглядят выбранные нами кнопки на сайте

ГЛАВА 3



Практический пример создания сайта на WordPress

В этой главе мы опишем работу по созданию сайта по теме «Обучение», размещенного на хостинге SprintHost, а также покажем, как наполнять сайт контентом.

Чтобы создать сайт WordPress нужно:

1. Зарегистрироваться на сайте хостинг-провайдера, выбрать подходящий тариф и купить хостинг.
2. Установить на хостинге CMS WordPress (WordPress устанавливается на хостинге из панели управления).
3. Приобрести и подключить к хостингу домен (имя сайта в Сети).

Как установить WP на хостинг, мы уже рассмотрели ранее (см. *главу 1*). Давайте теперь подробнее разберемся с настройками WP на примере сайта **http://kurs12345.ru/**.

Итак, набираем в адресной строке браузера адрес **http://kurs12345.ru/wp-admin/** и вводим данные нашего аккаунта (рис. 3.1).

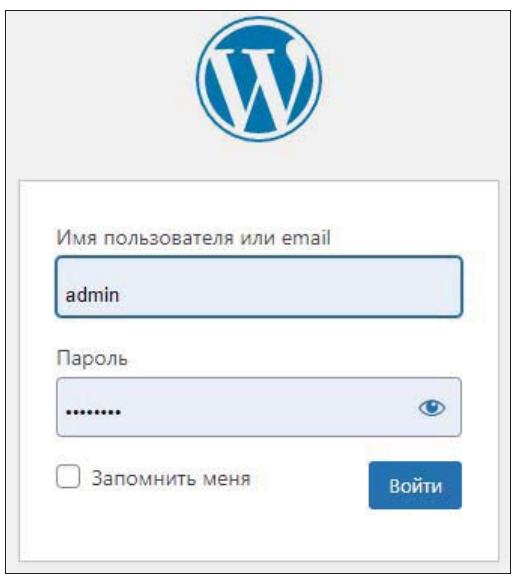


Рис. 3.1. Чтобы попасть в панель администратора сайта (консоль), вводим логин и пароль

Важные настройки WP после установки сайта на хостинг

В предыдущей главе мы уже коснулись темы основных настроек сайта WP. Теперь мы эту тему продолжим и углубим.

Общие настройки

В консоли выполняем команду **Настройки | Общие** и в поля открывшегося окна **Общие настройки** вносим следующие записи (рис. 3.2). Затем выполняем команду **Сохранить изменения**.

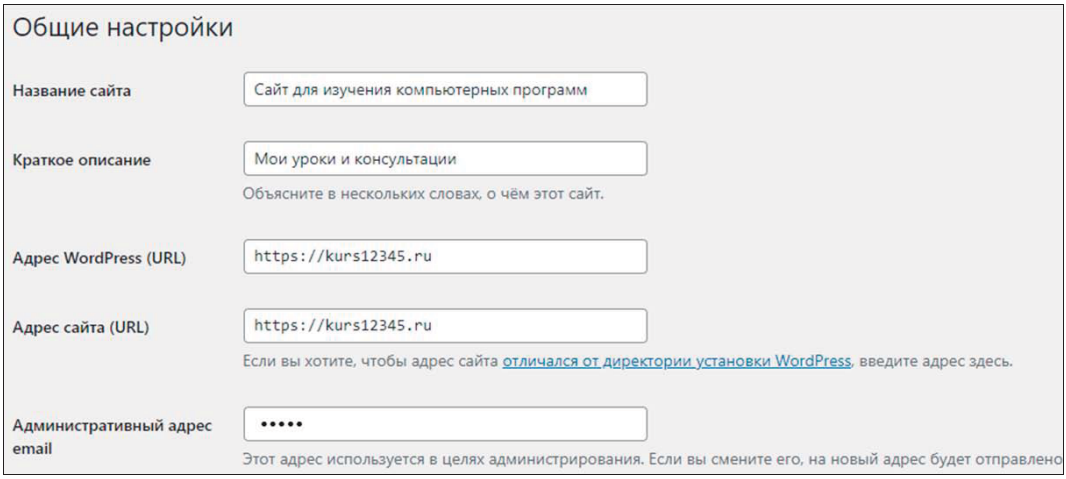


Рис. 3.2. Окно **Общие настройки**

Постоянные ссылки

В разделе **Настройки | Постоянные ссылки** оформляем вид ссылок на наш сайт в браузере так: **Категория (рубрика) | Статья** (рис. 3.3). Сохраняем изменения — структура постоянных ссылок изменена до такого вида:

`http://`*`имя сайта`*`/category/postname/`

Здесь: `category` — это рубрика, а `postname` — запись.



Рис. 3.3. Задаем вид ссылок на сайт

Пояснение

Структура интернет-адреса (URL) сайта WP такова:

- 1-й уровень (главный) — сайт. Например: **https://pp53zozh.ru/**.
- 2-й уровень — рубрики (категории).
  Например, **https://pp53zozh.ru/category/o-produktah**.
- 3-й уровень — статьи (записи).
  Например, **https://pp53zozh.ru/category/o-produktah/finiki**.
- 4-й уровень — ключевая фраза (ключевое слово).

Латинизация ссылок: плагин *Cyr to Lat enhanced*

Необходимость установки этого плагина связана с тем, что русскоязычные ссылки поисковики не читают. Поэтому все ссылки на сайте нужно «латинизировать». Без применения этого плагина ссылки на нашем сайте выглядят примерно так:

```
http://mariasite.ru/корпоративный-сайт-визитка/что-такое-сайт-визитка/
```

А после установки плагина та же ссылка станет выглядеть так:

```
http://mariasite.ru/korporativnyj-sajt-vizitka/chto-takoe-sajt-vizitka/
```

Плагин **Cyr to Lat enhanced** находим в консоли WP, устанавливаем и активируем (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Плагин **Cyr to Lat enhanced**

Установка темы для сайта

Если тема сайта у вас скачана на диск в виде ZIP-архива, то выполняем команду **Внешний вид | Темы | Добавить | Загрузить тему | Выбрать файл | Активировать** (рис. 3.5).

После установки и активации тему следует настроить. Для этого в консоли выполним команду **Frontier настройки** (рис. 3.6).

Как можно видеть, тема **Frontier** имеет широкие возможности по настройке, что, кстати, не каждая тема допускает.



Рис. 3.5. Выбрана и активна тема **Frontier**

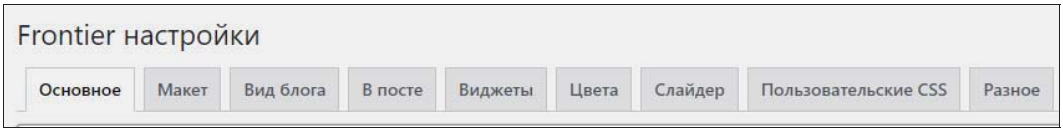


Рис. 3.6. В этом окне мы настроим некоторые из вкладок темы **Frontier**

Основное

На вкладке **Основное** окна **Frontier настройки** удаляем **Логотип Заголовка** (рис. 3.7) и нажимаем на кнопку **Сохранить**.

Затем убираем текст нижнего колонтитула (рис. 3.8) и сохраняем результат нажатием на кнопку **Сохранить**.

Макет

На вкладке **Макет** окна **Frontier настройки** выбираем вид макета сайта как двухколоночный, а также передвижением соответствующих движков указываем ширину контента и размер колонок (рис. 3.9). Нажимаем на кнопку **Сохранить**.

Цвета

На вкладке **Цвета** окна **Frontier настройки** мы цвета для сайта, установленные по умолчанию, менять не станем, но вы должны знать, что их можно изменить по желанию заказчика сайта.

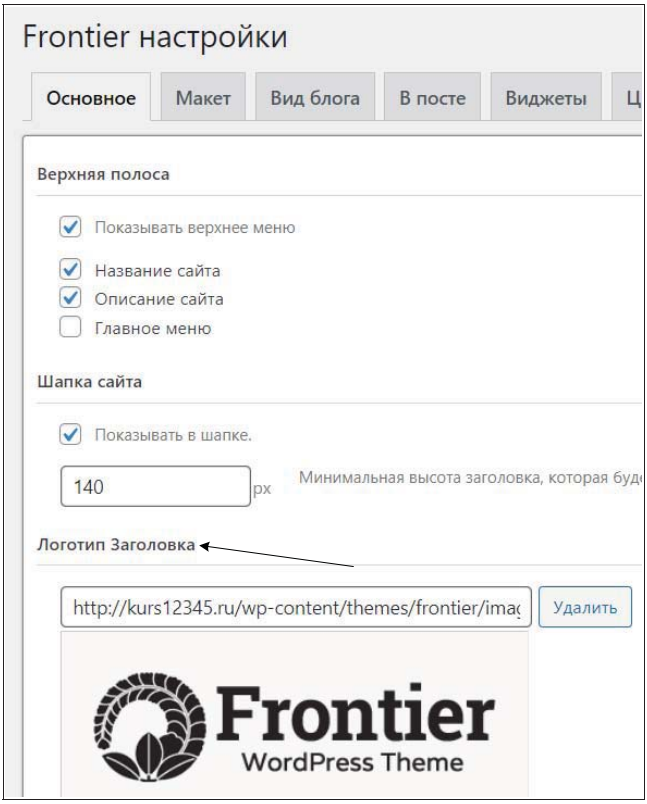


Рис. 3.7. Удаляем **Логотип Заголовка**



Рис. 3.8. Удаляем текст нижнего колонтитула

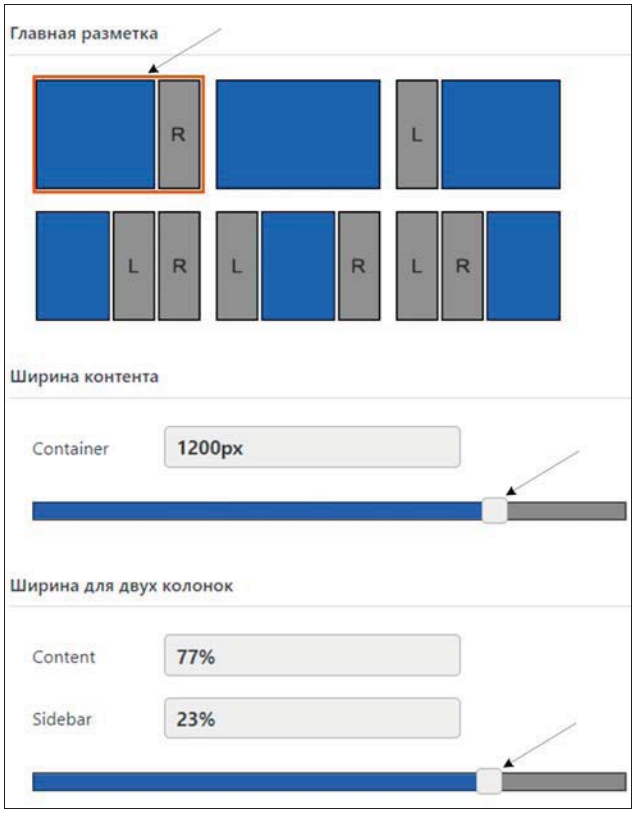


Рис. 3.9. Определяем вид макета

Разное

На вкладке **Разное** окна **Frontier настройки** убираем информацию об авторе темы, установив соответствующий флажок (рис. 3.10). Нажимаем на кнопку **Сохранить**.

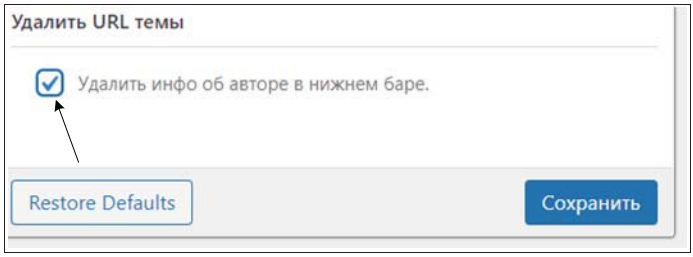


Рис. 3.10. Удаляем информацию об авторе темы

Настройка виджетов

Выполним команду **Внешний вид | Виджеты**. В этом разделе из колонки сайта **Сайдбар Правый** убираем блоки **Архивы** и **Мета** (рис. 3.11).

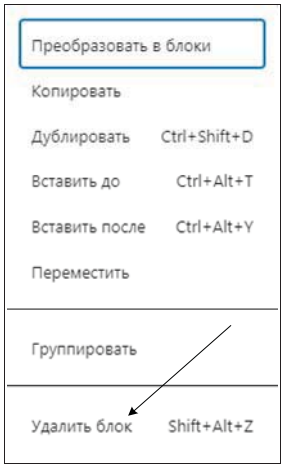


Рис. 3.11. Из правого сайдбара убираем лишние блоки



Рис. 3.12. Добавляем в правый сайдбар виджет **Последние записи**

Перетаскиванием мышью вправо (буксировкой) добавляем в **Сайдбар Правый** виджет **Последние записи** и нажимаем на кнопку **Сохранить** (рис. 3.12). В поле **Количество записей** на счетчике устанавливаем **3** (рис. 3.13). Фактически это будет количество новостей на сайте.

Примечание

На сайте пока записей видно не будет — они появятся по мере их написания и будут в правом сайдбаре выглядеть так, как показано на рис. 3.14.

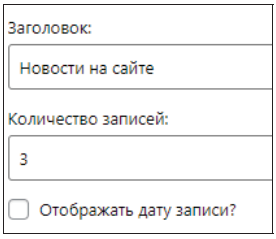


Рис. 3.13. Настраиваем виджет **Последние записи**



Рис. 3.14. Так будет смотреться на сайте виджет **Последние записи**

Перетаскиванием мышью вправо (буксировкой) добавляем в **Сайдбар Правый** виджет **Поиск (**рис. 3.15) и нажимаем на кнопку **Обновить**. Как это будет выглядеть на сайте, показано на рис. 3.16.

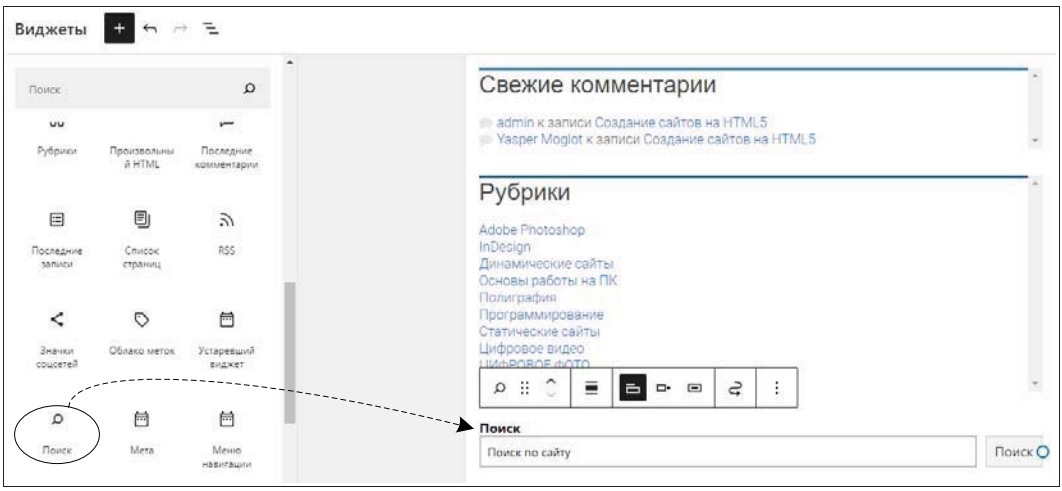


Рис. 3.15. Добавляем в правый сайдбар виджет **Поиск**



Рис. 3.16. Виджет **Поиск** размещен на сайте

Создание страниц сайта

Выполняем команду **Консоль | Страницы**, устанавливаем флажок **Заголовок**, выбираем в меню **Действия** пункт **Удалить** и нажимаем кнопку **Применить** (рис. 3.17). Все

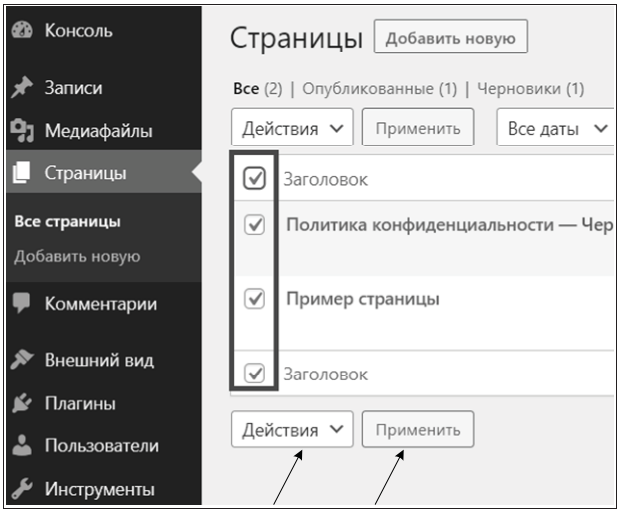


Рис. 3.17. Удаляем все старые страницы сайта

исходные страницы темы сайта будут помещены в корзину. Теперь корзину можно очистить — все, что было в теме по умолчанию, выбираем и удаляем навсегда.

Затем командой **Страницы | Добавить новую** добавляем новую страницу **Об авторе** (рис. 3.18). Кнопку **Опубликовать** надо нажать два раза. Снова выполняем команду **Страницы | Добавить новую** и создаем вторую страницу — с названием **О сайте** (рис. 3.19). Третью страницу назовем **Контакты** (рис. 3.20).

Как добавленные нами страницы будут выглядеть на сайте, показано на рис. 3.21.

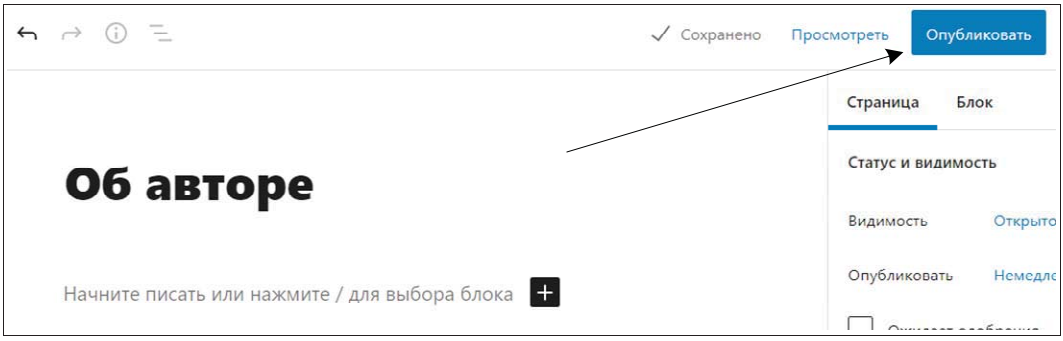


Рис. 3.18. Создаем страницу **Об авторе**

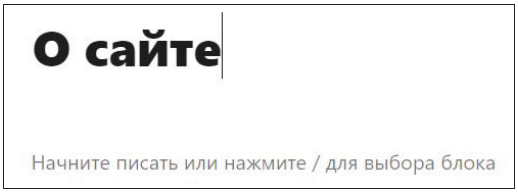


Рис. 3.19. Создаем страницу **О сайте**



Рис. 3.20. Третью страницу назовем **Контакты**

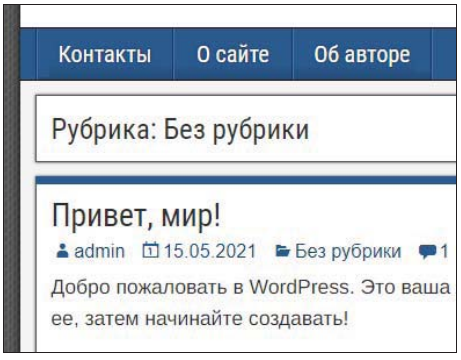


Рис. 3.21. Так — в виде кнопок меню — добавленные нами страницы будут выглядеть на сайте

Настройка меню: плагин *Простая сортировка страниц*

Чтобы менять кнопки местами в нужном нам смысловом порядке, нам понадобится плагин **Простая сортировка страниц** — в консоли выполняем команду **Плагины | Добавить новый**, ищем плагин **Простая сортировка страниц** (Simple page ordering)**,** устанавливаем его и активируем (рис. 3.22).

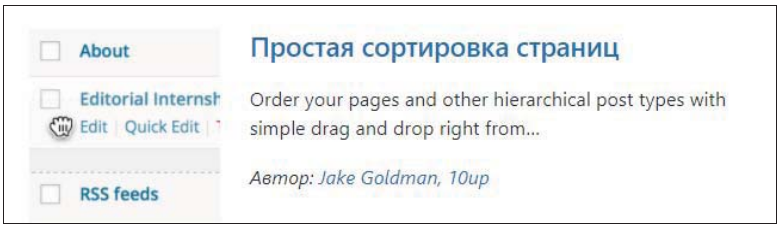


Рис. 3.22. Этот плагин необходимо установить и активировать

Теперь, выполнив команду **Консоль | Страницы**, мы можем изменять порядок страниц буксировкой их кнопок в нужную нам последовательность (рис. 3.23).

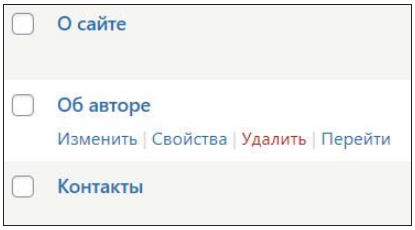


Рис. 3.23. Здесь можно изменять порядок следования страниц на сайте

Установка формы *Контакты*: плагин *Contact Form by BestWebSoft*

Для установки формы **Контакты** нам понадобится плагин **Contact Form by BestWebSoft** — в консоли выполняем команду **Плагины | Добавить** новый, ищем этот плагин, устанавливаем его и активируем (рис. 3.24).

> ***Совет***
>
> Обратите внимание, что подобных плагинов много, и поэтому выбирать нужно внимательно и именно тот, о котором идет речь.

Затем в консоли ищем **Contact Form** и копируем шорткод этой формы в буфер обмена ПК (рис. 3.25). После чего в консоли выполняем команду **Страницы | Контакты**, вставляем на страницу **Контакты** шорткод и нажимаем на кнопку **Обновить** (рис. 3.26).

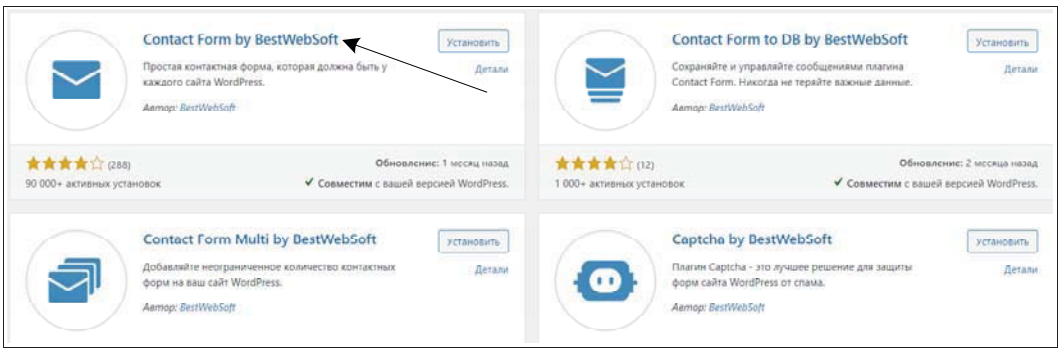


Рис. 3.24. Плагин **Contact Form by BestWebSoft** для создания формы

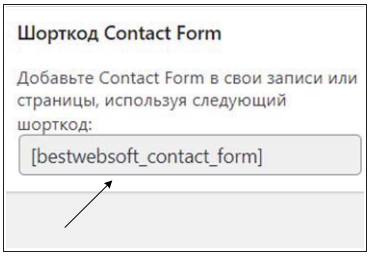


Рис. 3.25. Шорткод для создания формы

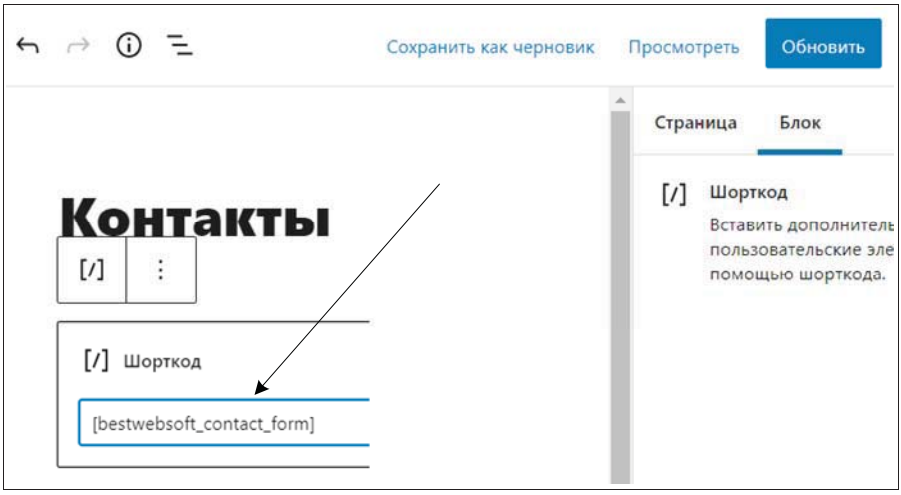


Рис. 3.26. Добавляем форму на страницу **Контакты**

Создание рубрик (категорий)

Выполняем команду **Консоль | Записи | Рубрики**, создаем рубрику **Статические сайты** и нажимаем на кнопку **Добавить новую рубрику** (рис. 3.27). Аналогично создаем рубрику **Динамические сайты.**

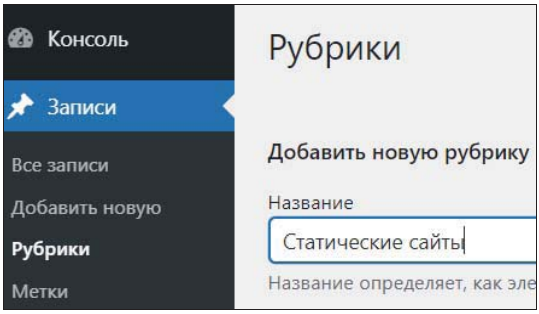


Рис. 3.27. Даем рубрике название

В рубриках мы будем писать статьи на какие-либо темы (делать записи). Давайте создадим такую запись. Для этого выполним команду **Консоль | Записи | Добавить новую** (рис. 3.28). Созданную запись нужно настроить — т. е. поместить ее в нужную рубрику и нажать на кнопку **Опубликовать** (рис. 3.29).

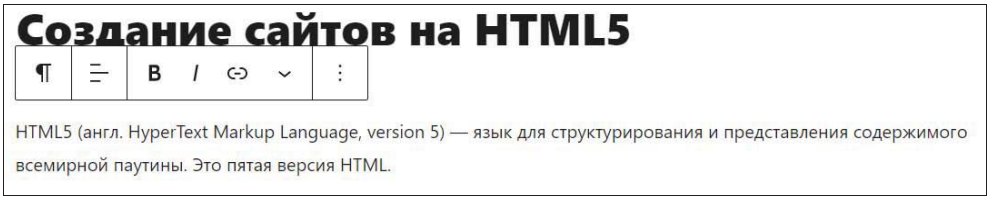


Рис. 3.28. Создаем запись

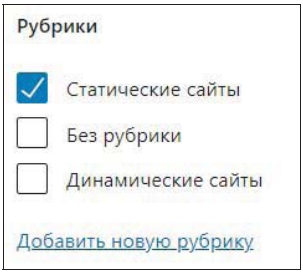


Рис. 3.29. Помещаем запись в рубрику **Статические сайты**

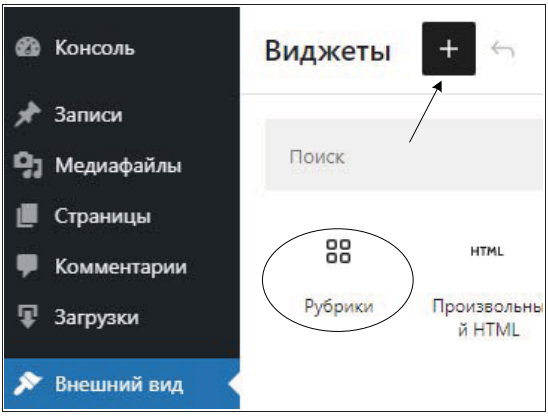


Рис. 3.30. Добавление виджета **Рубрики** в правый сайдбар

Чтобы все у нас хорошо смотрелось и было упорядочено на сайте, открываем окно виджетов командой **Внешний вид | Виджеты** и добавляем виджет **Рубрики** в **Сайдбар Правый** (рис. 3.30).

В качестве примера на рис. 3.31 показана рубрика **Динамические сайты**, в которой сделана запись (тема) **WordPress.**

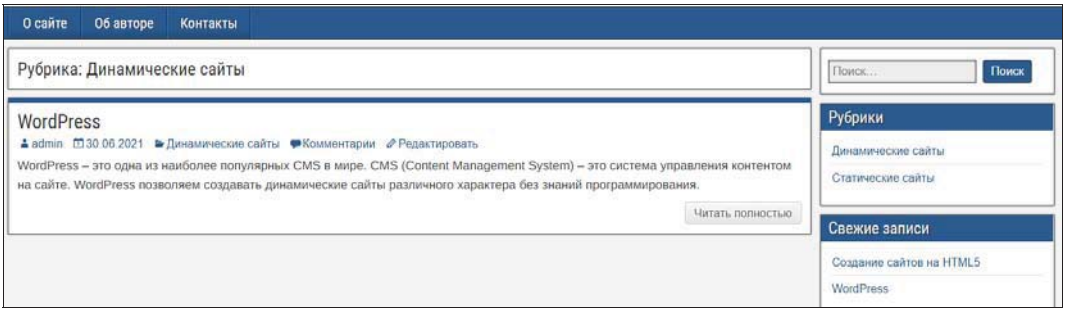


Рис. 3.31. Пример рубрики, содержащей запись

Сокращение длины интернет-адресов записей

Для ускорения работы поисковиков желательно интернет-адреса (URL) статей (записей) сделать покороче. Рекомендованная максимальная длина записей — не более чем 4 слова (и три дефиса между ними). Для примера войдем в созданную нами запись **Об авторе**, нажмем на кнопку **Читать полностью** (рис. 3.32), а затем перейдем по ссылке **Редактировать** (рис. 3.33).

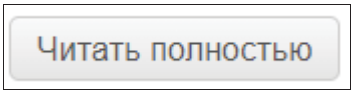


Рис. 3.32. Кнопка для развертывания всего содержания записи



Рис. 3.33. Ссылка открывает возможность редактирования интернет-адреса (URL)

Теперь можно укорачивать длину интернет-адреса (URL) записи до рекомендованной величины (рис. 3.34), завершив редактирование нажатием на кнопку **Обновить**.

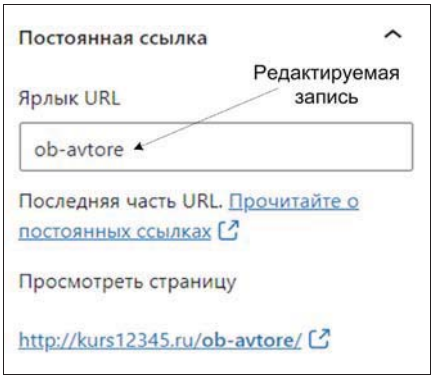


Рис. 3.34. В нашем примере ничего укорачивать не нужно: ссылка в правом сайдбаре изначально короткая

Удаление лишних записей, присутствующих в теме по умолчанию

Давайте удалим лишние записи — например, уберем запись, присутствующую в теме по умолчанию: **Привет мир!** Для этого указываем на нее и выполняем команду Действия | **Удалить** | **Применить** (рис. 3.35). Эту запись нужно удалить дважды: в разделе **Записи**, и в разделе **Корзина**.

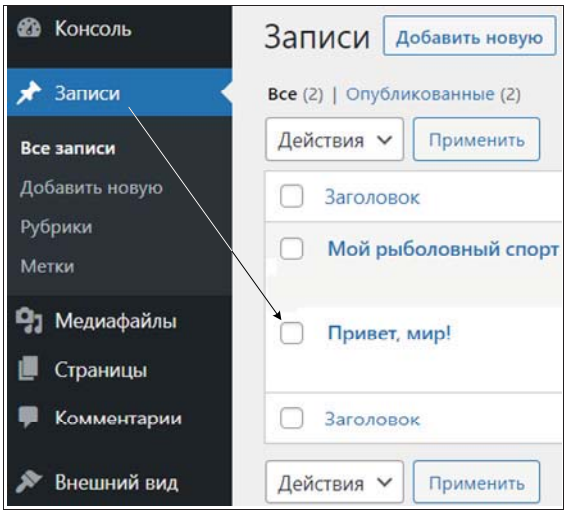


Рис. 3.35. Удаляем ненужную нам запись, присутствующую в теме по умолчанию

Удаление лишних тем, присутствующих в консоли

Мы всегда можем удалить также и ненужные нам шаблоны (темы), присутствующие в консоли. Предположим, что у нас в консоли демонстрируются две темы (их может быть существенно больше), и одна их них нам не нужна. Нажмите мышью на эту тему — справа внизу появится кнопка **Удалить** (рис. 3.36). Нажав теперь на кнопку **Удалить,** вы уберете выбранную тему из консоли.

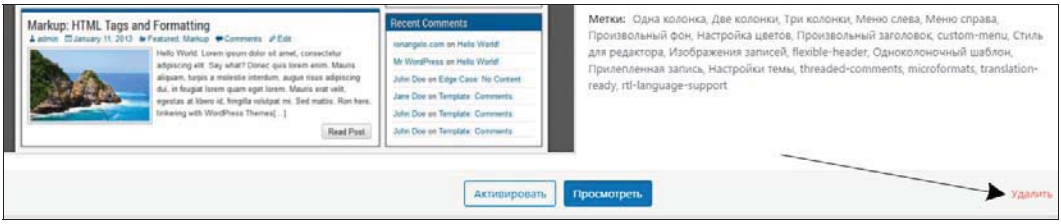


Рис. 3.36. Удаление из консоли ненужной темы

Создание гиперссылок

Рассмотрим, как можно сделать гиперссылку на какую-либо страницу в Интернете. Выделите на своем сайте нужный текст (в нашем примере: **Владимир Молочков**) и выберите значок **Гиперссылка** (рис. 3.37). Затем введите в имеющееся поле ссылку на нужный нам сайт и нажмите клавишу <Enter>. Изменения страницы сохраните нажатием на кнопку **Обновить**. Теперь при нажатии на гиперссылку вы перейдете по ней на страницу **https://vk.com/id9778319** (рис. 3.38).

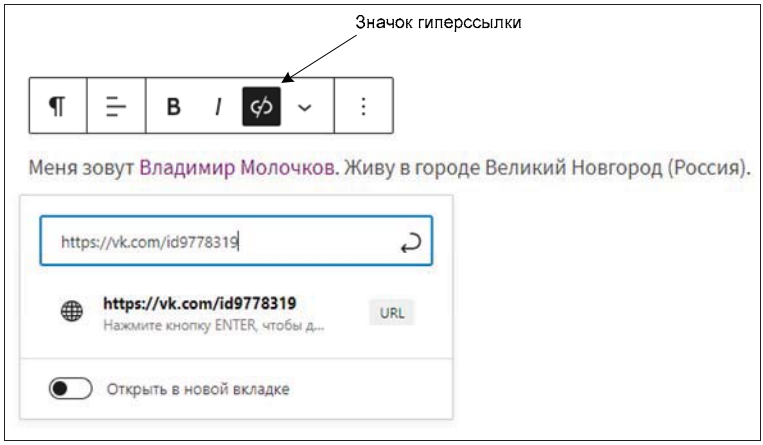


Рис. 3.37. Выделен текст, который мы превращаем в ссылку



Рис. 3.38. Гиперссылка на текст создана

Создание ссылки на файл

Если нужна ссылка не на сайт, а на файл, то его можно поместить в библиотеку медиафайлов и ссылку брать оттуда. В качестве такого файла мы поместим в библиотеку документ MS Word. Для этого в консоли выполним команду **Медиафайлы | Библиотека | Добавить новый** (рис. 3.39).

Затем загрузим файл в библиотеку, а ссылку на него скопируем (рис. 3.40). Полученную ссылку на файл вставляем так же, как гиперссылку для текста (рис. 3.41). И чтобы завершить операцию — нажимаем на фигурную стрелку ↵ (это равносильно нажатию на клавишу <Enter>), а затем на кнопку **Обновить**.

Теперь самое время вспомнить, что ранее мы установили плагин **Bring Back the Get Shortlink Button**, который позволяет укорачивать длинные ссылки. В нашем случае это

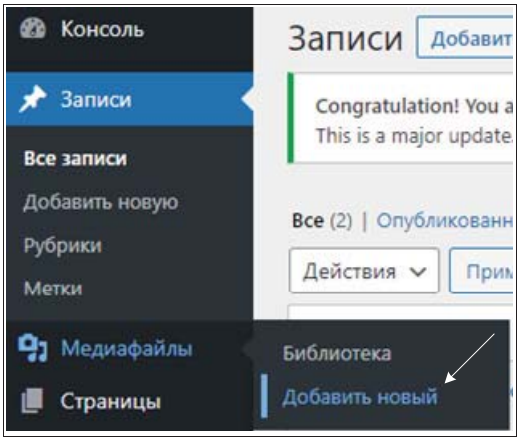


Рис. 3.39. Так добавляют файлы в библиотеку

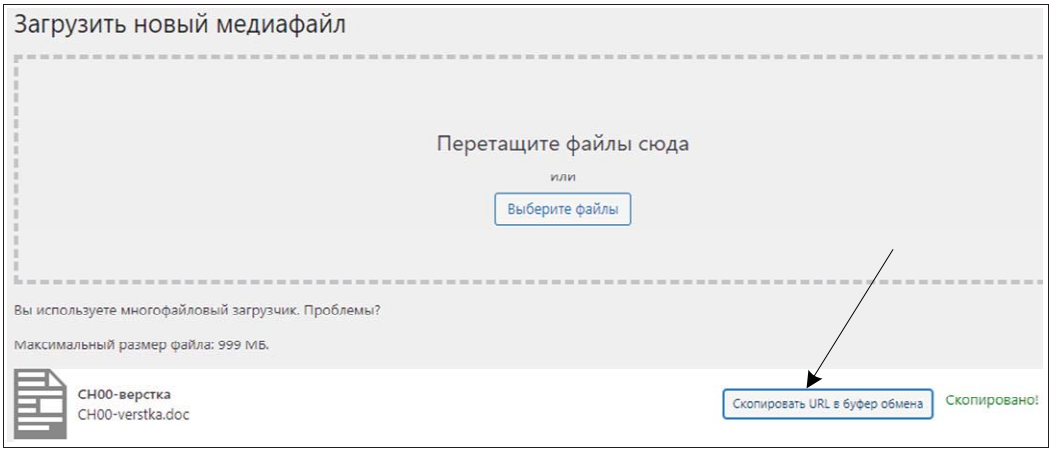


Рис. 3.40. Из библиотеки берем ссылку на файл

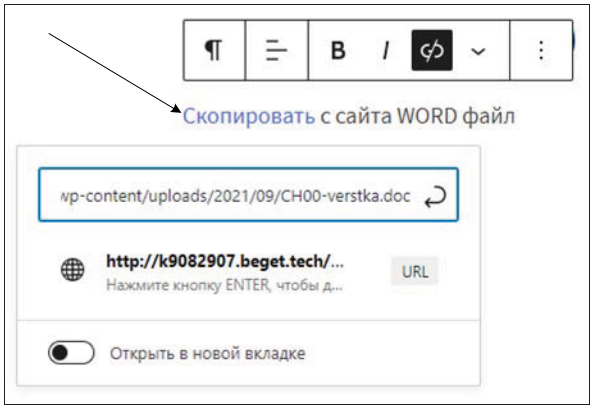


Рис. 3.41. Ссылка на файл создана

как раз актуально, и, как можно видеть, плагин работает, — он создает кнопку для получения короткой ссылки взамен длинной (рис. 3.42). Нажав на эту кнопку, мы укоротим длину ссылки (рис. 3.43).



Рис. 3.42. Ссылка на файл MS Word получилась очень длинной



Рис. 3.43. Благодаря плагину **Bring Back the Get Shortlink Button** мы получаем короткую ссылку вместо длинной

Установка на сайт счетчика

Чтобы установить на сайт счетчик, заходим на сайт **https://www.liveinternet.ru/** и выбираем ссылку **Получить счетчик** (рис. 3.44). Заполняем открывшуюся форму (рис. 3.45) и нажимаем на кнопку **Дальше**. На следующем шаге вводим число с картинки и нажимаем на кнопку **Зарегистрировать** (рис. 3.46).

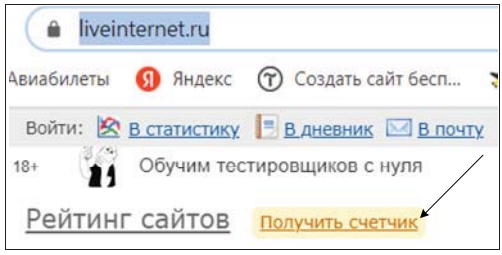


Рис. 3.44. Ссылка **Получить счетчик**

После успешной регистрации нам предоставляется возможность получить код счетчика (рис. 3.47). Нажимаем на соответствующую кнопку и копируем этот код из открывшейся панели (рис. 3.48):

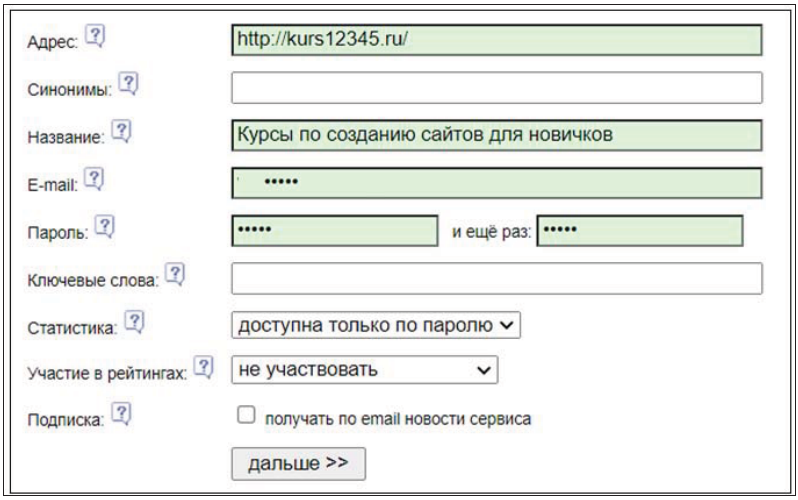


Рис. 3.45. Пример заполнения формы регистрации на сайте **https://www.liveinternet.ru/**

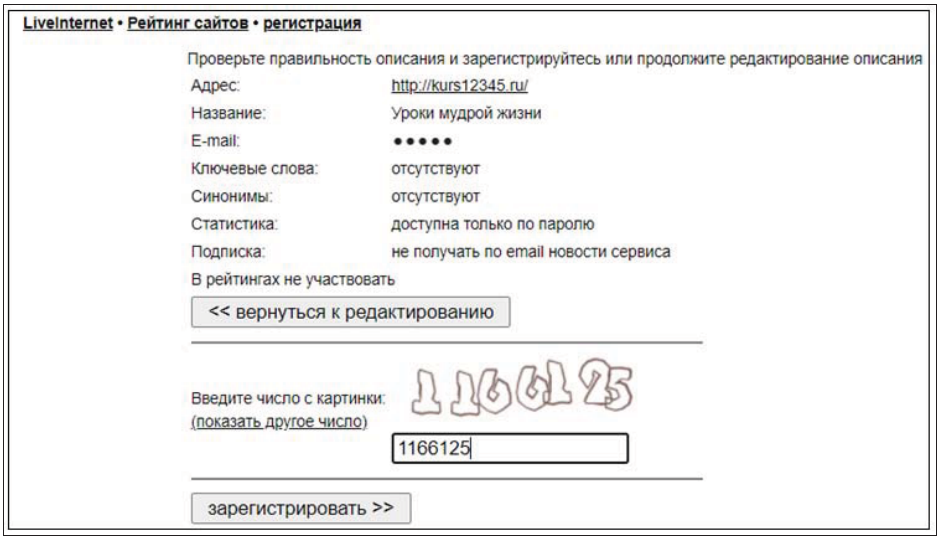


Рис. 3.46. В этом окне нажимаем на кнопку **Зарегистрировать**

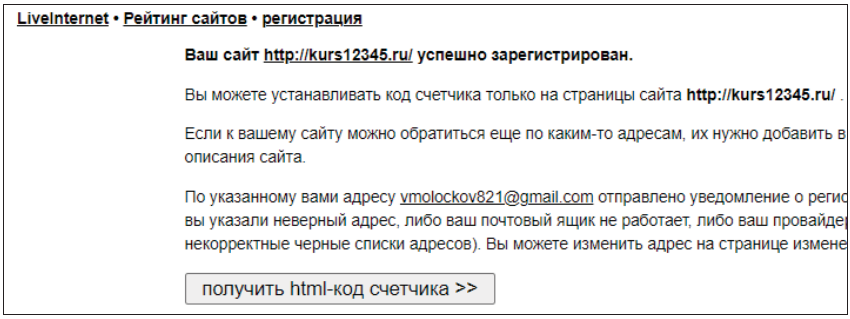


Рис. 3.47. Кнопка **Получить html-код счетчика**

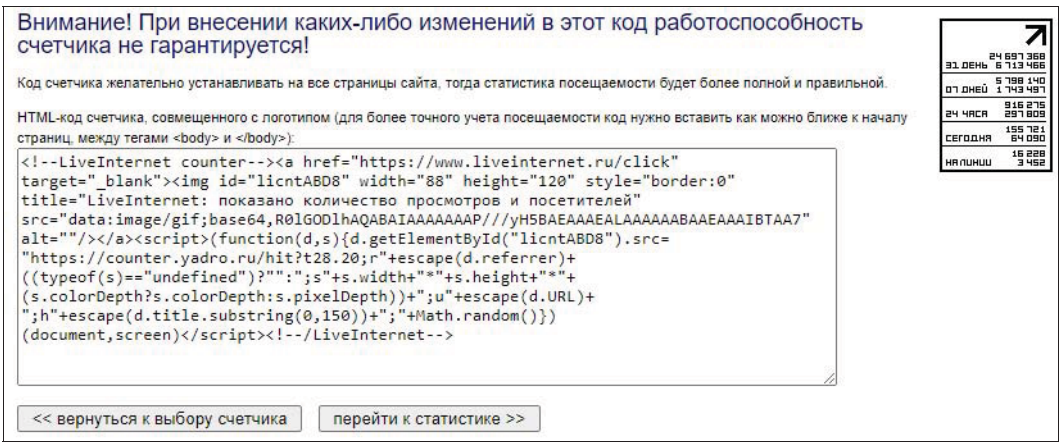


Рис. 3.48. Панель с кодом счетчика

```
<!--LiveInternet counter--><a href="https://www.liveinternet.ru/click"
target="_blank"><img id="licntABD8" width="88" height="120" style="border:0"
title="LiveInternet: показано количество просмотров и посетителей"
src=""
alt=""/></a><script>(function(d,s){d.getElementById("licntABD8").src=
"https://counter.yadro.ru/hit?t28.20;r"+escape(d.referrer)+
((typeof(s)=="undefined")?"":";s"+s.width+"*"+s.height+"*"+
(s.colorDepth?s.colorDepth:s.pixelDepth))+";u"+escape(d.URL)+
";h"+escape(d.title.substring(0,150))+";"+Math.random()})
(document,screen)</script><!--/LiveInternet-->
```

На этой же панели можно при желании вернуться к выбору счетчика и изменить его вид и цвет. Кстати, вид счетчика всегда можно поменять на сайте в разделе **Посмотреть статистику**.

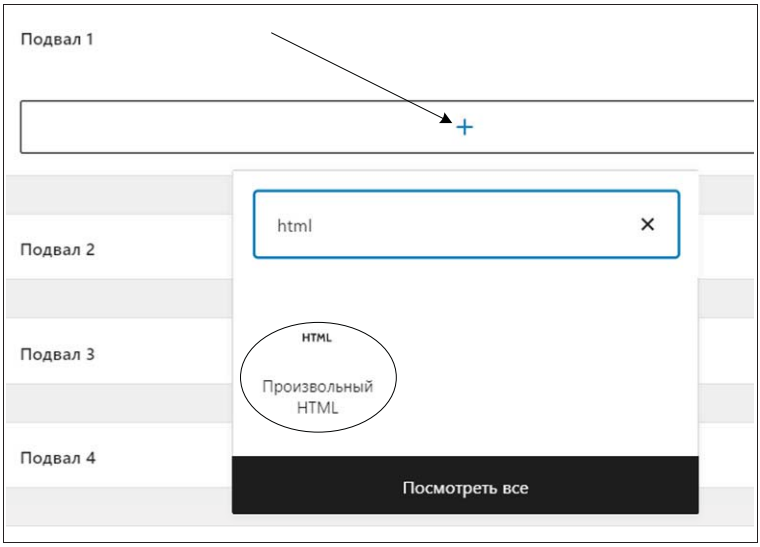


Рис. 3.49. Блок **html** вставлен в **Подвал 1**

Код счетчика следует вставить в **Подвал 1** сайта. Для этого переходим в раздел **Виджеты** консоли, нажимаем на кнопку + в виджете **Подвал 1** и добавляем в него блок **html** (рис. 3.49). В этот блок и вставляем код счетчика (рис. 3.50). Завершается вся эта процедура нажатием на кнопку **Обновить**.

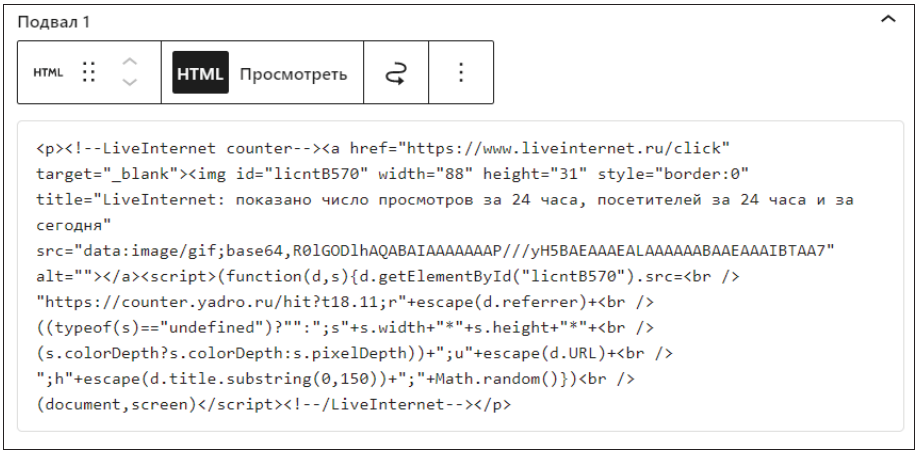


Рис. 3.50. Вставляем код счетчика в блок **HTML**

Вставка на сайт баннера

Баннер можно сделать на сайте по адресу **https://www.canva.com/** или в любом графическом редакторе. Наш баннер будет квадратным: 200×200 px (рис. 3.51), а формат графического файла баннера может быть любым, принятым в Интернете: PNG, GIF или JPG.

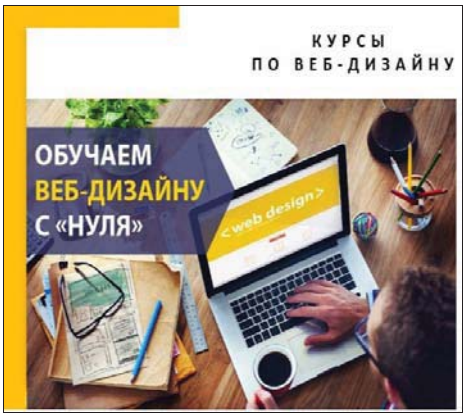


Рис. 3.51. Баннер

Для размещения баннера на сайте скопируйте его в библиотеку медиафайлов и получите ссылку на него в порядке, описанном в *разд. «Создание ссылки на файл»*. В нашем случае это будет ссылка: **http://kurs12345.ru/wp-content/uploads/2021/07/banner**. Нам также потребуется код баннера:

```
<div style="text-align: center;"><a href="https://vk.com/id9778319" target="_blank"
rel="nofollow noopener">
<img style="border: 0px solid; width: 200px; height: 200px;" src= http://kurs12345.ru/
wp-content/uploads/2021/07/banner.gif /></a></div>
```

Здесь `https://vk.com/id9778319` — адрес, по которому пользователь перейдет, нажав на баннер. Код баннера вы можете менять по своему усмотрению. Вот пример измененного кода:

```
<div style="text-align: center;"><a href="https://vk.com/obuchenie_novgorod"
target="_blank" rel="nofollow noopener"><img style="border: 0px solid; width: 200px;
height: 400px;" src= http://k9082907.beget.tech/wp-content/uploads/2021/09/
banner-1.png/></a></div>
```

Код баннера нужно вставить в блок **HTML** правого сайдбара. После нажатия на кнопку **Обновить** баннер появится на сайте.

Соглашение об обработке персональных данных

Как уже отмечалось в *главе 1*, согласно Федеральному закону «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ мы должны уведомить пользователя, если планируем собирать и хранить его персональные данные. Под действие этого закона подпадает даже форма обратной связи. Поэтому мы должны создать страницу с политикой конфиденциальности. На этой странице можно использовать любой текст из типовых шаблонов.

Итак, добавляем на сайт новую страницу, которую называем **Соглашение об обработке персональных данных** (рис. 3.52), и нажимаем два раза на кнопку **Опубликовать**. Набираем в ней текст соглашения и нажимаем на кнопку **Обновить** (рис. 3.53).



Рис. 3.52. Добавляем на сайт новую страницу

К сожалению, после добавления на сайт этой страницы в его меню появляется большая кнопка, которая портит нам дизайн (рис. 3.54).

Чтобы убрать эту кнопку, закачиваем, устанавливаем и активируем плагин **Exclude Pages From Menu** (рис. 3.55). На странице соглашения переходим по ссылке **Изменить** (рис. 3.56), устанавливаем в блоке **Exclude Pages From Menu** (справа внизу) соответствующий флажок (рис. 3.57) и обновляем страницу.

Как можно видеть, кнопка с соглашением из меню сайта удалена (рис. 3.58).

Пояснение

В переводе с английского «exclude» означает «исключить» — т. е. мы исключаем из меню кнопку о соглашении.

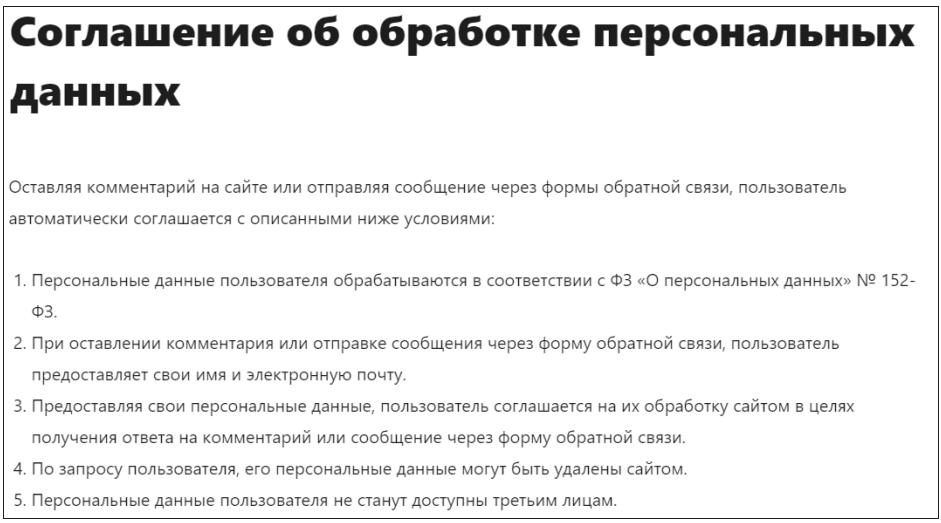


Рис. 3.53. Набираем текст соглашения



Рис. 3.54. Большая некрасивая кнопка

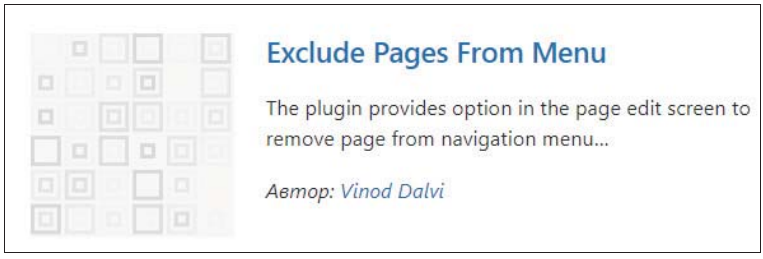


Рис. 3.55. Плагин **Exclude Pages From Menu**

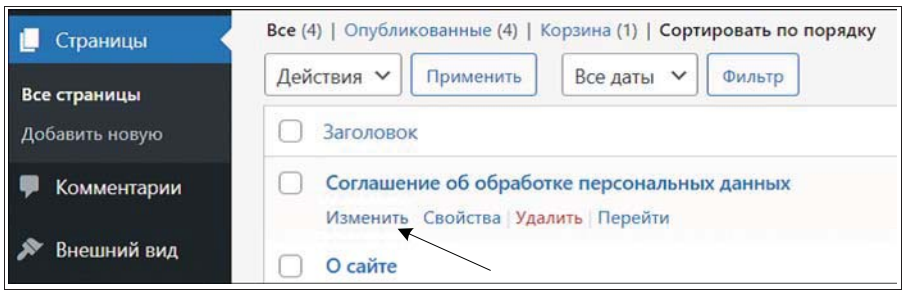


Рис. 3.56. Переходим по ссылке **Изменить**

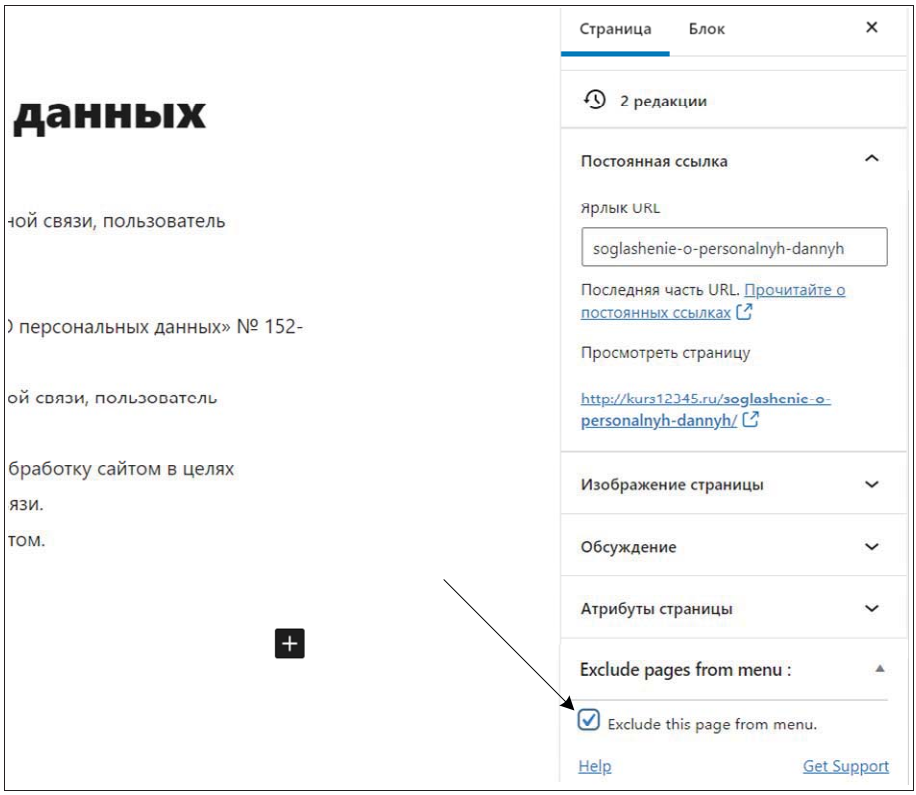


Рис. 3.57. Устанавливаем флажок в блоке **Exclude Pages From Menu**

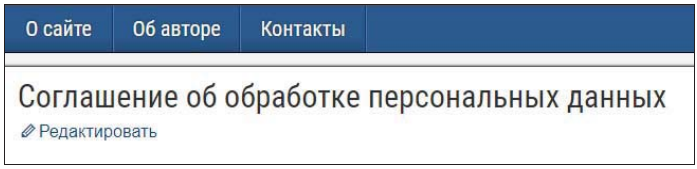


Рис. 3.58. Кнопка с соглашением из меню сайта удалена

Вместо исключенной из меню кнопки мы добавим ссылку на **Соглашение об обработке персональных данных** в нижний колонтитул темы. Для этого добавим в него такой код:

```
Оставляя комментарий на сайте или используя форму обратной связи, вы соглашаетесь
<a href=" https://kurs12345.ru/soglashenie-ob-obrabotke-personalnyh-dannyh/
" target="_blank" rel="noopener"> с правилами обработки персональных данных</a>
```

Обратите внимание — в этом коде содержится ссылка на скрытую страницу: `https://kurs12345.ru/soglashenie-ob-obrabotke-personalnyh-dannyh/`.

Важно назначить эту ссылку правильно. Для этого на странице соглашения нажмите кнопку **Перейти** (рис. 3.59), выполните команду **Frontier настройки | Основное** (рис. 3.60), перейдите в нижнюю часть открывшейся вкладки **Основное** (рис. 3.61), введите указанный код в текст нижнего колонтитула и нажмите на кнопку **Сохранить**.

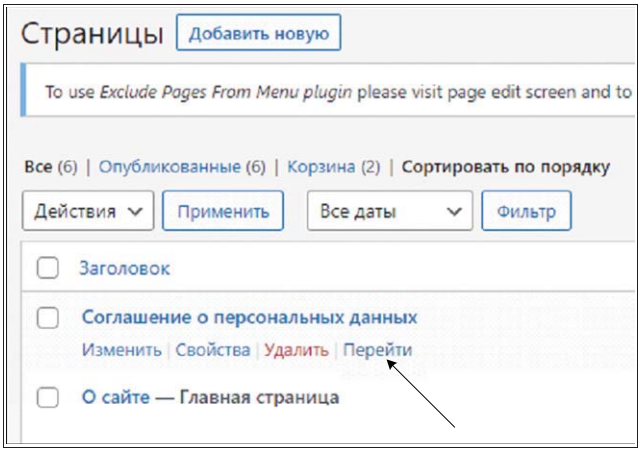


Рис. 3.59. Для получения ссылки на скрытую страницу перейдите по ссылке **Перейти**

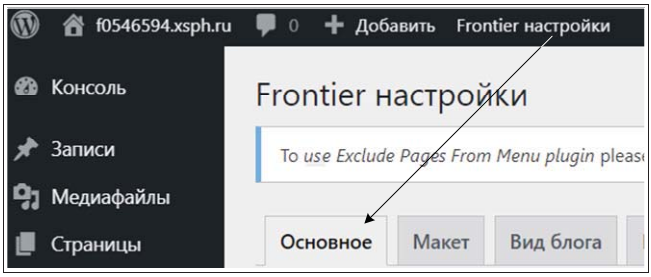


Рис. 3.60. Выполните команду **Frontier настройки | Основное**

Таким образом, при переходе по ссылке соглашения в подвале сайта (рис. 3.62) открывается страница **http://kurs12345.ru/wp-admin/post.php?post=107&action=edit**.

Примечание

Как вариант, код ссылки, ведущей на **Соглашение об обработке персональных данных**, можно было вставить в блок **HTML** в подвале сайта.

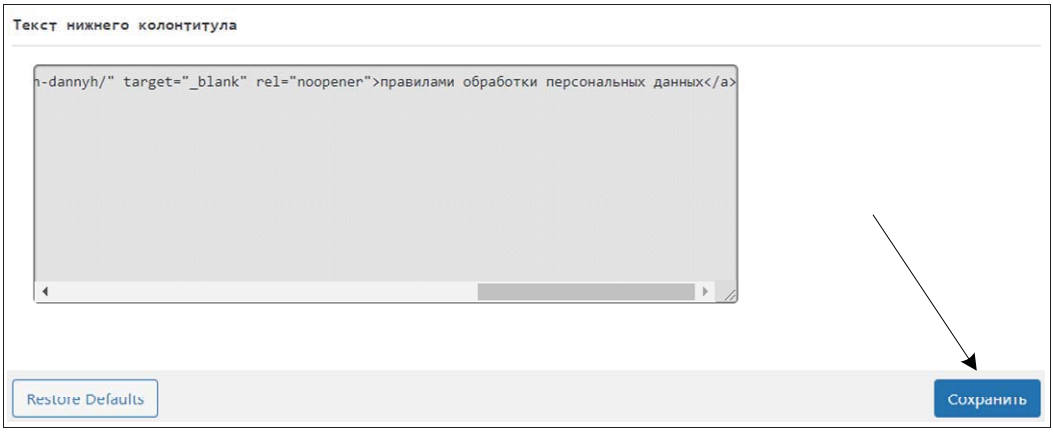


Рис. 3.61. Формируем текст нижнего колонтитула

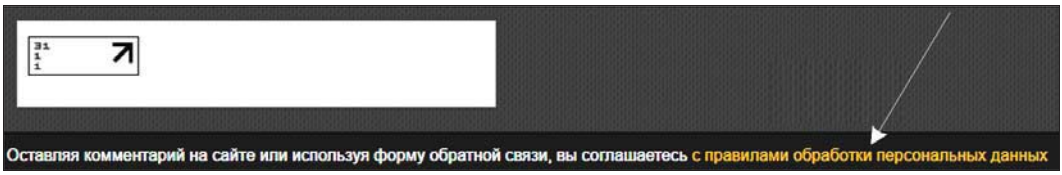


Рис. 3.62. Ссылка на **Соглашение об обработке персональных данных** в подвале сайта

Создание шапки сайта

Изображение заголовка (шапку) сайта (рис. 3.63) вы можете создать в любом графическом редакторе: Adobe Photoshop, CorelDRAW, GIMP — каким владеете. Выберите для нее формат PNG.



Рис. 3.63. Шапка для нашего сайта

Вставить шапку на сайт можно разными способами. Так, для загрузки изображения шапки с диска ПК перейдите в консоли в настройки темы командой **Внешний вид | Темы | Настроить | Изображение заголовка** (рис. 3.64) и выберите подготовленный файл.

Во втором способе для загрузки шапки на сайт следует в консоли выполнить команду **Внешний вид | Виджеты**, затем в области виджетов перейти в раздел **Сайдбар в заголовке** и добавить туда блок **Изображение** (рис. 3.65).

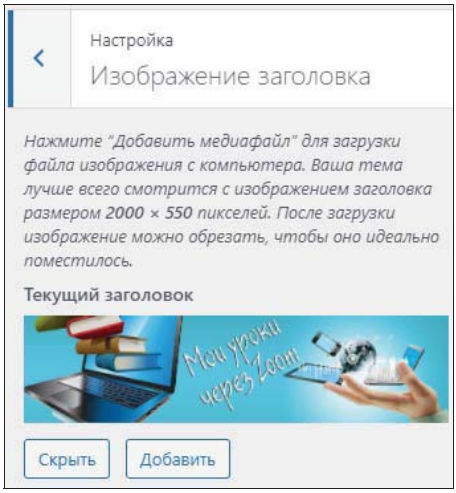


Рис. 3.64. Изображение заголовка сайта (шапку) можно добавить с диска ПК

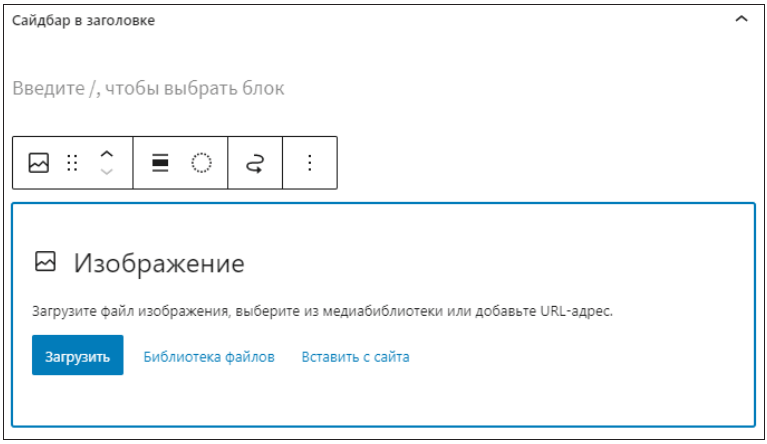


Рис. 3.65. Добавляем блок **Изображение**

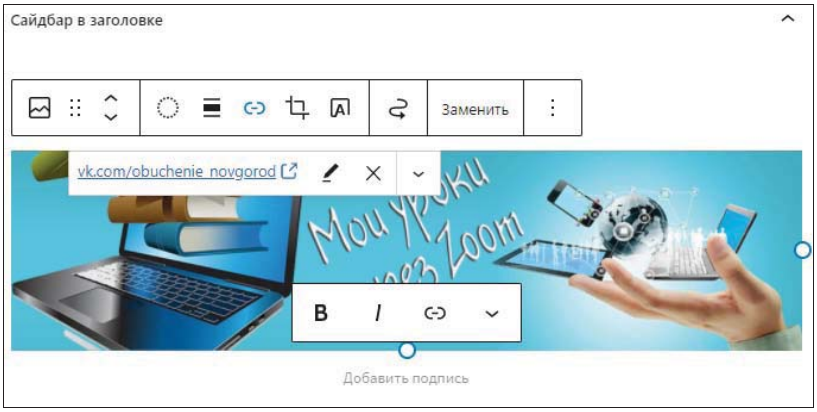


Рис. 3.66. Для шапки в этом способе можно добавить ссылку

Обратите внимание, что подобным образом вставить изображение можно не только в шапку, но и, например, в подвал сайта. Этот способ также позволяет поставить в шапке гиперссылку, создать к ней описание и выровнять (рис. 3.66). Иными словами, он дает возможность применить к шапке больше настроек, чем в первом варианте. Завершите процедуру добавления шапки нажатием на кнопку **Обновить**.

Редактируем файл *robots.txt*

Файл robots.txt предназначен для того чтобы «объяснить» поисковым роботам, какие разделы/страницы сайта следует посещать, а какие посещать не нужно. Страницы, которые закрыты для посещения, не будут попадать в индекс поисковиков (Yandex, Google и пр.).

Итак, в стандартном файле robots.txt делаем два изменения:

- разрешаем (**Allow**) свой хост (рис. 3.67);



Рис. 3.67. Разрешаем (**Allow**) свой хост

Новый термин

В широком смысле слова под *хостом* понимают любой компьютер (или узел сети — например, сетевой принтер), подключенный к локальной или глобальной сети.

- запрещаем (**Disallow**) sitemap (рис. 3.68).



Рис. 3.68. Запрещаем (**Disallow**) sitemap

Новый термин

Sitemap — здесь: файл формата XML или TXT со ссылками на страницы сайта, сообщающий поисковым системам об актуальной структуре сайта. Яндекс рекомендует использовать Sitemap, если на сайте большое количество страниц, отдельные страницы не снабжены навигационными ссылками, а сайт имеет глубокую вложенность.

Затем открываем **Файловый менеджер** нашего хостинга (рис. 3.69), заходим в папку public.html и загружаем в нее отредактированный нами файл robots.txt (рис. 3.70).

Для проверки результата набираем в браузере адрес **http://kurs12345.ru/robots.txt** и — если мы все верно выполнили — файл robots.txt должен открыться (рис. 3.71).

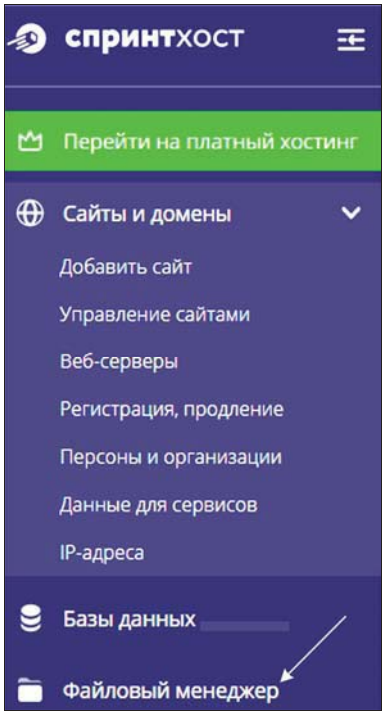


Рис. 3.69. Панель управления хостингом на сайте **Спринтхост**

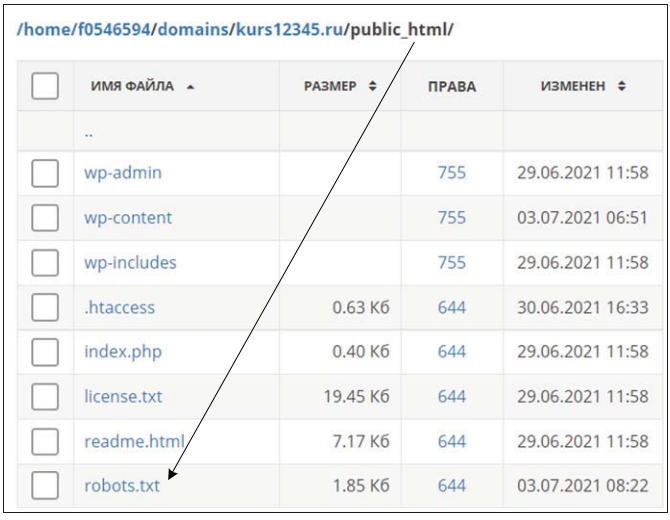


Рис. 3.70. Файл robots.txt загружен в папку public.html



Рис. 3.71. Файл robots.txt открылся — все работает верно

Создание карты сайта: плагин *XML Sitemaps*

Новый термин

Sitemap (карта сайта) — здесь: XML-файлы с информацией для поисковых систем (таких как Google, Яндекс и др.) о страницах веб-сайта, которые подлежат индексации. Иначе говоря, это список страниц вашего сайта, который не видят ваши посетители, но видит поисковая система.

Для создания карты сайта ищем и добавляем плагин **XML Sitemaps** (рис. 3.72) — после установки и активации он появится в настройках консоли (рис. 3.73).

Внимание!

В поисковой строке следует набирать не **XML Sitemaps**, а **Google-sitemap-generator**.

Теперь в консоли выполним команду **Настройки | XML-Sitemap** и настроим этот плагин, как показано на рис. 3.74:

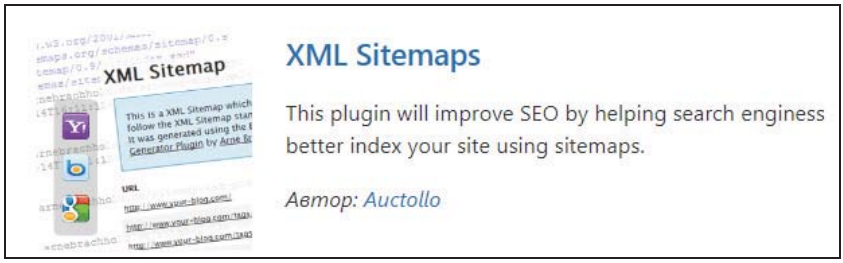


Рис. 3.72. Плагин **XML Sitemaps** найден

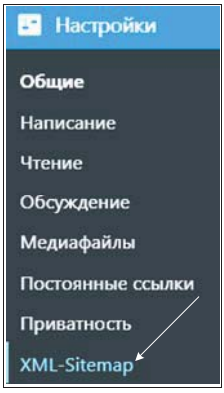


Рис. 3.73. В панели управления сайтом показано присутствие плагина **XML-Sitemap**

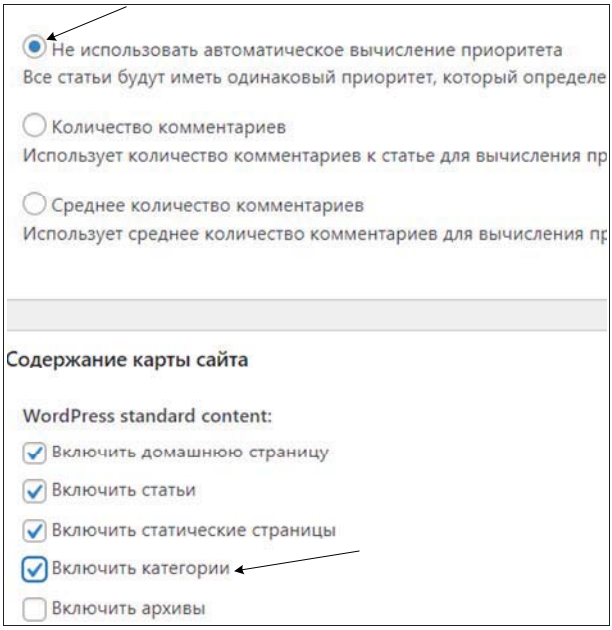


Рис. 3.74. Настройки плагина **XML Sitemap**

- активируем переключатель **Не использовать автоматическое вычисление приоритета**;
- установим флажок **Включить категории.**

В завершение нажимаем на кнопку **Обновить параметры**.

Создание страницы с картой сайта: плагин *WP DS Blog Map*

Для создания страницы с картой сайта ищем и добавляем плагин **WP DS Blog Map** (рис. 3.75) — после установки и активации он появится в настройках консоли (рис. 3.76).



Рис. 3.75. Плагин **WP DS Blog Map** найден

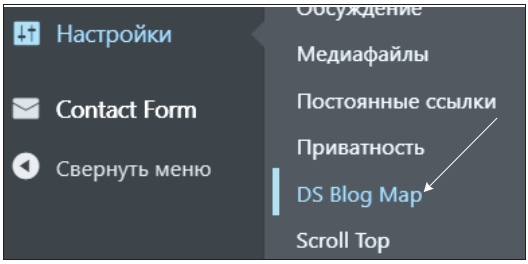


Рис. 3.76. В панели управления сайтом показано присутствие плагина **DS Blog Map**

Копируем в буфер памяти шорткод плагина для блога (рис. 3.77), создаем страницу **Карта сайта** и вставляем туда шорткод плагина (рис. 3.78), нажимаем дважды на кнопку **Опубликовать**, и в меню сайта появляется кнопка **Карта сайта** (рис. 3.79). Как она выглядит на сайте, показано на рис. 3.80.



Рис. 3.77. Шорткод плагина **WP DS Blog Map**

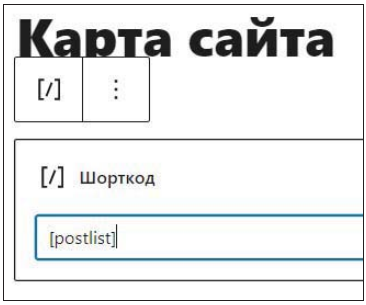


Рис. 3.78. Вставляем шорткод плагина **WP DS Blog Map** в страницу **Карта сайта**



Рис. 3.79. Кнопка **Карта сайта** стала главной

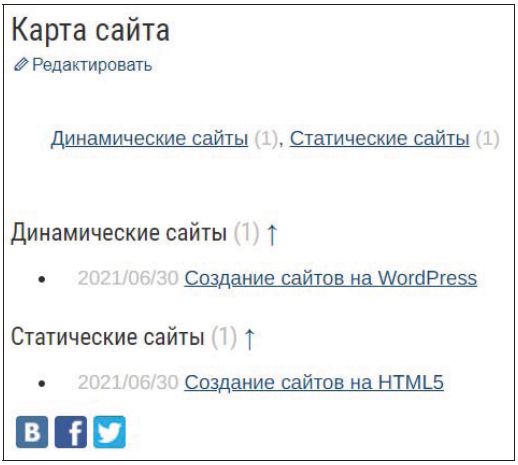


Рис. 3.80. Карта сайта создана

Примечание

При необходимости кнопку с названием **Карта сайта** мы можем разместить в любом месте меню. Для этого мы ранее устанавливали специальный плагин (см. *разд. «Настройка меню»*).

Добавляем на сайт кнопки соцсетей: плагин *Яндекс Поделиться*

Для добавления на сайт кнопок соцсетей ищем и добавляем плагин **Яндекс Поделиться** (рис. 3.81), устанавливаем его и активируем. В настройках плагина отмечаем нужные нам кнопки соцсетей, в поле **Внешний вид** выбираем **Счетчик** и нажимаем на кнопку **Сохранить изменения** (рис. 3.82). В результате на сайте появляются кнопки соцсетей (рис. 3.83).

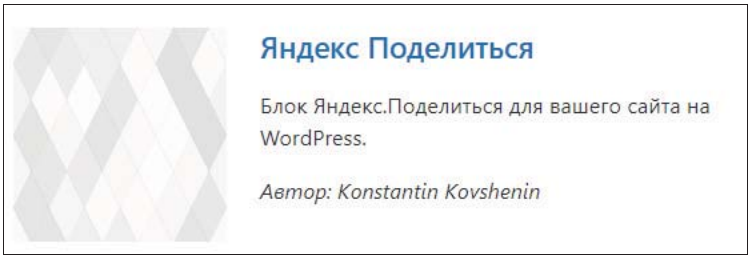


Рис. 3.81. Плагин **Яндекс Поделиться**

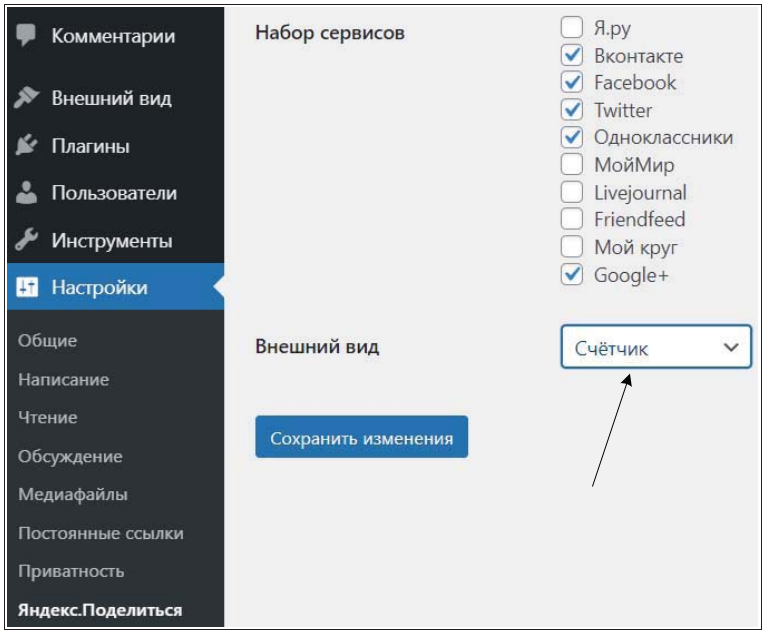


Рис. 3.82. Настраиваем плагин **Яндекс Поделиться**

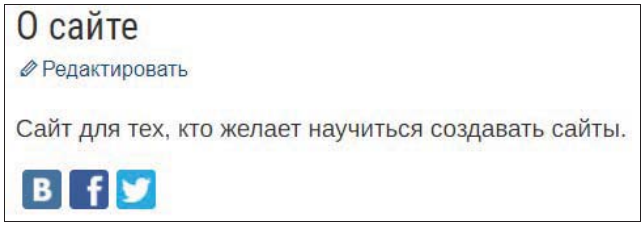


Рис. 3.83. Кнопки соцсетей на сайт установлены

Создаем свой граватар

Используя браузер Google и почту, регистрируемся на сайте **https://ru.gravatar.com/** и создаем там свой граватар (рис. 3.84), настраиваем и сохраняем профиль (рис. 3.85).

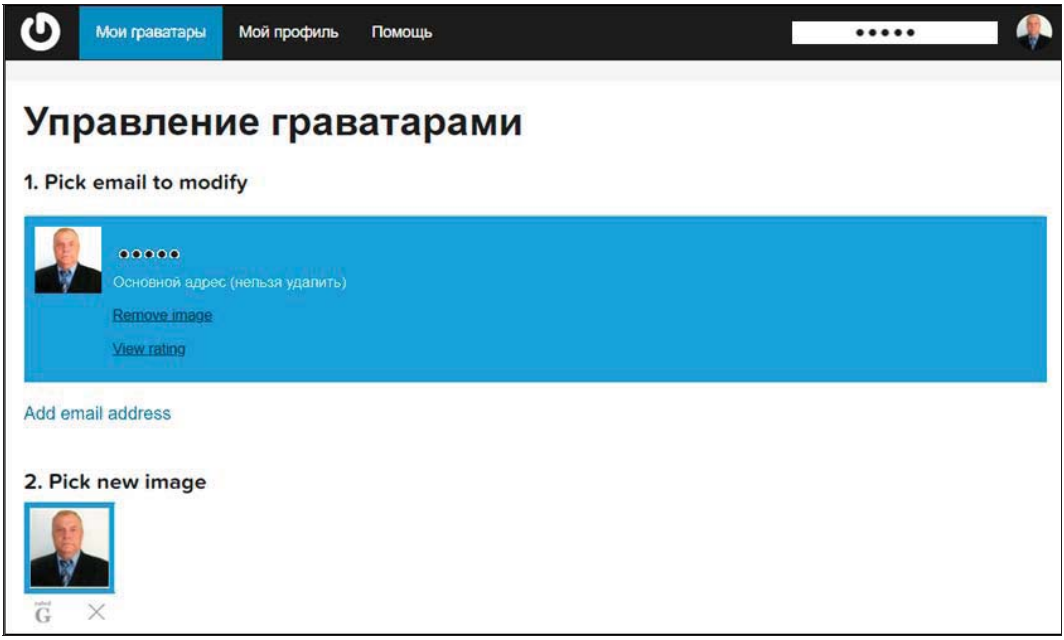


Рис. 3.84. Создаем граватар на сайте **https://ru.gravatar.com/**

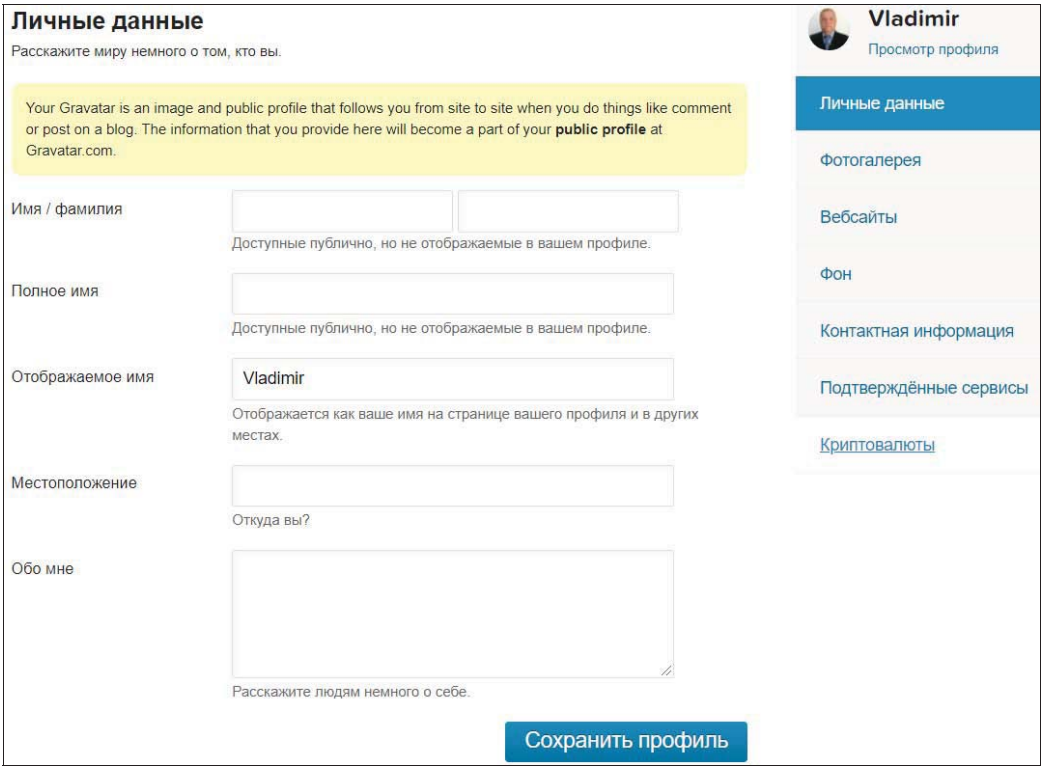


Рис. 3.85. Заполняем и сохраняем профиль

Новый термин

Граватар — это глобально распознаваемый аватар (от *англ.* globally recognized avatar), используемый для того чтобы привязать к вашей электронной почте вашу уникальную фотографию или изображение.

В консоли нашего сайта выполняем команду **Пользователи | Профиль** и видим, что граватар создан (рис. 3.86). Теперь ваши комментарии на других сайтах будут сопровождаться этим граватаром.

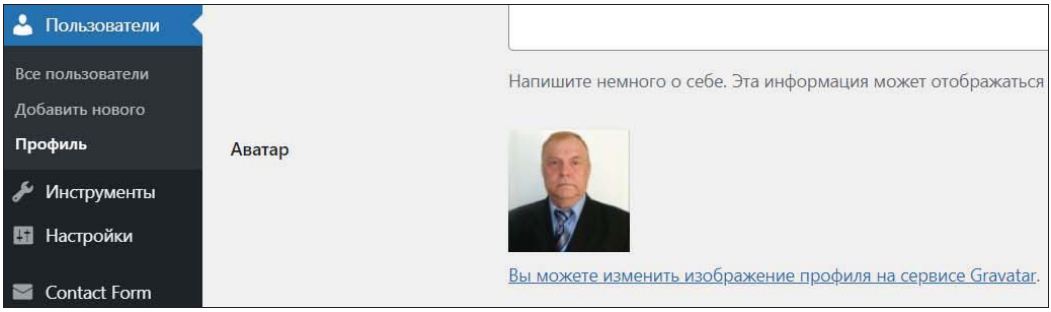


Рис. 3.86. Граватар в настройках вашего сайта

ГЛАВА 4



Оформление вида сайта и наполнение его контентом

В этой главе мы продолжим рассмотрение вопросов по оформлению сайта и наполнению его содержимым.

Фавикон

Новый термин

Favicon (фавикон) — значок веб-сайта, который отображается браузером в адресной строке перед интернет-адресом (URL) страницы, а также в качестве картинки в других элементах интерфейса. Изначально было принято использовать изображение фавикона размером 16×16 пикселов в файле формата ICO и помещать этот файл в корневой каталог сайта под именем *favicon.ico*. Позднее это требование изменилось.

Значок сайта можно сделать на сервисе **flaticon**. Набираем в адресной строке браузера адрес **https://www.flaticon.com/ru** и ищем на открывшейся странице сервиса (рис. 4.1) фавиконы на тему `обучение курсы` (рис. 4.2).

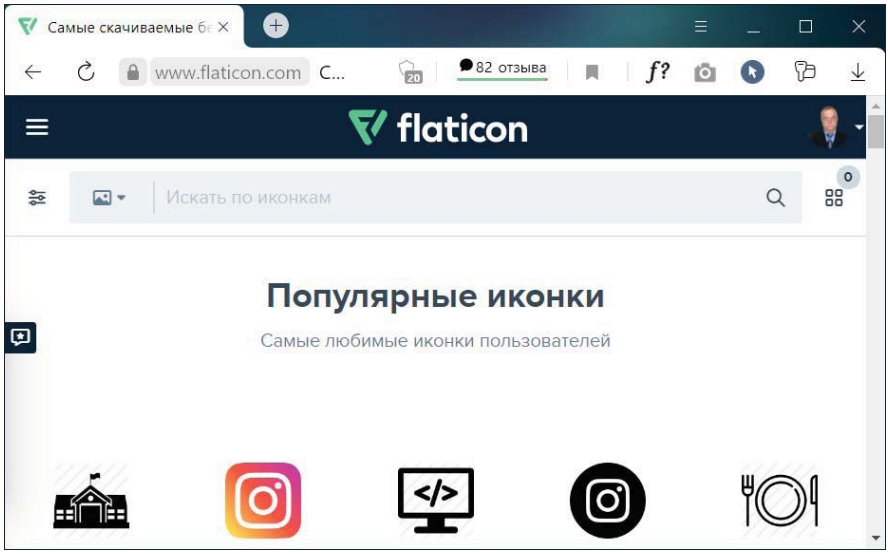


Рис. 4.1. Сервис **flaticon** для создания фавикона

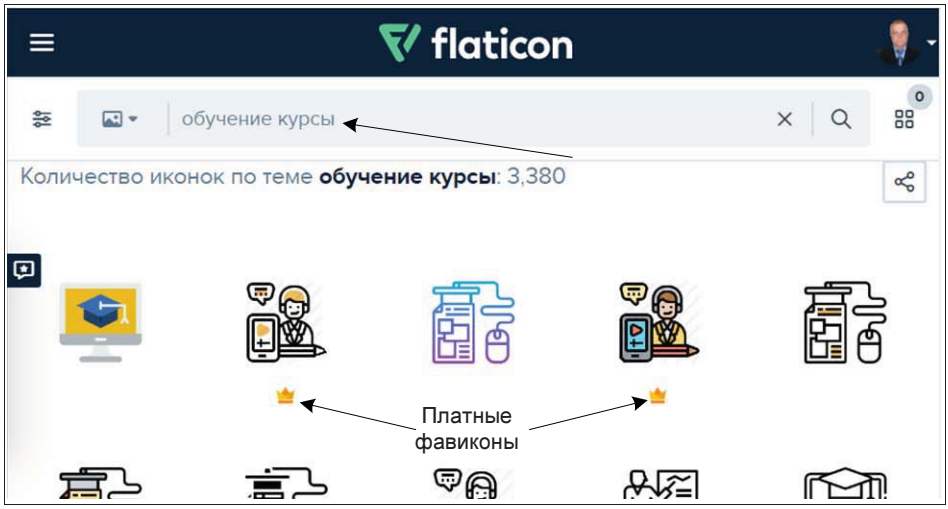


Рис. 4.2. Осуществляем поиск фавикона по запросу обучение курсы

Находим подходящий вариант картинки по теме сайта (рис. 4.3), выбираем размер 512 px, расширение PNG (рис. 4.4) и скачиваем. Загружаем фавикон в библиотеку медиафайлов, из консоли переходим на сайт и выполняем команду **Настроить | Свойства сайта** (рис. 4.5). Загружаем наш фавикон и публикуем. Затем набираем адрес сайта и видим в браузере слева вверху свой фавикон (рис. 4.6).



Рис. 4.3. Нужный фавикон найден

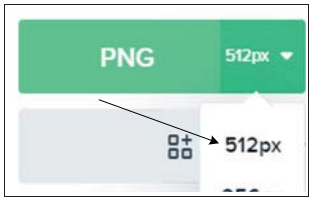


Рис. 4.4. Задаем параметры фавикона

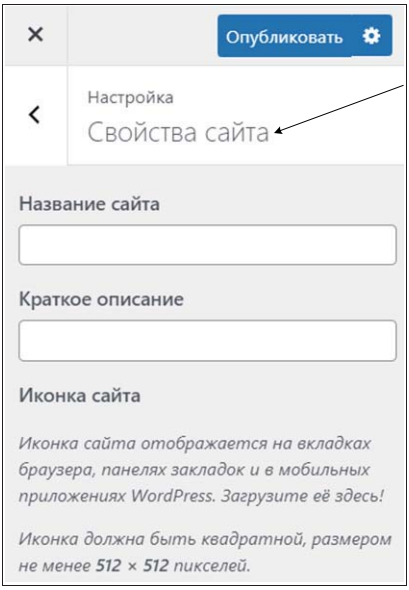


Рис. 4.5. Здесь вставляем фавикон в сайт



Рис. 4.6. Наш фавикон отображен в браузере

Примечание

Как вариант, в графическом редакторе — например, в Adobe Photoshop, также можно нарисовать свой вариант фавикона (рис. 4.7).



Рис. 4.7. Фавикон, сделанный в Adobe Photoshop

Логотип

Логотип для сайта можно сделать на сервисе **renderforest**. Для этого заходим на сайт **https://www.renderforest.com/ru/** и открываем вкладку **Логотип** (рис. 4.8). Вписываем в качестве названия логотипа нужный по смыслу сайта текст и нажимаем на кнопку **Получить мой логотип** (рис. 4.9). Затем вносим в поля открывшейся формы (рис. 4.10) текст для логотипа, который можно будет позднее отредактировать.

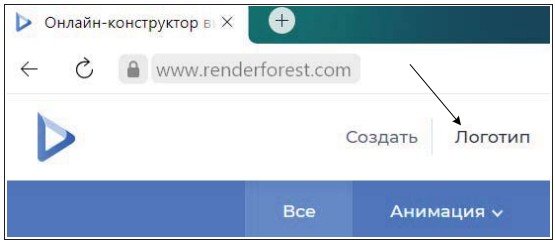


Рис. 4.8. В онлайн-конструкторе **renderforest** открываем вкладку **Логотип**



Рис. 4.9. Создание логотипа по теме **Обучение веб-дизайну**

На следующем шаге выбираем вариант картинки с текстом (шаблон логотипа). Как показано на рис. 4.11, в выбранном нами шаблоне предлагается редактировать только строки 1 и 2 (третья строка пропала). Если нас это не устраивает, можно выбрать другой вариант шаблона. Останавливаемся на своем выборе, редактируем шаблон и сохраняем его (рис. 4.12).

Затем выбираем вариант свободного (бесплатного — **Free**) скачивания результата (рис. 4.13), задаем формат картинки PNG, нажимаем на кнопку **Download** и скачиваем готовый логотип на диск (рис. 4.14).

Сделанную нами картинку логотипа мы загрузим в библиотеку, после чего выполним команду **Внешний вид | Виджеты** и поместим ее из библиотеки в блок **Изображение** в правом сайдбаре (рис. 4.15). Результат сохраняем.

Совет

Чтобы картинка красиво заполнила сайдбар, ее ширина должна быть 200–300 px.

На этом все — наше изображение размещено на сайте.

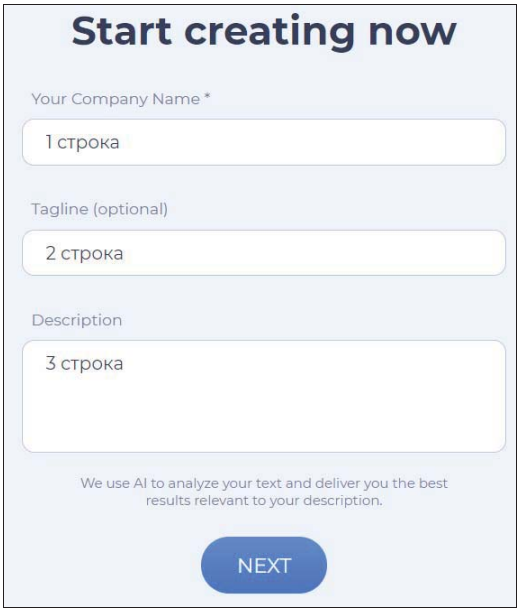


Рис. 4.10. Вписываем в поля формы текст для логотипа



Рис. 4.11. Выбираем вариант шаблона для его редактирования



Рис. 4.12. Окончательная редакция текста логотипа

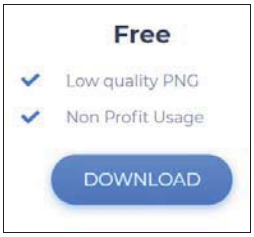


Рис. 4.13. Выбираем вариант **Free** (скачать бесплатно)

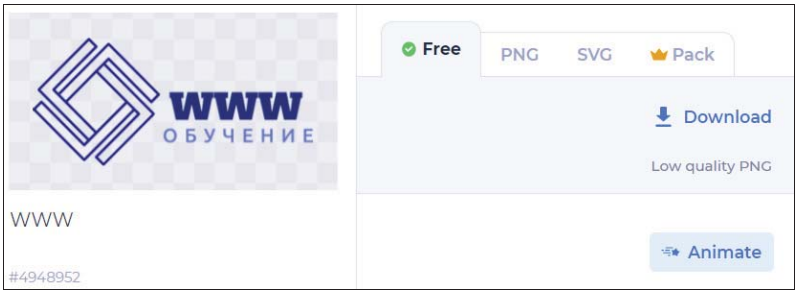


Рис. 4.14. Скачиваем готовый логотип на диск

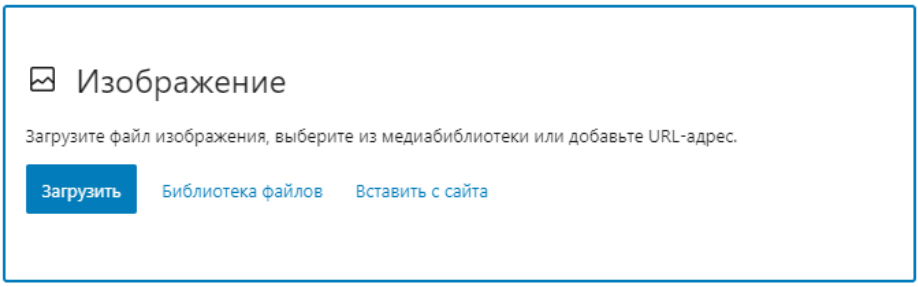


Рис. 4.15. Блок **Изображение**

Установка фона сайта

Для выбора фона своего веб-проекта можно использовать, например, сайт **https://pixabay.com/ru/**. Скачайте подходящий вам фон на диск и загрузите на ваш сайт в консоли командой **Внешний вид | Фон** (рис. 4.16). Работу заканчиваем командой **Опубликовать** (рис. 4.17).



Рис. 4.16. Команда загрузки фона на сайт

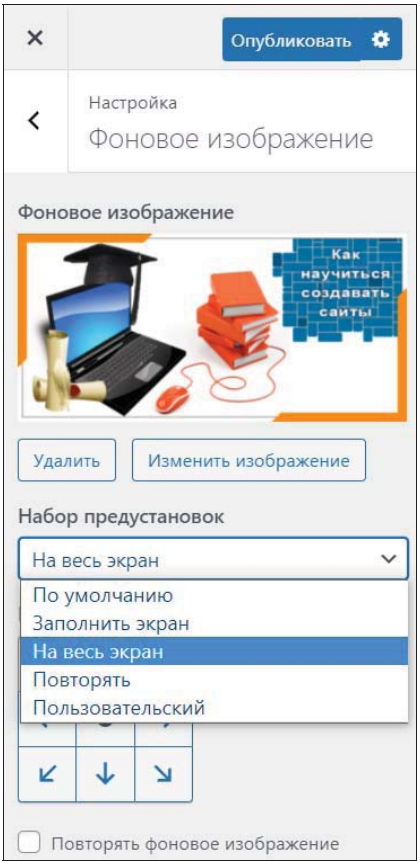


Рис. 4.17. Фон задан

Получение сертификата безопасности SSL

SSL — это протокол, т. е. набор правил, по которому информация шифруется и передается между серверами по безопасному соединению. Другими словами, SSL-сертификат — это «документ» сайта, подтверждающий его безопасность для пользователей. На сайте с SSL-сертификатом пользователи могут совершать покупки и вводить пароли, не опасаясь за свои данные. Для установки такого соединения нужно несколько специальных файлов — они и называются SSL-сертификатом. Защита SSL-сертификатом обязывает сайт всегда работать только по протоколу HTTPS, который, в отличие от обычного HTTP, предусматривает двухэтапное шифрование трафика по протоколу TLS, поэтому зашифрованное HTTPS-соединение безопасно. Сертификат SSL можно получить только на платном хостинге сайта.

Чем отличается бесплатный SSL-сертификат от платного?

На платном хостинге можно получить сертификат безопасности SSL как бесплатно, так и за деньги. В бесплатном варианте сертификат оформляется через сервис **Cloudflare**. При этом сервис останется обладателем приватного ключа и сможет просматривать и модифицировать ваш трафик по своему усмотрению. Кроме того, бесплатный сертификат будет действителен сразу для нескольких совершенно не связанных друг с другом доменов.

> ***Новый термин***
>
> *Cloudflare* — это сервис, который специализируется на предоставлении услуг сети CDN (Content Delivery Network), защите от DDoS-атак и сетевой безопасности.

Платный сертификат может потребоваться, если необходима поддержка не одного, а нескольких ваших сайтов, а также если вы желаете получить «зеленую метку» для большего доверия со стороны клиентов. Сертификат с меткой выдается только после проверки ваших документов. Иначе говоря, сайты с зеленой меткой имеют сертификаты с расширенной проверкой и обладают максимальным уровнем доверия (рис. 4.18).



Рис. 4.18. Пример сайта с зеленой меткой и платным сертификатом

Пример установки сертификата на хостинге TimeWEB

Мы хотим сделать сайт **http://mariasite.ru/** безопасным и для этого на хостинге сайта — например, на **https://hosting.timeweb.ru/ —** установим бесплатный сертификат SSL.

Прежде всего, находим на панели управления хостингом ссылку **SSL-сертификаты** (рис. 4.19) и заказываем установку сертификата на наш сайт (рис. 4.20). Мы закажем бесплатный сертификат **SSL Let's Encrypt** (рис. 4.21) — он работает 3 месяца, затем можно его бесконечно продлевать.

Для справки

Let's Encrypt — центр сертификации, который предлагает сертификаты SSL бесплатно. Этот проект спонсируют такие компании, как Mozilla, Google Chrome, Cisco и Facebook. Let's Encrypt выпускает сертификаты начального уровня с проверкой домена. Они подойдут для личных блогов, форумов, портфолио и посадочных страниц. Однако не рекомендуется использовать такие сертификаты для сайтов предприятий малого и среднего бизнеса — для повышения доверия пользователей к их сайтам существуют сертификаты с проверкой организации.

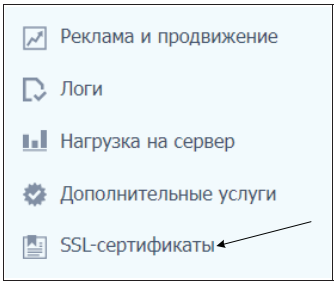


Рис. 4.19. На хостинге TimeWEB находим ссылку **SSL-сертификаты**

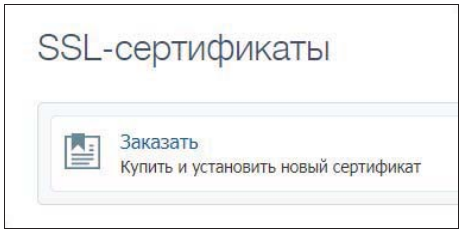


Рис. 4.20. Заказываем установку сертификата на сайт

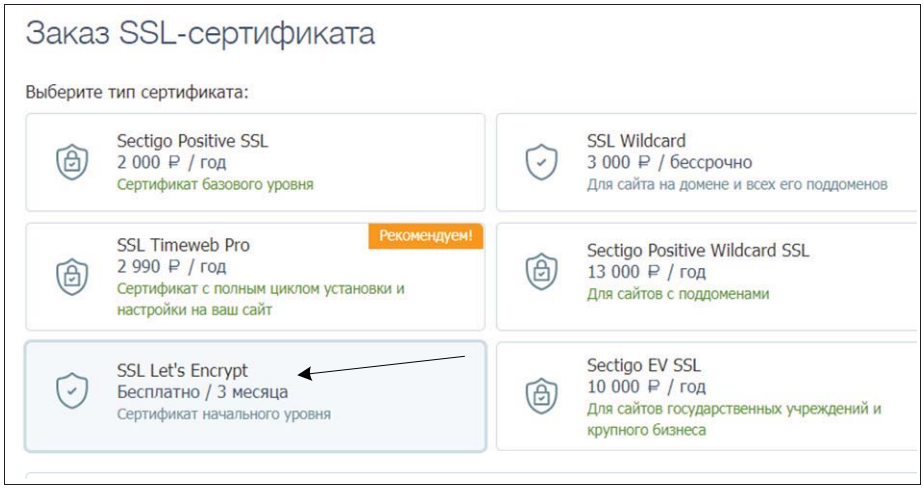


Рис. 4.21. Выбираем SSL-сертификат начального уровня **SSL Let us Encrypt**

Так что указываем в соответствующем поле наш домен: **mariasite.ru** и нажимаем на кнопку **Заказать** (рис. 4.22). Чтобы надпись **Заказан** (рис. 4.23) изменилась на **Установлен** (рис. 4.24), нужно некоторое время подождать (иногда до 3 часов).

На следующем шаге нам надо заменить протокол HTTP на HTTPS. Для этого заходим в панель управления хостингом, переходим по ссылке **Сайты** (рис. 4.25), нажимаем

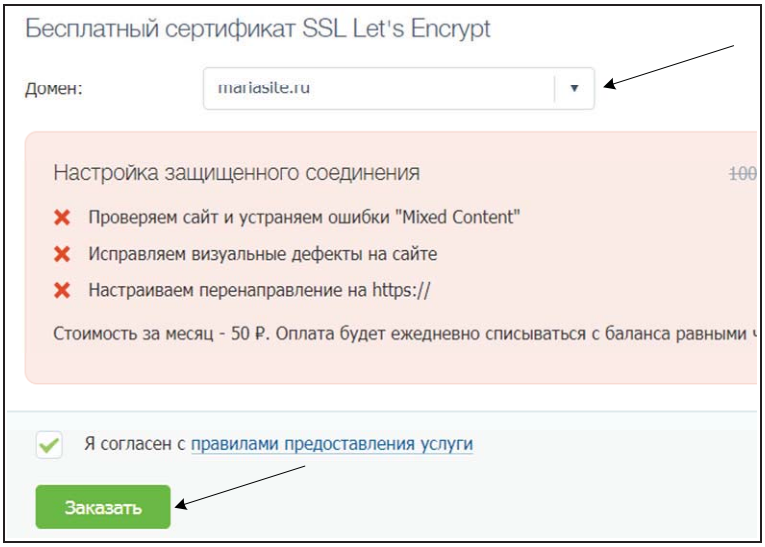


Рис. 4.22. Нажимаем на кнопку **Заказать**

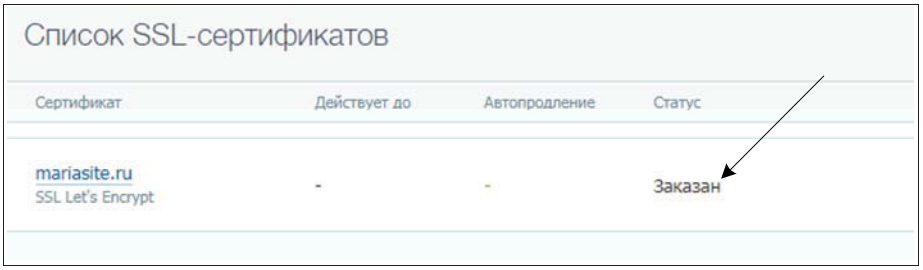


Рис. 4.23. Для сайта **mariasite.ru** сертификат заказан



Рис. 4.24. Сертификат SSL установлен

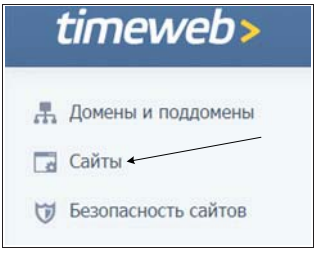


Рис. 4.25. Здесь мы изменим протокол HTTP на HTTPS

мышью на значок **Настройки сайта** (рис. 4.26), в открывшемся окне (рис. 4.27) активируем два переключателя и сохраняем результат.

Затем в консоли выполняем команду **Настройки | Общие** и меняем протокол **http** на **https** (рис. 4.28). Эти изменения также сохраняем.



Рис. 4.26. Нажимаем на значок **Настройки сайта**

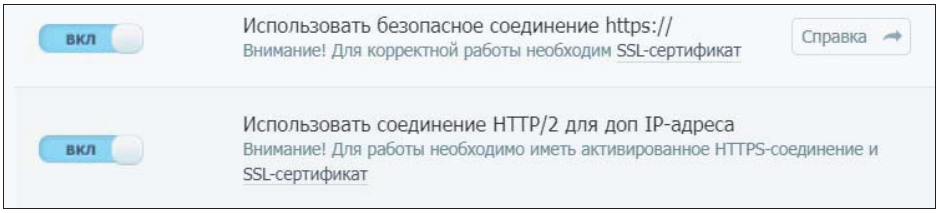


Рис. 4.27. Активируем переключатели

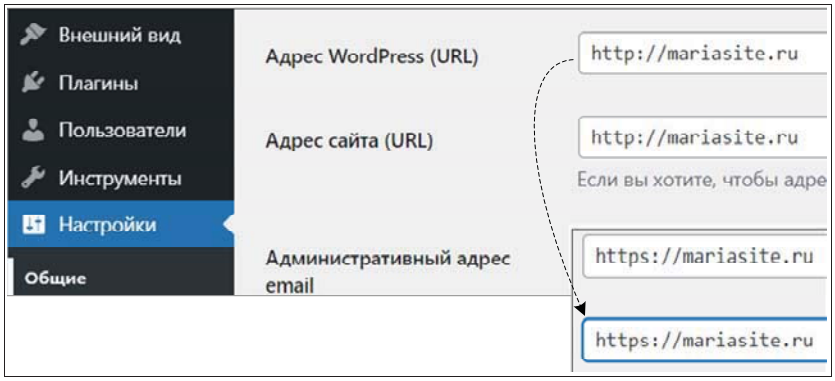


Рис. 4.28. Задаем сайту протокол **https**

Далее открываем файл robots.txt в блокноте, вносим изменения в двух местах этого текстового файла и результат сохраняем:

- в строке `Host:` меняем `http://mariasite.ru` на `https://mariasite.ru`;
- в строке `Sitemap:` меняем `http://mariasite.ru/Sitemap.xml` на `https://mariasite.ru/Sitemap.xml`.

После чего в панели управления хостингом открываем **Файловый менеджер**, переходим по ссылке **Файл** (рис. 4.29) и загружаем файл robots.txt в папку public_html (рис. 4.30).

> ***Примечание***
>
> Эту операцию мы выполняем, если в папке *public_html* вовсе отсутствует файл *robots.txt*. Если мы этот файл уже загружали и редактировали, то его следует открыть и просто поменять в нем протокол `http` на `https`, а затем эти изменения сохранить.



Рис. 4.29. Переходим по ссылке **Файл** в файловом менеджере ПУ хостингом



Рис. 4.30. Загружаем текстовый файл robots.txt в папку public_html на сервер

Для верности в браузере проверим, установлен ли протокол SSL на сайт (рис. 4.31). Проверим также и файл robots.txt, для чего наберем в браузере следующий запрос (рис. 4.32). По такому запросу файл robots.txt должен открыться, и мы сможем просмотреть его содержимое (рис. 4.33).



Рис. 4.31. Протокол SSL установлен на сайт **mariasite.ru**



Рис. 4.32. Запрос на проверку работы файла robots.txt

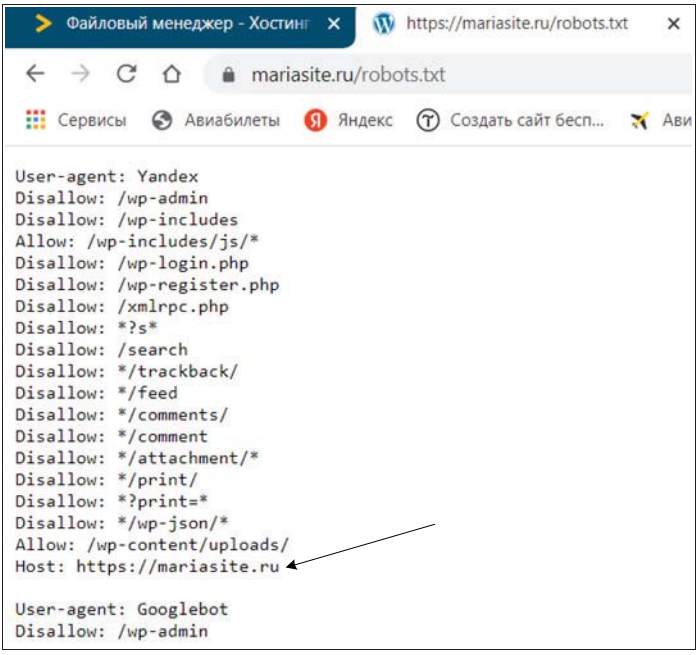


Рис. 4.33. Все работает правильно

Пример установки сертификата на хостинге SprintHost

Напомню, что в этой книге мы уже рассматривали ряд примеров для сайта, размещенного на бесплатном варианте хостинга SprintHost. Однако на бесплатном хостинге получить протокол SSL невозможно. Поэтому нам придется перейти на платный вариант хостинга, выбрав на нем тариф **Восток-1** (рис. 4.34). Выполним мы этот переход за три следующих шага.

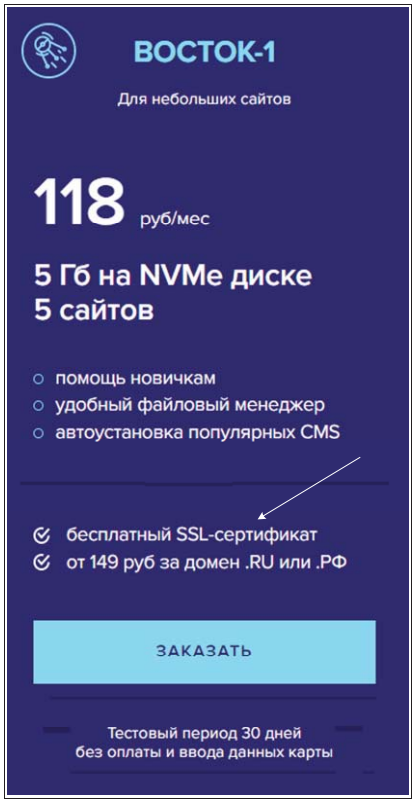


Рис. 4.34. Тарифный план **Восток-1**

Шаг 1. Установка SSL

В ПУ хостинга переходим в раздел **Управление сайтами** и активируем переключатель **SSL** (рис. 4.35). Затем в окне **Установка SSL** (рис. 4.36) нажимаем кнопку **OK** и подтверждаем, что мы все поняли, в окне **SSL устанавливается** (рис. 4.37). Через некоторое время мы получим сообщение следующего содержания (рис. 4.38).

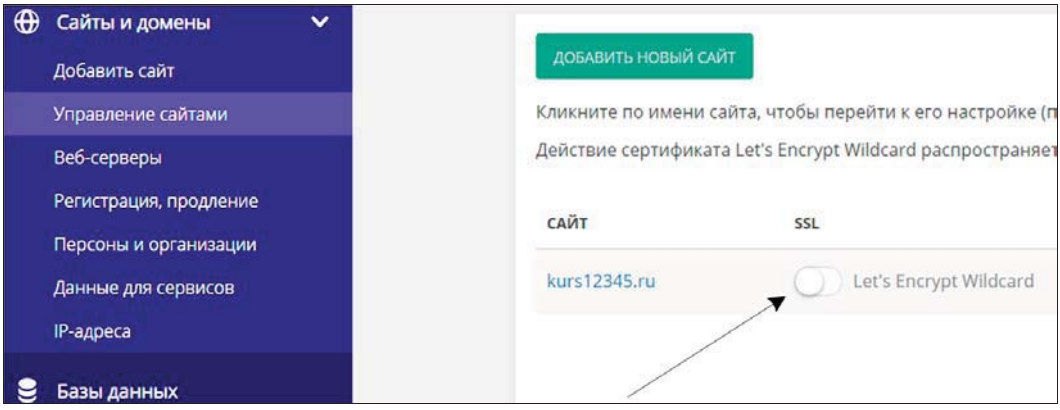


Рис. 4.35. Активируем переключатель **SSL**

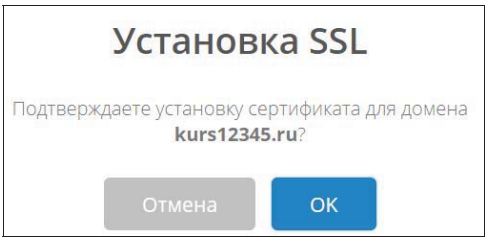


Рис. 4.36. Окно **Установка SSL**

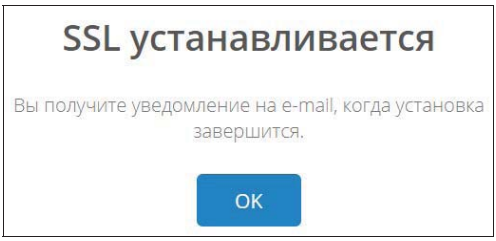


Рис. 4.37. Окно **SSL устанавливается**

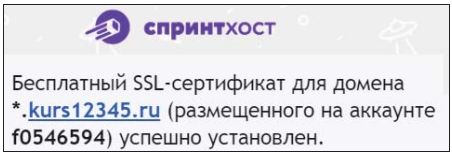


Рис. 4.38. Сообщение об успешной установке на сайт SSL-сертификата

Шаг 2. Замена протокола HTTP на HTTPS

Получив от хостера сообщение, показанное на рис. 4.38, выполняем в консоли (панели администратора WP) команду **Настройки | Общие** (рис. 4.39), заменяем в полях, показанных на рис. 4.39, протокол `http` на `https` и нажимаем на кнопку **Сохранить изменения**.

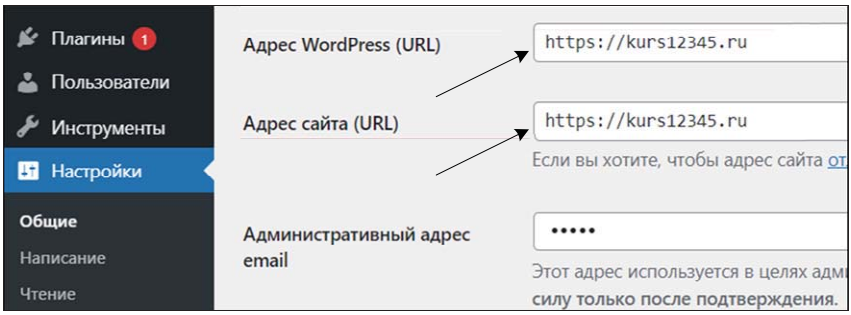


Рис. 4.39. Меняем протокол `http` на `https`

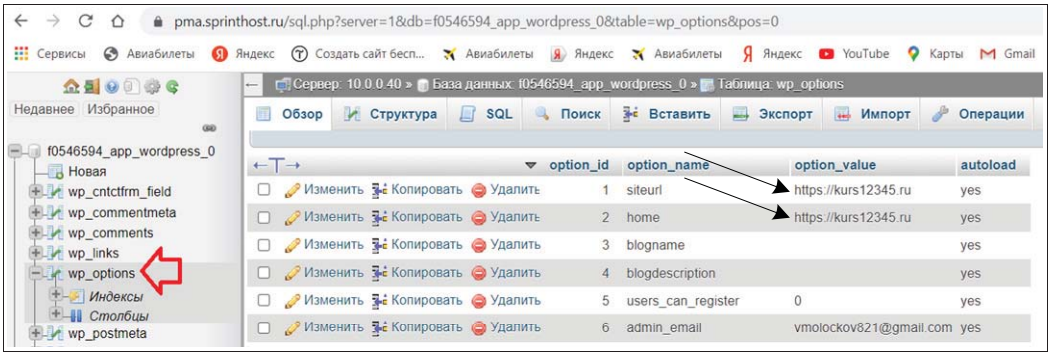


Рис. 4.40. Вариант изменения протокола `http` на `https`

Как вариант, настройки на этом шаге можно выполнить иначе. Перейдите в **PhpMyAdmin**, выберите базу данных вашего сайта и в таблице ***_options** замените протокол в значениях для **siteurl** и **home** на **https** (рис. 4.40).

Шаг 3. Перенаправление на HTTPS

Итак, мы хотим, чтобы наш сайт работал на протоколе HTTPS, который позволяет передавать данные сайта в зашифрованном виде и делает их недоступными для просмотра посторонними. И чтобы настроить работу сайта по этому защищенному протоколу, на шагах 1 и 2 мы установили бесплатный SSL-сертификат **Let's Encrypt**. Теперь, после установки SSL-сертификата, необходимо настроить перенаправление запросов пользователей на защищенную версию сайта при помощи файла .htaccess, а затем проверить работу сайта на нескольких разных браузерах.

Следующий код содержит правило, которое перенаправляет запросы, поступившие от посетителей сайта, с протокола HTTP на протокол HTTPS:

```
RewriteEngine on
RewriteCond %{HTTP:X-Forwarded-Proto} !https
RewriteRule ^ https://%{HTTP_HOST}%{REQUEST_URI} [L,R=301,NE]
```

Откройте файл .htaccess — он располагается в каталоге /home/f0546594/domains/kurs12345.ru/public_html/.htaccess (рис. 4.41) — и поместите в него этот код как можно выше, чтобы другие правила перенаправления ему не помешали (рис. 4.42). После этого сайт будет работать по защищенному соединению.

Новый термин

Файл *.htaccess* — это файл конфигурации, который определяет, как веб-сервер отвечает на запросы.

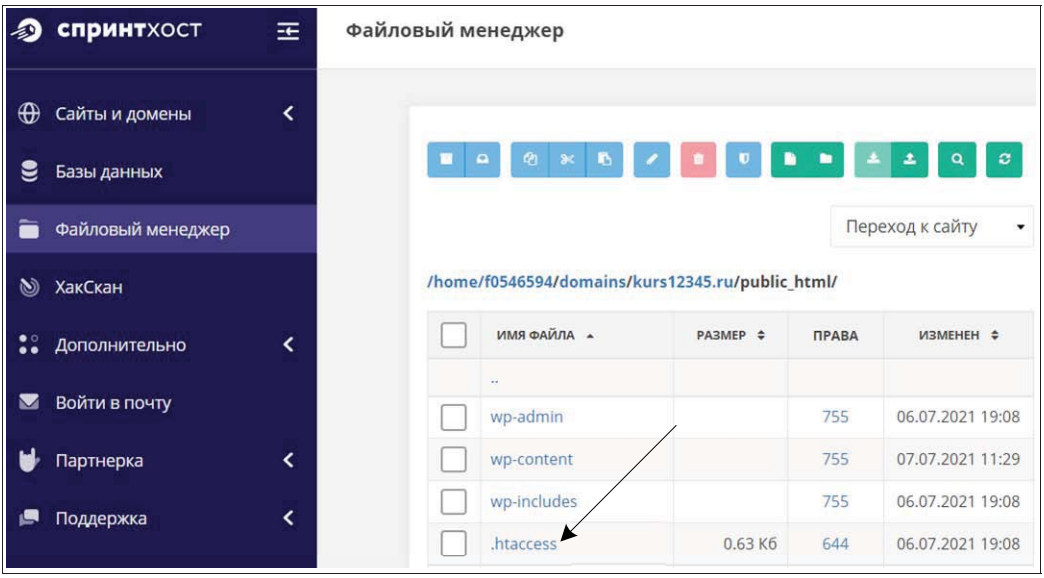


Рис. 4.41. Файл .htaccess

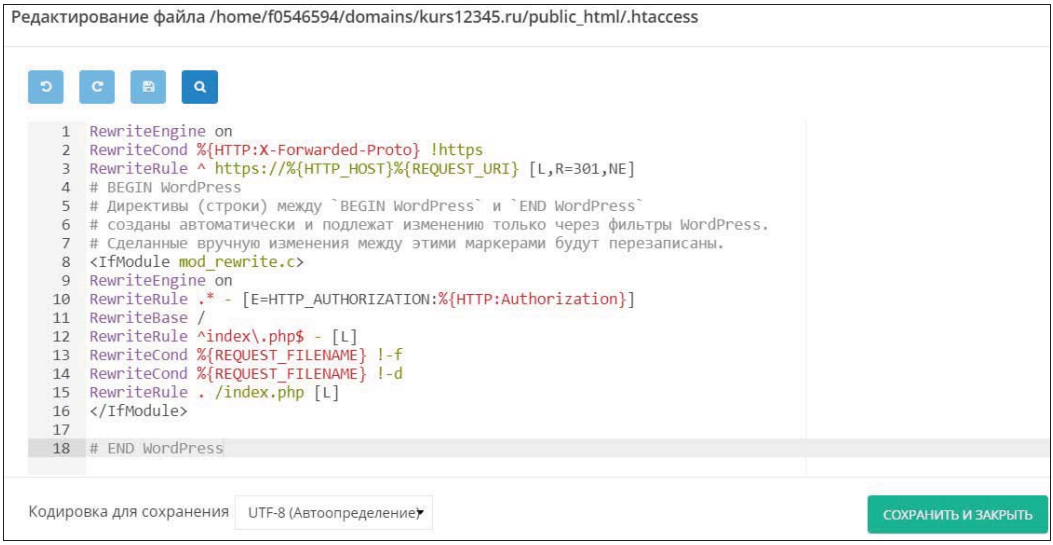


Рис. 4.42. В файле .htaccess директиву перенаправления помещаем в строки 1–3

Осталось убедиться, что сайт **kurs12345.ru** открывается по защищенному соединению (рис. 4.43).

Для справки

Изменение интернет-адреса (URL) сайта с HTTP на HTTPS положительно повлияет на его индексирование поисковыми системами.

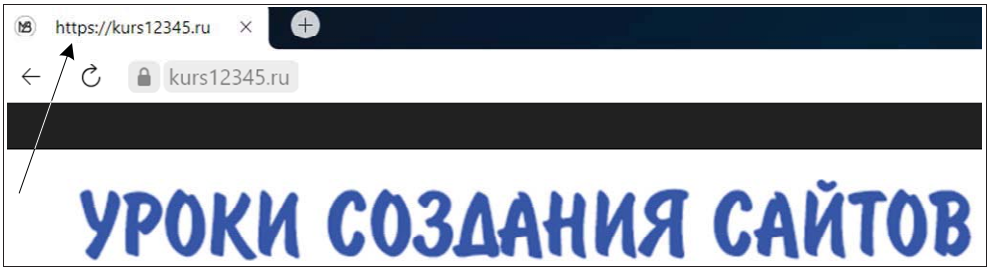


Рис. 4.43. Сайт в WordPress теперь работает по защищенному протоколу HTTPS

Шаг 4. Для очень больших сайтов

Для небольших сайтов шагов 1–3 достаточно. Но если после выполнения этих шагов сайт все еще недоступен по протоколу HTTPS, то нам потребуется плагин **Search & Replace** который позволяет заменить те или иные указанные в тексте или коде параметры во всех постах, комментариях и ссылках базы данных вашего блога.

Найдите, установите и активируйте этот плагин. Затем перейдите в раздел **Параметры | Search & Replace** и укажите, что и на что будете менять. Обязательно перед использованием плагина сделайте резервную копию своей базы данных, чтобы вернуть рабочее состояние сайта, если что-то пойдет не так (рис. 4.44).

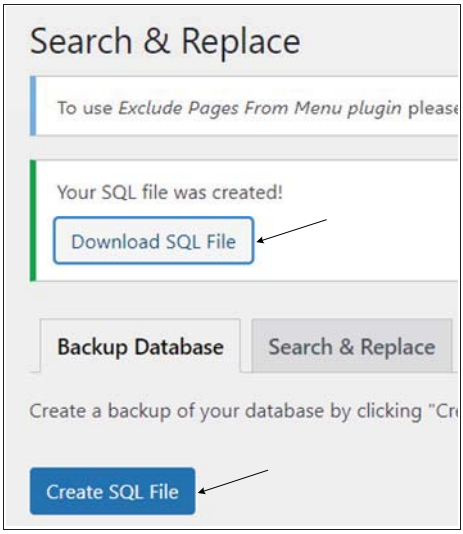


Рис. 4.44. На вкладке **Backup Database** создаем резервную копию базы данных

Создав резервную копию БД, в разделе консоли **Инструменты | Search & Replace** перейдите на вкладку **Search & Replace** и выставьте следующие настройки (рис. 4.45). Затем установите флажок **Select all tables**, снимите флажок **Dry Run**, активируйте переключатель **Save changes to Database** и нажмите на кнопку **Do Search & Replace** (рис. 4.46).

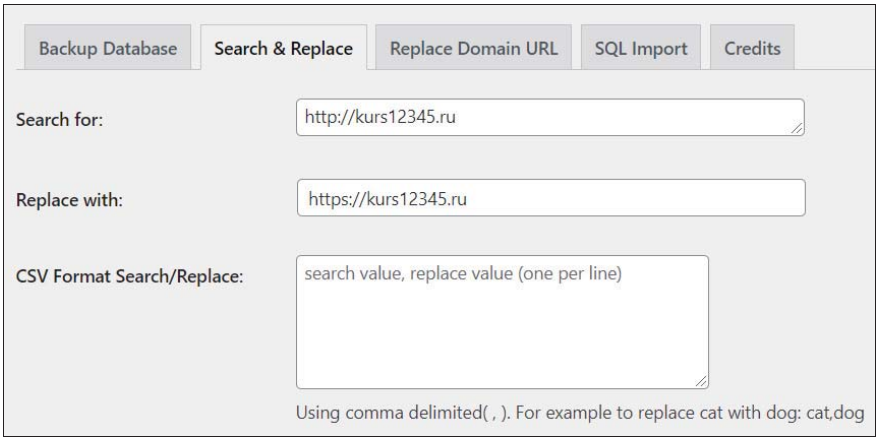


Рис. 4.45. Настраиваем поля плагина **Search & Replace**

По завершении процесса в верхней части страницы появится отчет о проделанной работе: количество таблиц, затронутых при поиске, и количество отредактированных строк (рис. 4.47). Перейдите на сайт по протоколу **https://** и убедитесь в том, что SSL-шифрование используется на всех страницах сайта и на всех браузерах.

Затем откройте в блокноте файл robots.txt и отредактируйте два пункта, как это было описано в *разд. «Пример установки сертификата на хостинге TimeWEB»*.

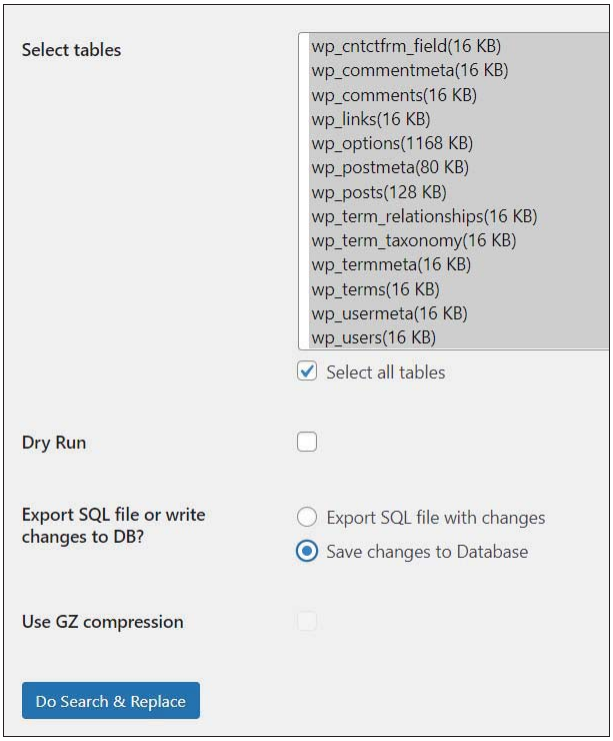


Рис. 4.46. Запуск плагина **Search & Replace** на выполнение

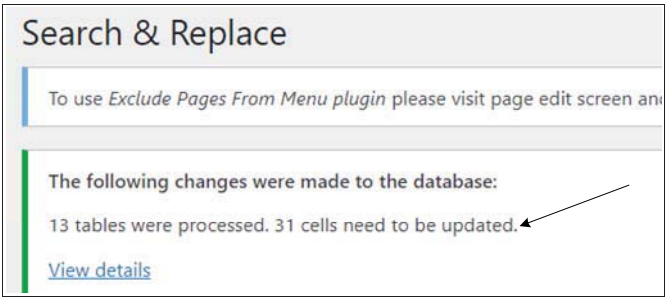


Рис. 4.47. Работа плагина завершена

Установка меню «Хлебные крошки»: плагин *Flexy Breadcrumb*

«Хлебные крошки» (навигационная цепочка) — это элемент навигации по сайту, представляющий собой путь от главной страницы до текущей — той, на которой находится пользователь (рис. 4.48).

Для создания «крошек» на нашем сайте добавьте в консоли новые плагины: вспомогательный — **Head, Footer and Post Injections** (рис. 4.49) и основной — **Flexy Breadcrumb** (рис. 4.50).

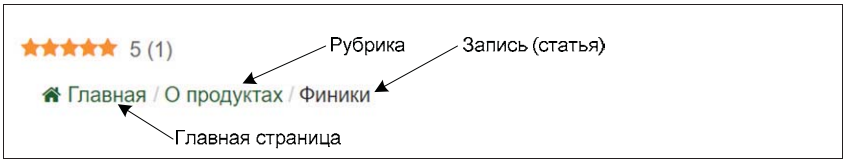


Рис. 4.48. Навигационная цепочка «Хлебные крошки»

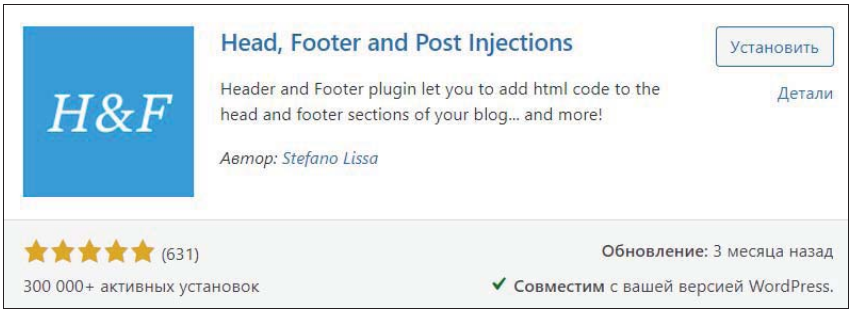


Рис. 4.49. Плагин **Head, Footer and Post Injections**

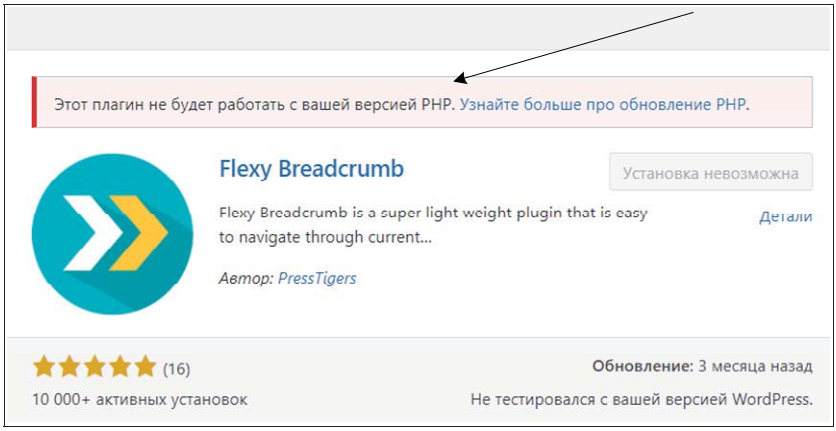


Рис. 4.50. При выборе плагина **Flexy Breadcrumb** мы видим конфликт

Как показано на рис. 4.50, при выборе плагина **Flexy Breadcrumb** возникает конфликт по части версии PHP, установленной на вашем хостинге. Чтобы его устранить, в разделе **Сайты** хостинга войдите в **Настройки сайта** (рис. 4.51), установите версию **PHP 7.2** (рис. 4.52) и сохраните сделанное изменение. После обновления версии PHP в окне плагина упоминание про конфликт исчезает (рис. 4.53).

Далее в консоли выполняем цепочку команд **Настройки | Header and Footer | Posts** (рис. 4.54), на вкладке **Posts** в раздел **Before the post content** вставляем следующий шорткод (рис. 4.55):

```
<?php echo do_shortcode( '[flexy_breadcrumb]'); ?>
```

и сохраняем результат, нажав на кнопку **Сохранить**. Смысл этой операции в том, чтобы «хлебные крошки» у нас появлялись над постом (а не после него).

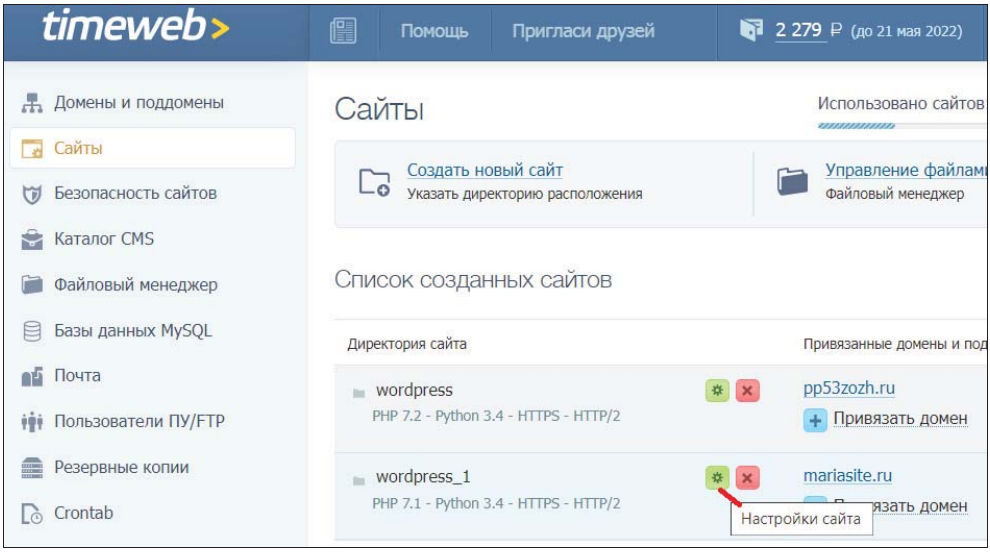


Рис. 4.51. Входим в **Настройки сайта**

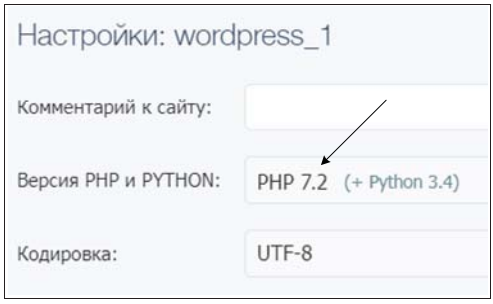


Рис. 4.52. Обновляем версию **PHP** для **WP**

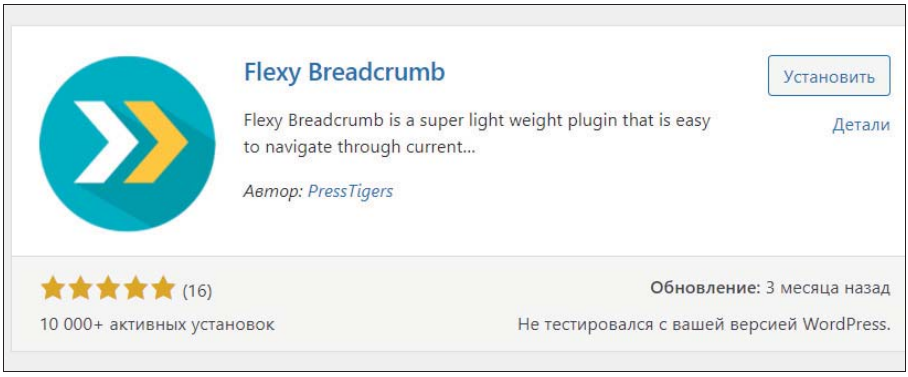


Рис. 4.53. Теперь плагин будет работать правильно

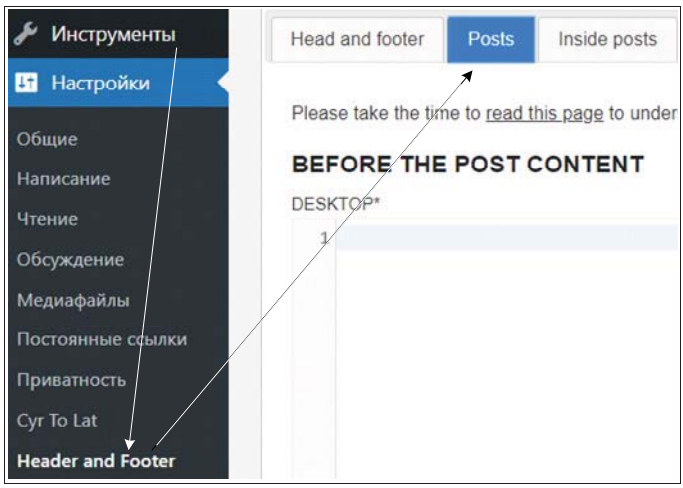


Рис. 4.54. Выполняем цепочку команд, показанную стрелками

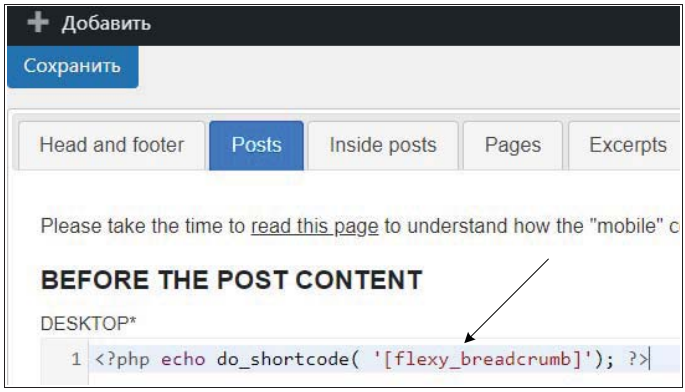


Рис. 4.55. Шорткод вставлен

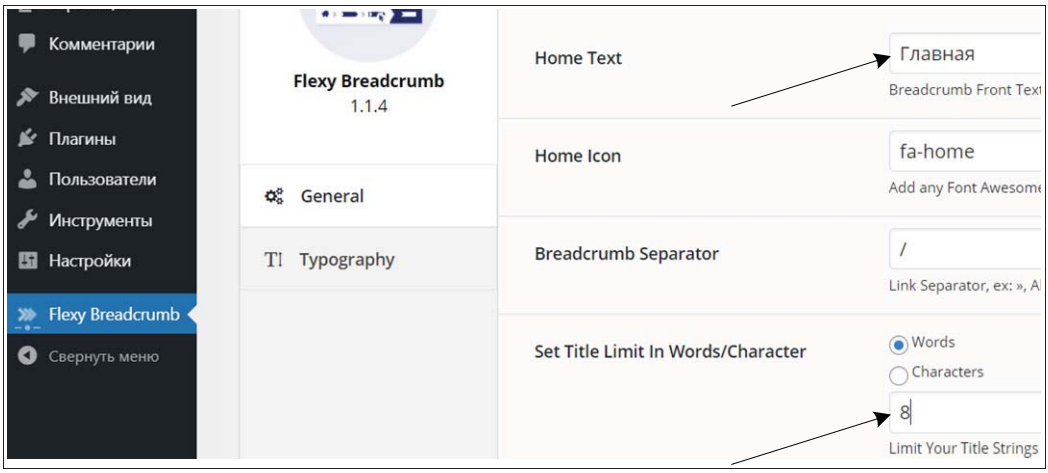


Рис. 4.56. Настраиваем плагин **Flexy Breadcrumb**

Теперь осталось только выполнить и сохранить настройки плагина **Flexy Breadcrumb** (рис. 4.56). По желанию на вкладке **Типографика** можно настроить параметры шрифта для «крошек» (рис. 4.57).

Результат добавления на сайт «хлебных крошек» показан на рис. 4.58.

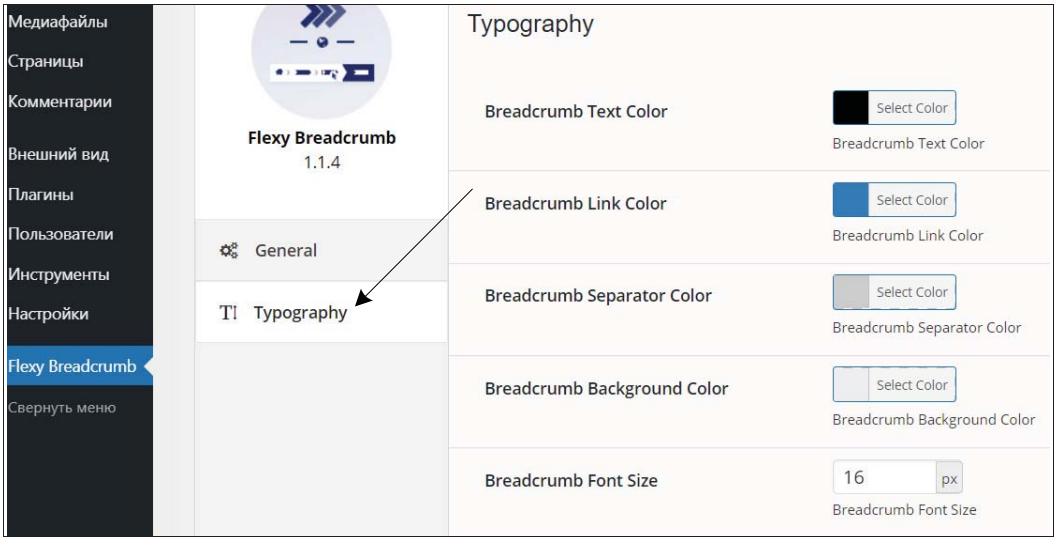


Рис. 4.57. Окно настройки шрифтов для «хлебных крошек»

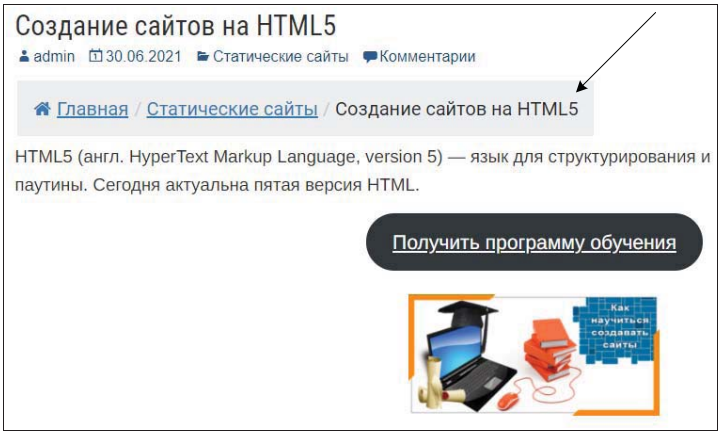


Рис. 4.58. Стрелкой показана созданная нами навигационная цепочка «Хлебные крошки»

Создание эффекта «лайтбокс» для изображения: плагин *Simple Lightbox*

Новый термин

Lightbox (лайтбокс) — это эффект для изображений, который позволяет им открываться по щелчку мыши во всплывающем окне. Обычно в таком окне изображения показываются в увеличенном размере по сравнению с выведенным на сайте.

Для создания эффекта «лайтбокс» находим, устанавливаем и активируем плагин **Simple Lightbox** (рис. 4.59). Затем загружаем в библиотеку большое (оригинальное) изображение (рис. 4.60), переходим на редактирование записи, вставляем в запись блок **Изображение** (рис. 4.61) и добавляем в него файл изображения из библиотеки (рис. 4.62).

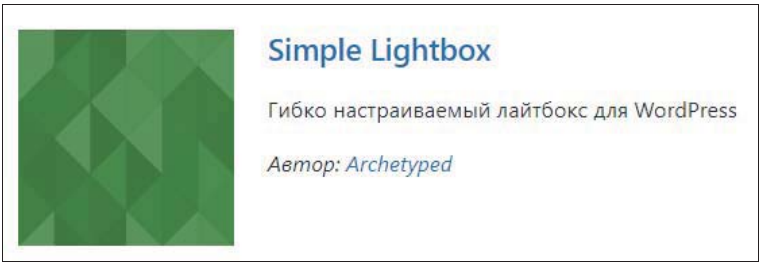


Рис. 4.59. Плагин для создания эффекта «лайтбокс»

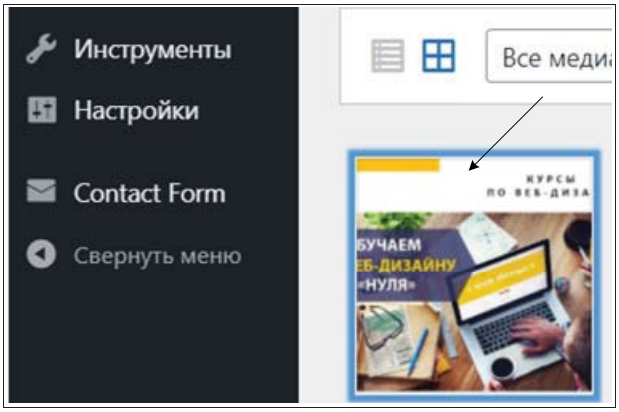


Рис. 4.60. Помещаем медиафайл в библиотеку

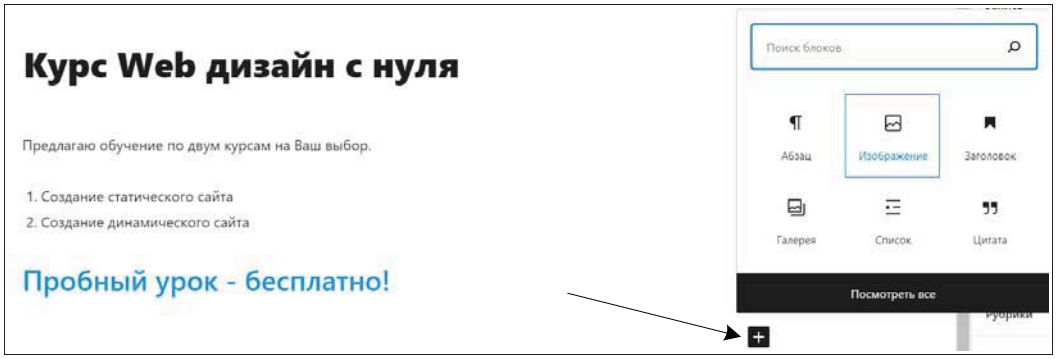


Рис. 4.61. Вставка в запись блока **Изображение**

В панели **Блок**, расположенной в правой части окна, уменьшаем изображение — например, до 25% от оригинала (рис. 4.63). В записи нажимаем на значок ссылки (рис. 4.64), выбираем **Медиафайл** (рис. 4.65) и нажимаем на кнопку **Обновить**.

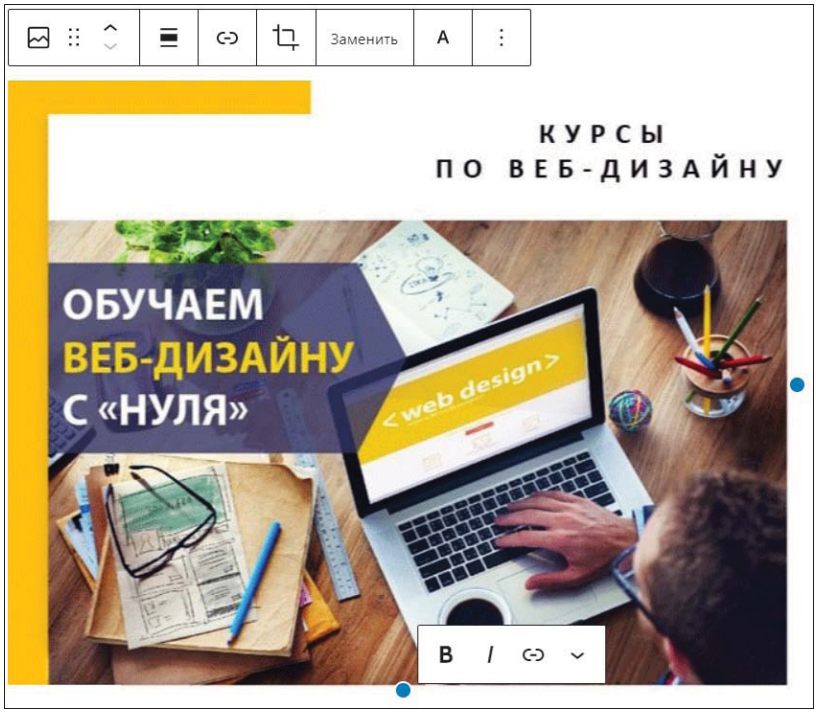


Рис. 4.62. Изображение для создания эффекта «лайтбокс»

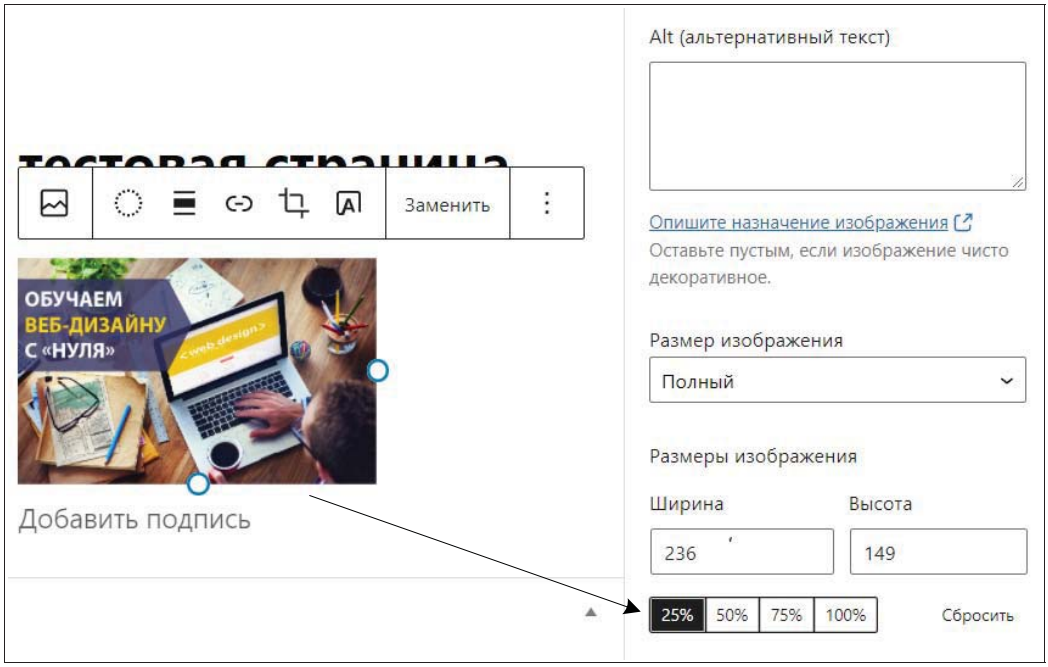


Рис. 4.63. Уменьшаем изображение до 25% от оригинала

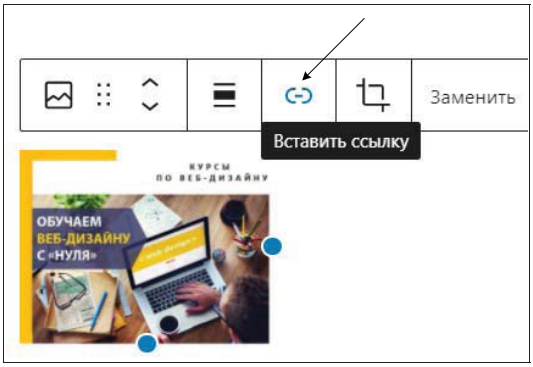


Рис. 4.64. Вставка ссылки

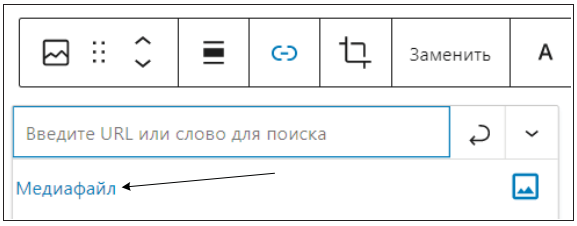


Рис. 4.65. В качестве адреса ссылки выбрано слово поиска **Медиафайл**

Осталось проверить результат: по нажатии на маленькое изображение (25% от оригинала) должно открываться изображение большое (оригинальное).

Создание кнопки

Выполните команду **Консоль | Записи,** выберите нужную вам запись и нажмите на кнопку **Изменить** (рис. 4.66). Перейдите в запись и щелкните на значке , чтобы

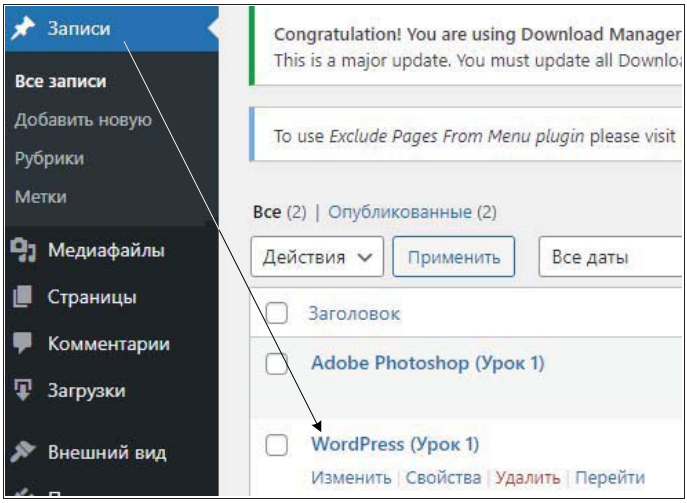


Рис. 4.66. Будем ставить кнопку на этой записи

Добавить блок (рис. 4.67). В панели **Блок**, расположенной в правой части окна, вы можете настроить параметры кнопки: ее цвет, шрифт и др. (рис. 4.68). Готовая кнопка показана на рис. 4.69.

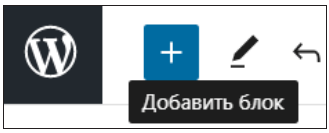


Рис. 4.67. Добавляем блок редактора

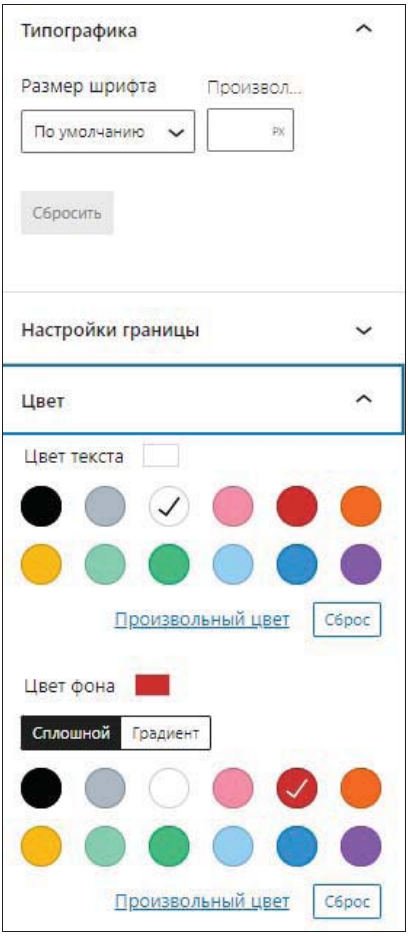


Рис. 4.68. Настраиваем параметры кнопки

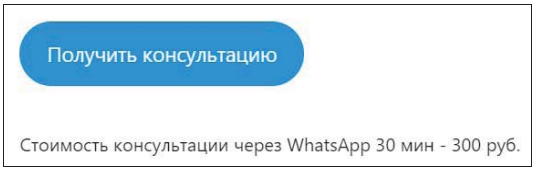


Рис. 4.69. Кнопка готова

Создаем кнопку «Наверх»: плагин *WPFront Scroll Top*

На длинных страницах сайта имеет смысл в нижней их части установить кнопку **Наверх**. Для этих целей мы применим плагин **WPFront Scroll Top** (рис. 4.70). Найдите его, установите, активируйте, включите (рис. 4.71) и выберите вид кнопки, которая будет размещена внизу страниц сайта (рис. 4.72).

Сохраните изменения. В результате кнопка появится сразу на всех страницах сайта.



Рис. 4.70. Плагин для создания кнопки **Наверх**

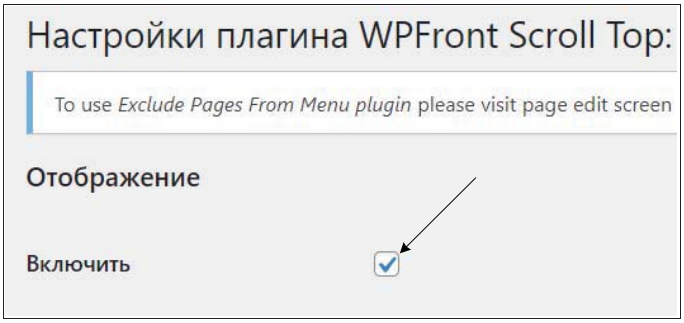


Рис. 4.71. Устанавливаем флажок **Включить**



Рис. 4.72. Выбираем вид кнопки

Ссылка на сайте на номер телефона, Skype и отправку СМС

Вставка на страницу блока шорткода открывает ряд возможностей для пользователя вашего сайта:

- кликабельную ссылку на номер телефона делает следующий шорткод:

```
<a href="tel:+79082914207">+7(908) 2914207</a>
```

- а это кликабельная ссылка с номером телефона и текстом:

```
<a href="tel:+7(908) 2914207">Позвоните нам</a>
```

По нажатии на такие ссылки пользователи мобильных устройств смогут, не совершая дополнительных действий, позвонить вам.

Используя шорткод, вы также сможете добавить кликабельную ссылку на ваш Skype:

```
<a href="skype:j_blaky">Skype</a>
```

и создать ссылку для отправки СМС-сообщения:

```
<a href="sms: +7(908)2914207">Нажмите эту ссылку для отправки СМС-сообщения автору
сайта</a>
```

Разместить блок **Шорткод**, а затем вставить в него приведенные HTML-коды можно где угодно: в футере (подвале) темы, в хедере (заголовке), в боковой панели, на страницах или в записях. Например, если вы выбрали два последних варианта, то ссылки на



Рис. 4.73. Так выглядят на сайте ссылки на Skype и для отправки СМС-сообщения

сайте будут такими (рис. 4.73). Когда вы нажмете на такую ссылку, вас попросят открыть соответствующее приложение, чтобы перейти в Skype или отправить СМС.

Список основных мероприятий по обслуживанию веб-проекта

Если вы работаете с заказчиком сайта, то и вы, и он должны понимать, что создание сайта и его обслуживание — это разные (отдельные) задачи. Обслуживание сайта — это комплекс мероприятий, служащих для решения следующих задач:

- поддержание непрерывной работоспособности и доступности сайта;
- развитие и раскрутка проекта;
- работа с контентом;
- добавление новых публикаций;
- обновление программного обеспечения, апдейты системы управления контентом и плагинов;
- мониторинг производительности сайта;
- очистка кода, валидация и стандартизация;
- проверка правильности отображения веб-страниц в разных типах браузеров, в том числе и на мобильных устройствах;
- сохранение файлов сайта, данных и защита от киберугроз (антивирусная защита, защита от DDoS-атак);
- регулярное резервирование (создание копий сайта и данных, их хранение в надежных местах);
- анализ статистики посещаемости;
- исследование трафика;
- мониторинг целевой аудитории;
- контроль и анализ поведения посетителей;
- поисковая оптимизация. Контроль скорости загрузки страниц;
- проверка актуальности аренды домена и хостинга;
- аудит сайта и тестирование работы функций;
- SEO-аудит, включающий проверку внешних и внутренних ссылок, анализ семантического ядра, мониторинг каналов трафика, проверку целевой аудитории;
- проверка внешних и внутренних ссылок на работоспособность и качество.

ГЛАВА 5



Полезные плагины и приемы работы с сайтом

В этой главе мы продолжим наполнять сайт контентом и рассмотрим ряд полезных плагинов, которые могут потребоваться вам в вашей работе над сайтом.

Защита текста на сайте от копирования: плагин *WP-CopyProtect*

Если ваш сайт только начал работать, то текст с него могут скопировать к себе сайты с более высоким уровнем индексирования, более долгой историей существования, и тогда этот текст будет проиндексирован в первую очередь у них, и у них же он окажется уникальным. Для защиты текста на сайте от копирования можно воспользоваться плагином **WP-CopyProtect** (рис. 5.1), который дает возможность запретить пользователям сайта копировать с него текст.

Итак, в консоли выполняем команду **Плагины | Добавить** новый, ищем этот плагин, скачиваем его, устанавливаем и активируем (рис. 5.1).



Рис. 5.1. Плагин **WP-CopyProtect**

Выполните для плагина настройки, показанные на рис. 5.2, и нажмите на кнопку **Save Setting**. Теперь при попытке копирования текста с вашего сайта его посетитель получит такое сообщение (рис. 5.3).

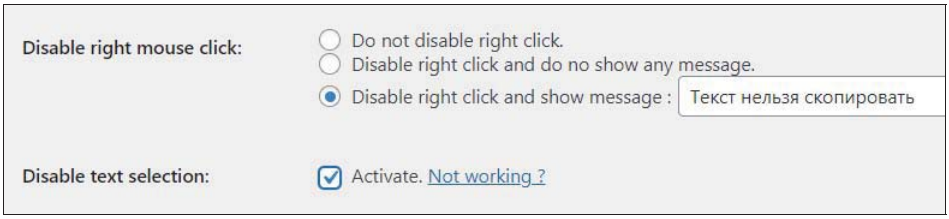


Рис. 5.2. Здесь вы можете сделать запись **Текст нельзя скопировать** или какую-либо свою аналогичную

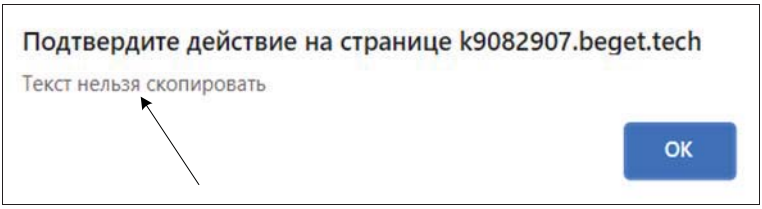


Рис. 5.3. Текст на сайте защищен от копирования

Защита изображений на сайте: плагин водяного знака *Image Watermark*

Бесплатный плагин **Image Watermark** позволяет автоматически добавлять водяные знаки к изображениям, загруженным в медиабиблиотеку WordPress. Скопировать картинки, защищенные этим плагином, нельзя. Так что ищем этот плагин, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.4).

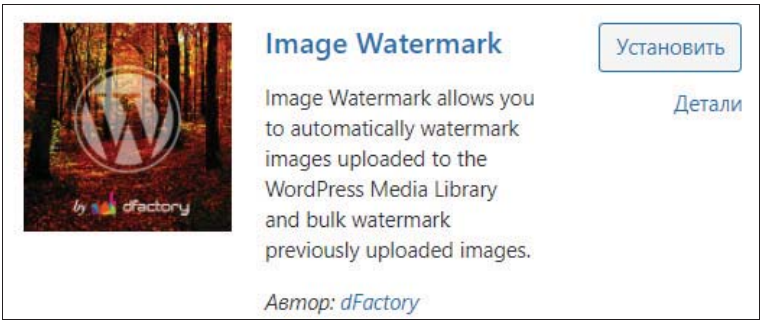


Рис. 5.4. Плагин **Image Watermark**

Будем считать, что собственно изображение водяного знака у нас уже есть. Осталось только настроить работу плагина. Для этого устанавливаем флажки добавления и наложения водяного знака, как показано на рис. 5.5, загружаем его изображение (рис. 5.6) и запрещаем копирование картинок, установив флажки, показанные на рис. 5.7.

Выполнив указанные настройки, нажмите на кнопку **Сохранить изменения**. Всё — теперь картинки скопировать с сайта нельзя. Продемонстрируем это на примере. Для этого загрузим в библиотеку какое-либо изображение — при наших настройках знак на

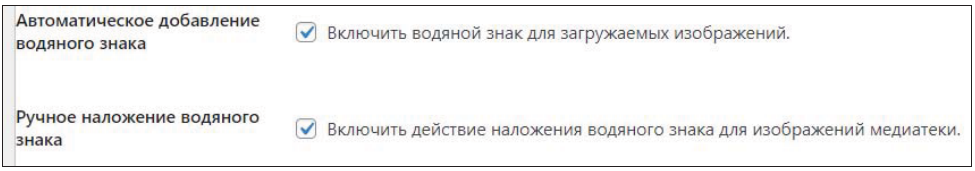


Рис. 5.5. Активируем эти флажки

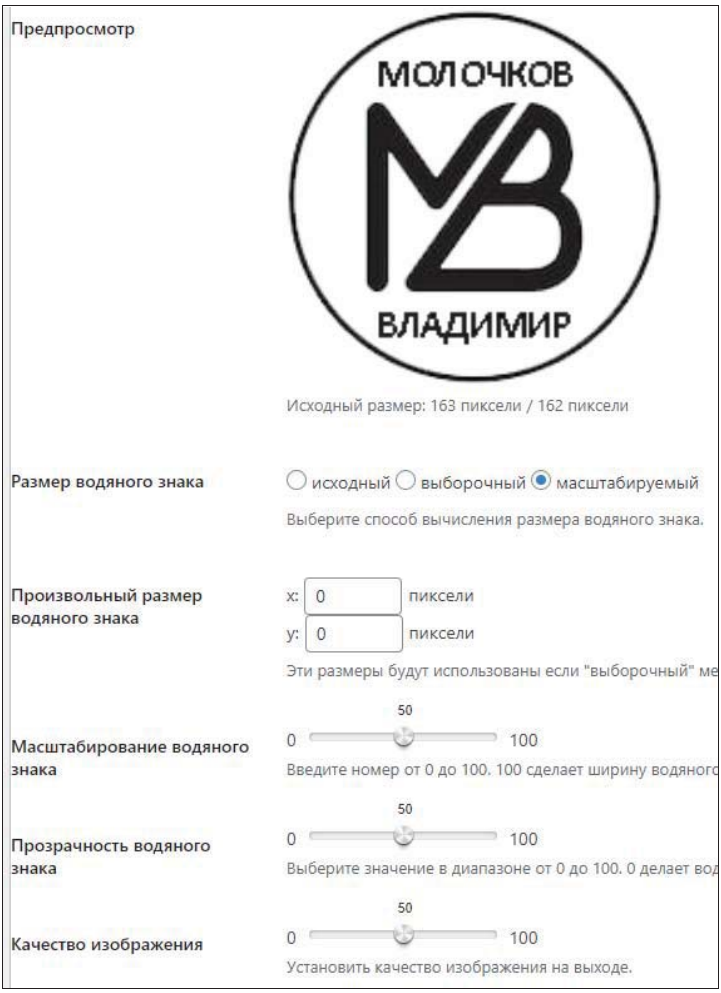


Рис. 5.6. Загружаем изображение водяного знака

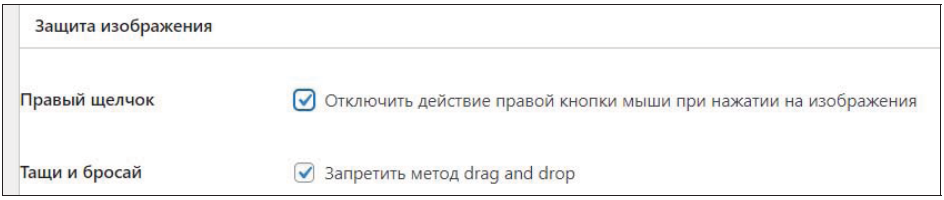


Рис. 5.7. Этими флажками запрещаем копирование картинки

нем появится автоматически (рис. 5.8). И если теперь вставить это изображение на страницу, то сквозь него будет просматриваться знак и оно окажется защищенным от копирования (рис. 5.9).

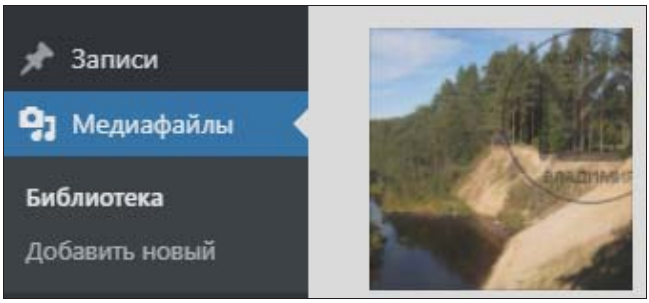


Рис. 5.8. При загрузке изображения в библиотеку на нем появляется водяной знак

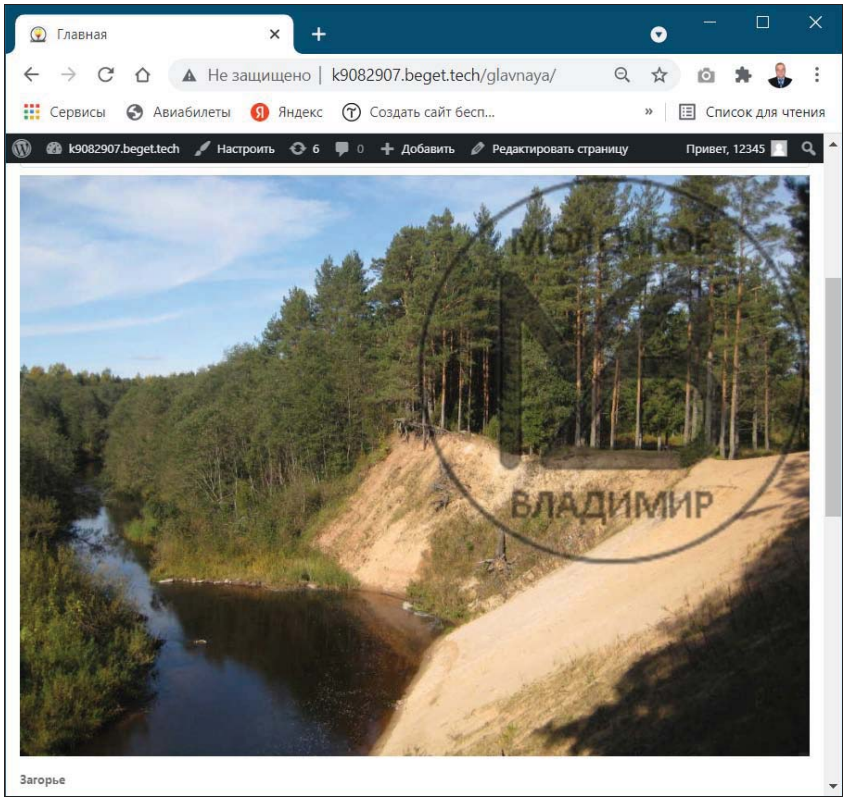


Рис. 5.9. Вид защищенного изображения на сайте

Если вы желаете вставлять водяной знак не в автоматическом, а в ручном режиме, то для выбранного изображения используйте команду **Применить водяной знак** (рис. 5.10). А если вы хотите на сайте иметь защищенное изображение, но без водяного знака, — загружайте его на сайт не из медиабиблиотеки, а напрямую (рис. 5.11).

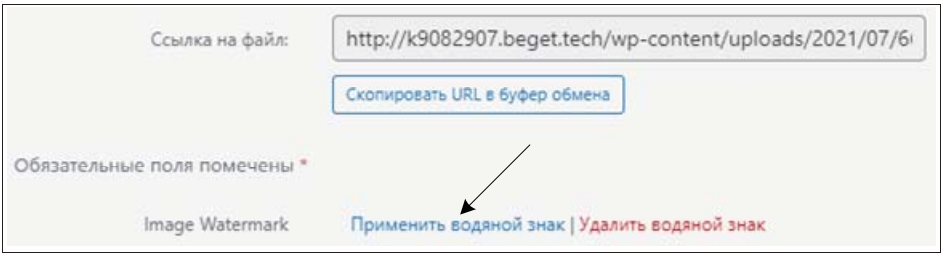


Рис. 5.10. Работа с водяным знаком в ручном режиме

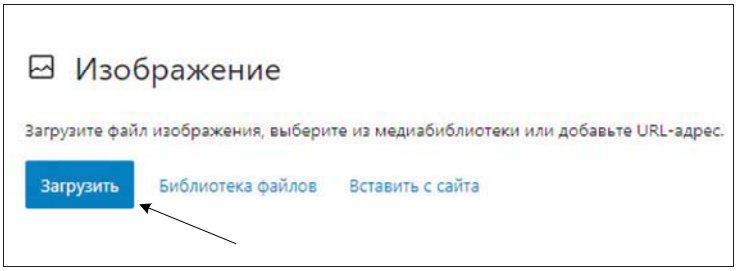


Рис. 5.11. Изображение будет защищено от копирования и без водяного знака

Делаем оглавление: плагин *Table of Contents Plus*

Для создания оглавления длинной статьи можно воспользоваться плагином **Table of Contents Plus** (TOC+) — ищем его, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.12).



Рис. 5.12. Плагин **Table of Contents Plus**



Рис. 5.13. Снимаем флажок **page**

В настройках плагина снимаем флажок **page** (рис. 5.13) и вписываем в соответствующее поле текст заголовка оглавления (рис. 5.14). Завершаем настройки нажатием на кнопку **Сохранить параметры.**

Теперь редактируем нашу статью — в точку, где должно появиться оглавление, вставляем шорткод `[toc]` (рис. 5.15) и нажимаем на кнопку **Обновить**. В результате для большой (длинной) статьи будет создано оглавление (рис. 5.16).

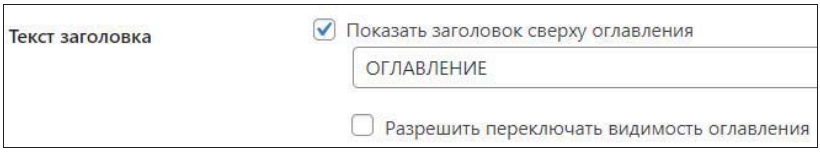


Рис. 5.14. Вписываем текст **Оглавление** (или **Содержание**)



Рис. 5.15. Вставляем шорткод [toc]

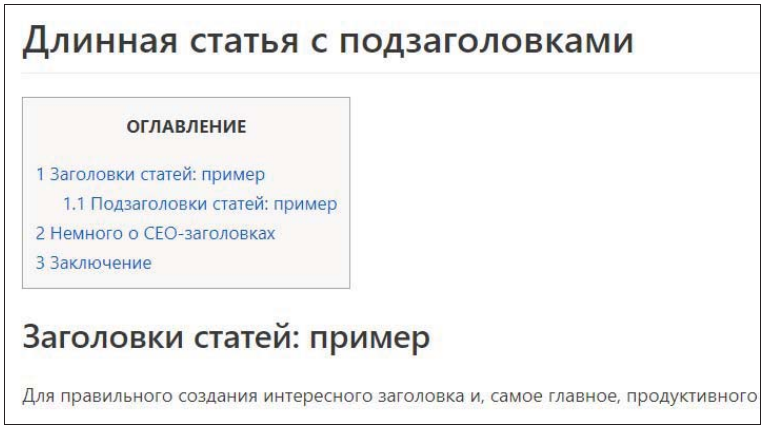


Рис. 5.16. Оглавление для длинной статьи создано

Защита сайта от взлома: плагин *Limit Login Attempts*

Плагин **Limit Login Attempts** служит для защиты консоли администратора WordPress от взлома. Он ограничивает количество попыток входа в консоль с неправильными логином или паролем. Для включения такой защиты ищем этот плагин, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.17).

Настройки плагина сосредоточены в четырех его вкладках (рис. 5.18). Впрочем, все настройки по умолчанию оптимальны (рис. 5.19), и изменять их не стоит.

И если злоумышленник попытается проникнуть в админку путем подбора пары логин/пароль, то после трех его попыток появится предупреждение: **У Вас осталась одна попытка**, после чего наступит блокировка ввода данных аккаунта.



Рис. 5.17. Плагин **Limit Login Attempts**

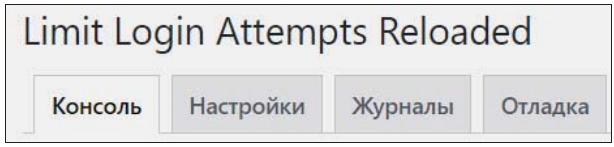


Рис. 5.18. Вкладки для настройки плагина

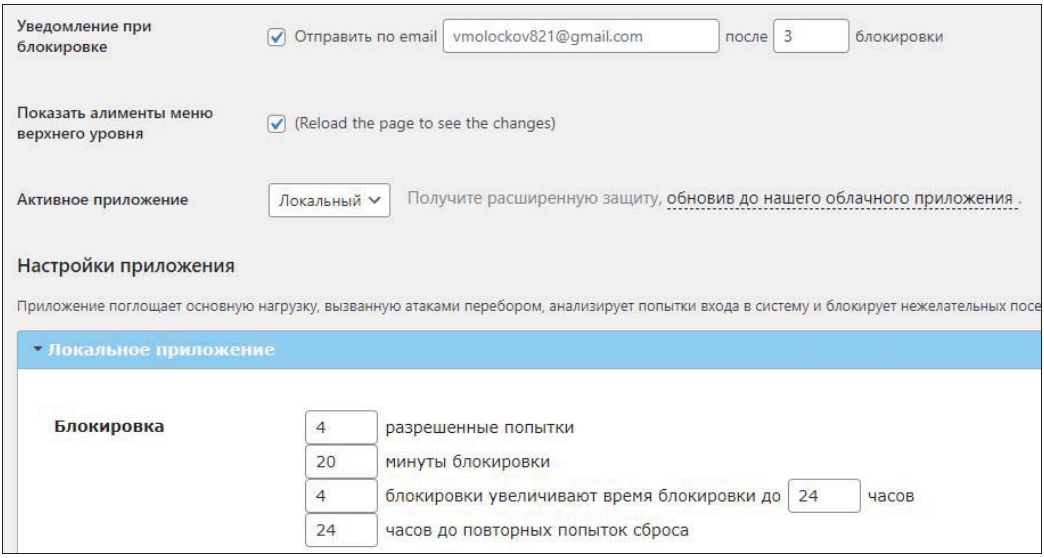


Рис. 5.19. Настройки плагина по умолчанию

Исключаем спам на своем сайте: плагин *Akismet Spam Protection*

Наилучший метод защиты от спам-комментариев — это вручную проверять каждый комментарий на сайте. Однако это трудоемкий и занимающий много времени подход. Поэтому стоит применить Akismet Spam Protection — самый популярный плагин для борьбы со спамом на WordPress. Он проверяет комментарии на спам-ссылки и блоки-



Рис. 5.20. Плагин **Akismet Spam Protection**

рует их. Для включения такой защиты ищем этот плагин, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.20).

Плагин **Akismet Spam Protection**:

- автоматически проверяет комментарии и подозрительные блокирует;
- предоставляет модератору (администратору) возможность корректировки действий плагина вручную;
- сохраняет историю пометок каждого комментария;
- имеет счетчик удаленных комментариев для каждого пользователя.

После установки и активации плагина вам потребуется настроить свою учетную запись (рис. 5.21). Плагин платный, но для личного сайта или блога его можно использовать бесплатно, нажав на кнопку **Получить личное** (рис. 5.22) и установив в **$0** ползунок в окне настройки фильтрации спама (рис. 5.23).

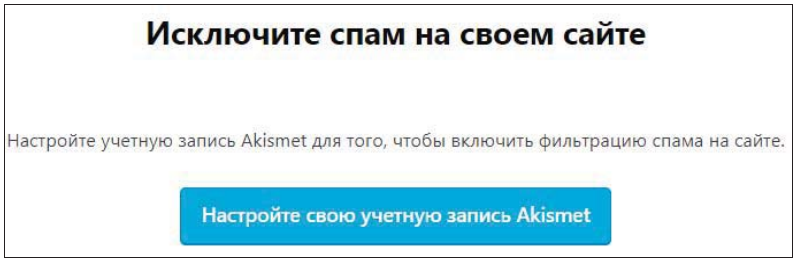


Рис. 5.21. Кнопка для настройки учетной записи

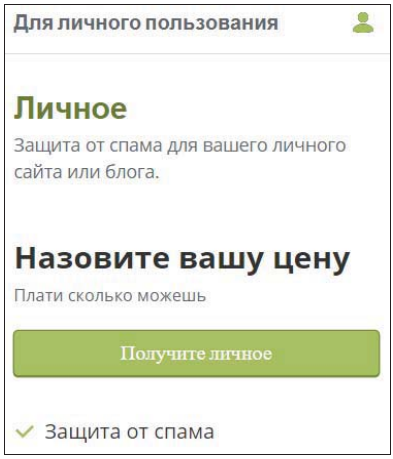


Рис. 5.22. Выбираем вариант личного использования плагина

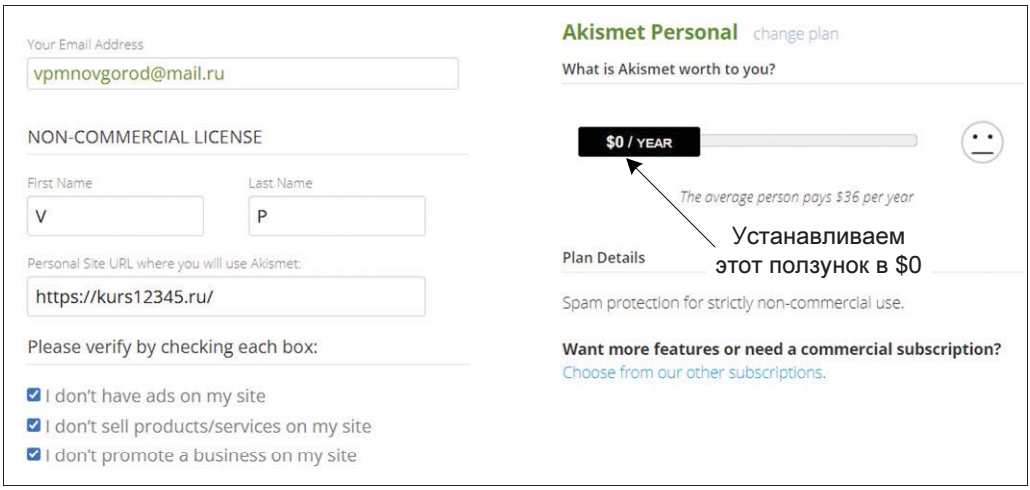


Рис. 5.23. Включаем фильтрацию спама на сайте бесплатно

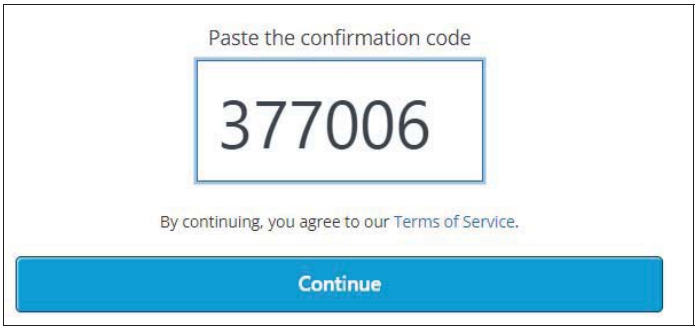


Рис. 5.24. Код для завершения настройки вашей учетной записи

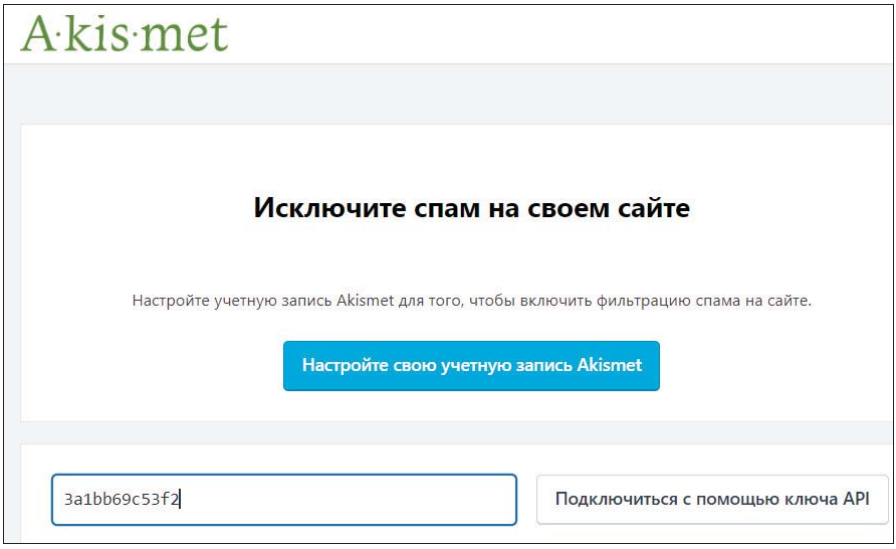


Рис. 5.25. Вводим ключ API вручную

В завершение настройки учетной записи на вашу почту придет код (рис. 5.24), а также ключ API — вставьте его в плагин в консоли вручную (рис. 5.25). По окончании настройки плагина вы получите соответствующее сообщение (рис. 5.26).

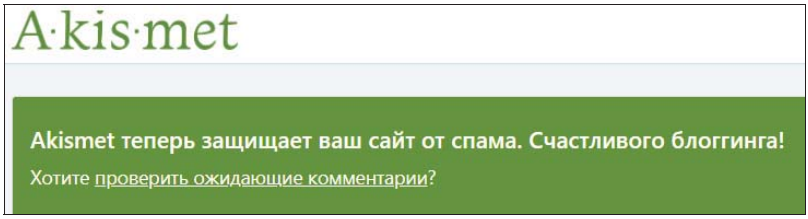


Рис. 5.26. Зашита от спама установлена

Публикуем на сайте видео

Рассмотрим два варианта: когда вы копируете видео с YouTube и когда вы выкладываете свое видео.

Вариант 1: берем видео с YouTube

В этом варианте мы рассмотрим два способа работы.

Способ 1: используем блок HTML

Находим на YouTube (**https://www.youtube.com/**) нужное видео, переходим по ссылке **Поделиться** (рис. 5.27), а затем нажимаем на кнопку **Встроить** (рис. 5.28) — появляется возможность задать демонстрацию видео с начала или с какого-либо момента фильма (рис. 5.29). Копируем предложенный код фильма и вставляем его на сайте в блок **HTML** (рис. 5.30). Осталось только обновить страницу — работа завершена (рис. 5.31).

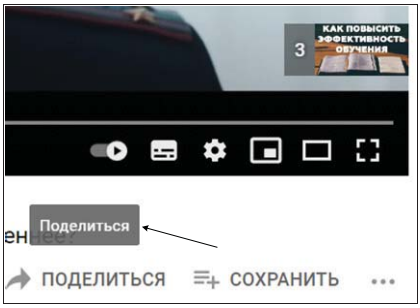


Рис. 5.27. Открываем на видео ссылку **Поделиться**

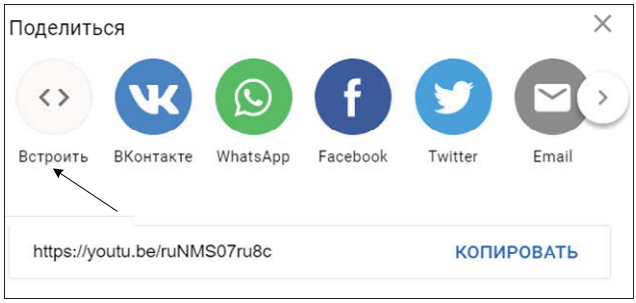


Рис. 5.28. Кнопка **Встроить**

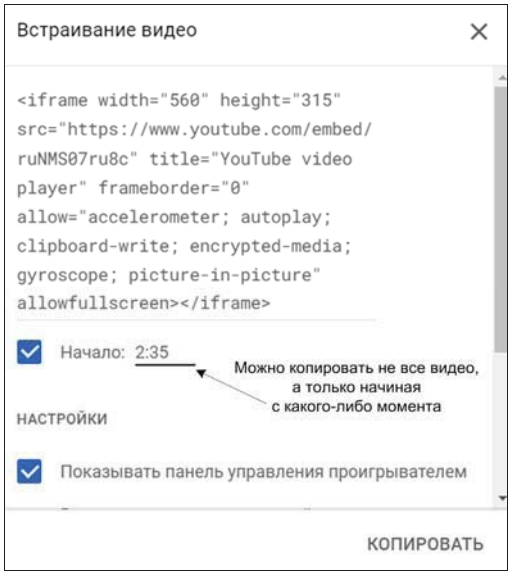


Рис. 5.29. Демонстрация клипа на сайте начнется со 2-й минуты



Рис. 5.30. Вставляем на сайте код фильма в блок **HTML**

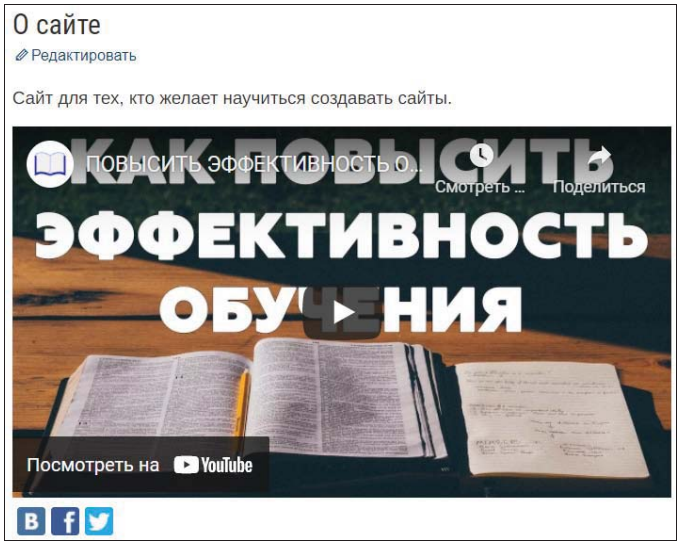


Рис. 5.31. Фильм с YouTube вставлен в наш сайт

Способ 2: используем блок YouTube

Видео с YouTube можно вставить в сайт несколько иначе: сначала вставляем в сайт блок **YouTube** (рис. 5.32), затем на сайте **https://www.youtube.com/** находим нужный видеоролик и копируем его URL (рис. 5.33), после чего на сайте вставляем эту ссылку в блок **YouTube** (рис. 5.34) и завершаем процесс командой **Вставить | Обновить** (рис. 5.35).

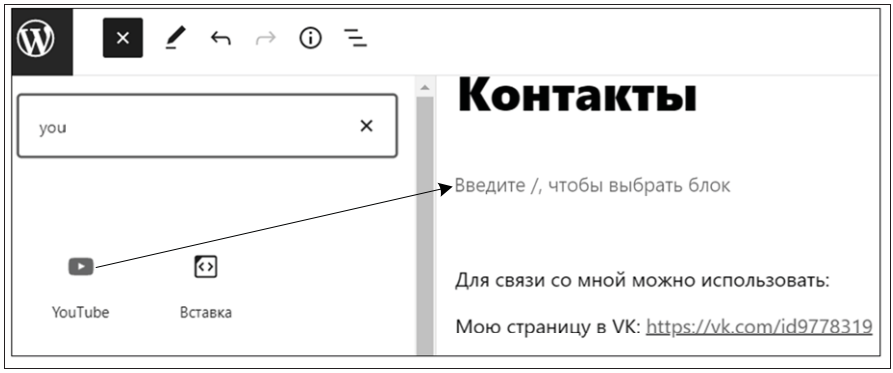


Рис. 5.32. Вставляем в запись блок **YouTube**

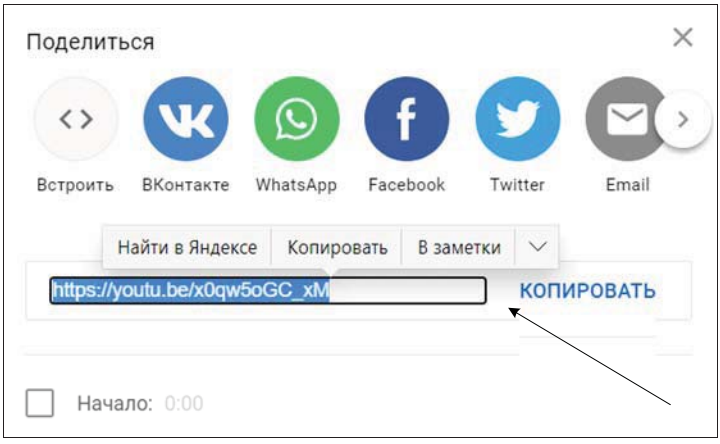


Рис. 5.33. Копируем интернет-адрес (URL) нужного нам видео

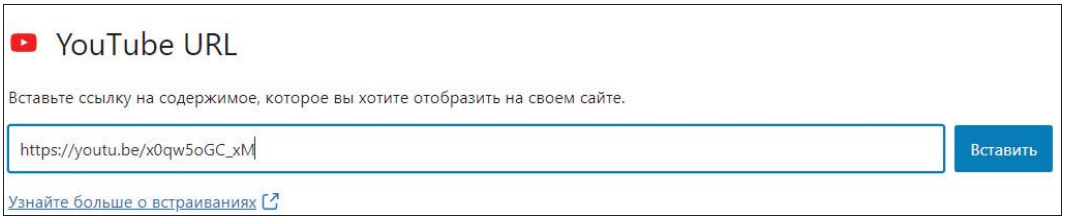


Рис. 5.34. Вставляем адрес видео на сайт

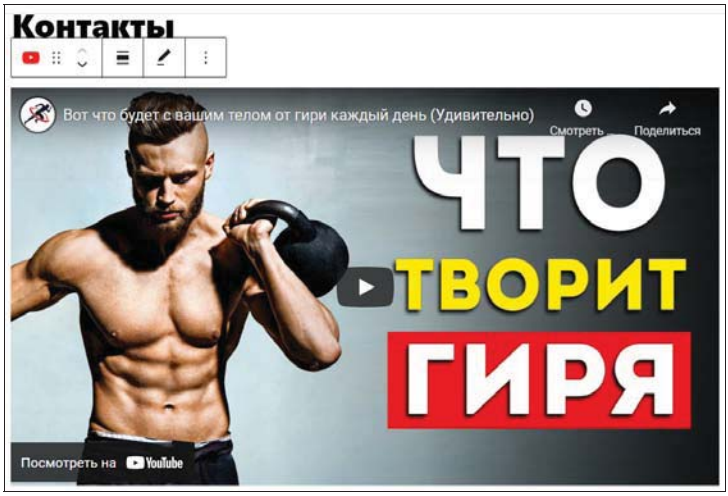


Рис. 5.35. Видео с YouTube вставлено на сайт

Вариант 2: выкладываем на сайт свое видео

Вставляем на страницу сайта блок **Видео** (рис. 5.36), загружаем видеофайл в медиабиблиотеку, затем вытаскиваем его из библиотеки на страницу сайта и пишем для него название (рис. 5.37).



Рис. 5.36. Блок **Видео**



Рис. 5.37. Файл своего видео загружен на сайт

Публикуем на сайте звуковые файлы

Здесь мы также рассмотрим два способа работы.

Способ 1: используем блок Аудио

В этом способе звуковой файл появится в конкретной, выбранной нами записи. Загружаем в библиотеку звуковой файл (*.mp3), создаем новую запись, вставляем в запись блок **Аудио** (рис. 5.38) и звуковой файл из библиотеки вставляем в блок **Аудио.**

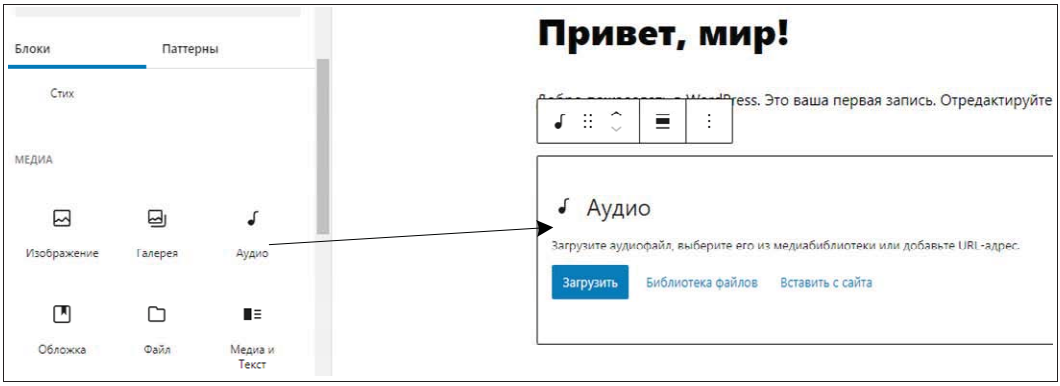


Рис. 5.38. Вставка аудиофайла в блок **Аудио**

Способ 2: используем виджеты

Этим способом звуковой файл можно разместить не на одной, а сразу на нескольких страницах. Выполните команду **Консоль | Внешний вид | Виджеты | Аудио** (рис. 5.39). После нажатия на кнопку **Сохранить** в правом сайдбаре страницы появится проигрыватель, в котором выбранный нами звуковой файл можно будет воспроизвести (рис. 5.40).

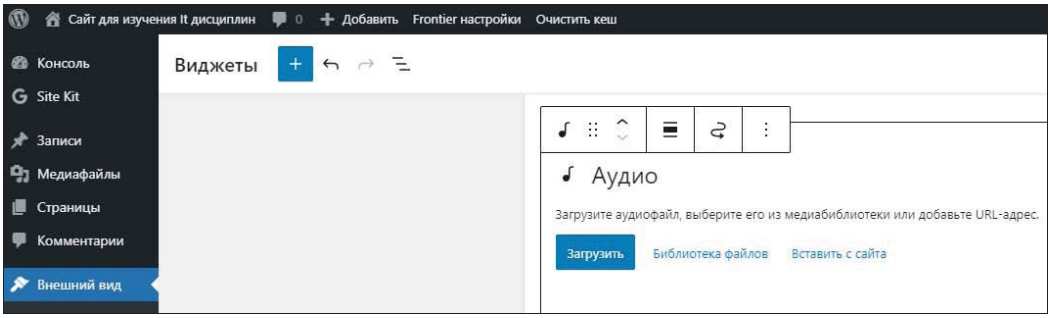


Рис. 5.39. Находим в виджетах блок **Аудио**, вставляем его в правый сайдбар

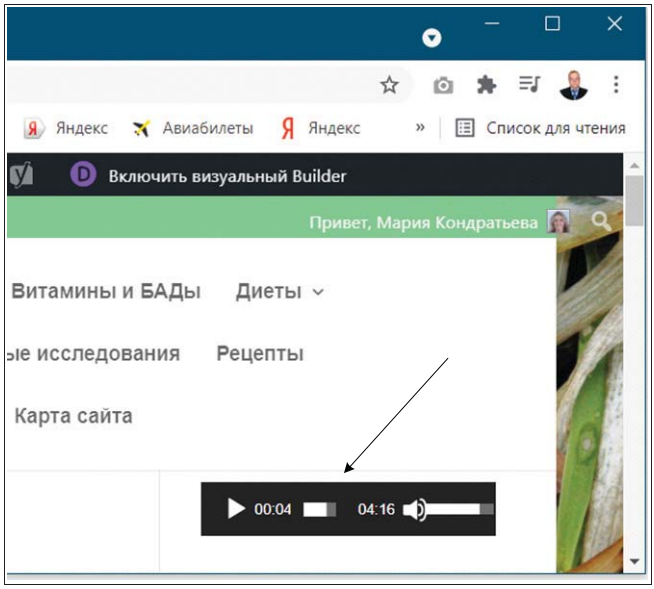


Рис. 5.40. Звуковой файл размещен на сайте

Публикуем на сайте неуникальный контент

Размещенный на сайте неуникальный контент следует исключать из поиска, поскольку поисковый робот воспримет его как плагиат. Предположим, например, что нам надо опубликовать на своем сайте чужие стихи. С этой целью мы создадим новую запись **Стихи** и скопируем в нее небольшое стихотворение (рис. 5.41).

Чтобы исключить этот не принадлежащий нам (неуникальный) текст из обработки поисковыми машинами, в нижней части страницы со стихами в плагине **Yoast SEO**

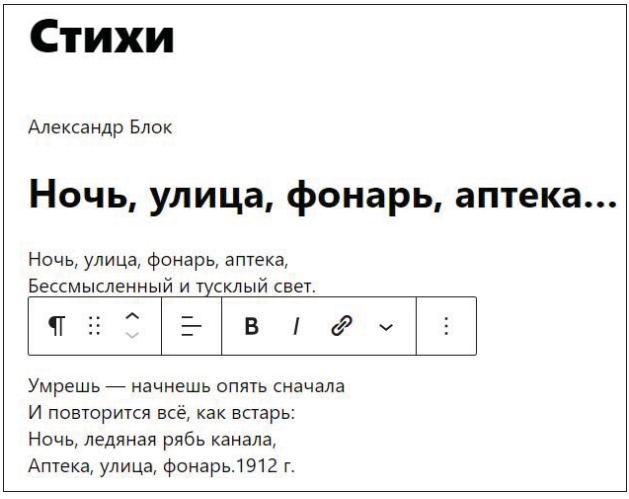


Рис. 5.41. Запись **Стихи** сформирована

сделаем следующую настройку (рис. 5.42) и завершим нажатием на кнопку **Опубликовать**.

Примечание

Более подробно плагин **Yoast SEO** рассматривается в *главе 7* (см. *разд. «Настройка SEO-плагина Yoast SEO»*).

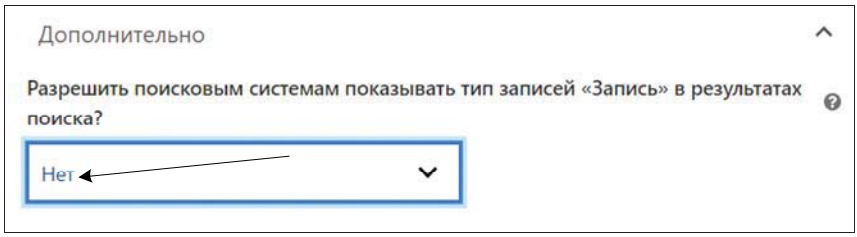


Рис. 5.42. Запрещаем поисковым системам обрабатывать эту запись

Создаем на сайте опрос: плагин *WP-Polls*

Для создания опроса можно воспользоваться плагином **WP-Polls** — ищем его, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.43). Теперь мы должны создать опрос и поместить его в сайдбар либо на страницу сайта. Рассмотрим эту процедуру по шагам.

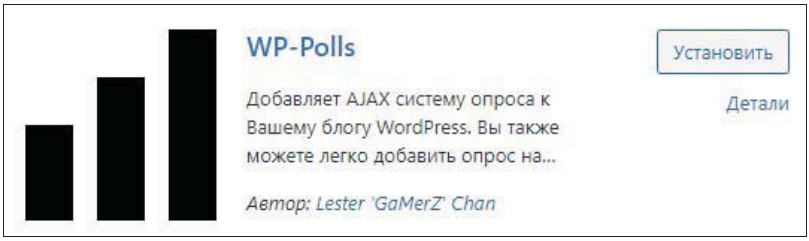


Рис. 5.43. Плагин **WP-Polls**

Шаг 1: выводим опрос на страницу

Выполните в консоли команду **Опросы | Добавить опрос** и создайте новый опрос (рис. 5.44). Нажмите на кнопку **Добавить опрос** — как показано на рис 5.45, опрос добавляется на страницу с помощью шорткода.

Чтобы опрос появился на странице, необходимо зайти на нее в режиме редактирования и вставить блок шорткода:

```
[poll id= «3»]
```

Здесь `3` — это номер опроса, если их несколько (рис. 5.46).

Установку опроса на страницу завершите нажатием на кнопку **Обновить**.

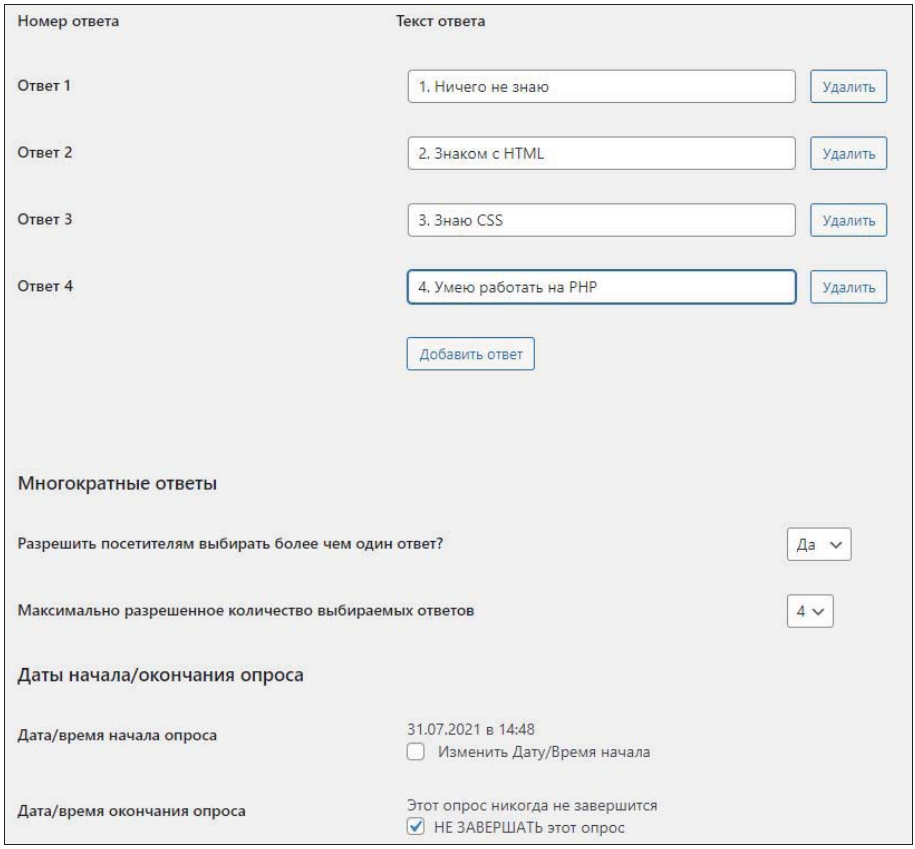


Рис. 5.44. Создаем опрос с четырьмя вариантами ответов

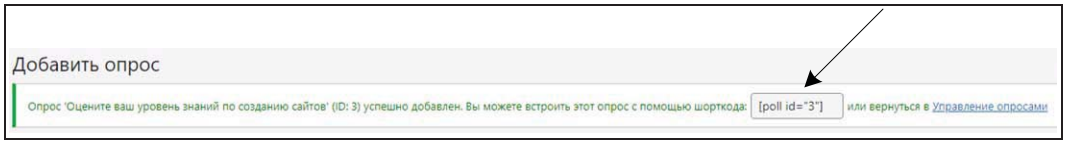


Рис. 5.45. Шорткод нашего опроса

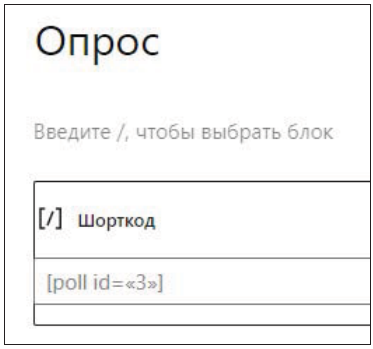


Рис. 5.46. Вставляем на страницу блок шорткода

Шаг 2: помещаем опрос в сайдбар

Опрос можно вывести не на одну страницу сайта, а на все. Для этого шорткод следует поместить в сайдбар: добавьте в сайдбар блок **Опрос**, выполните в консоли команду **Внешний вид | Виджеты** и шорткод опроса — т. е. компонент `[poll id= «3»]` — вставьте в блок **Опрос**. Завершается настройка виджета нажатием на кнопку **Обновить** (рис. 5.47). Созданный опрос показан на рис. 5.48.

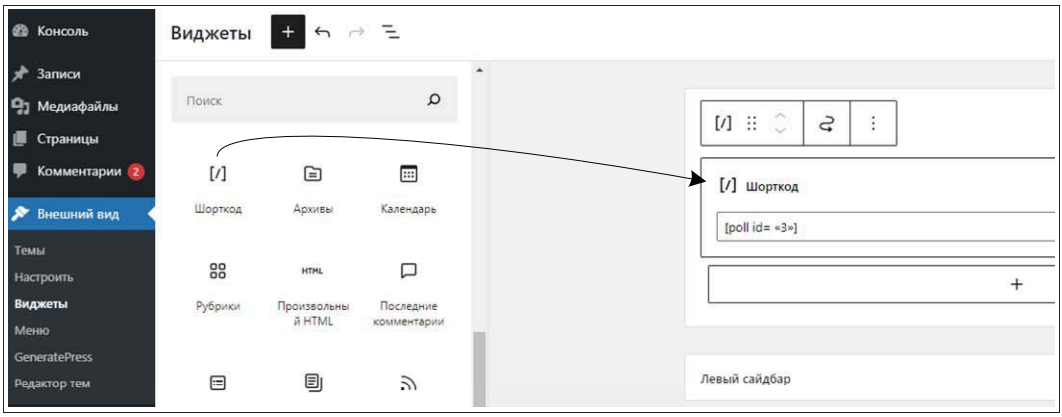


Рис. 5.47. Настраиваем параметры виджета **Опрос**

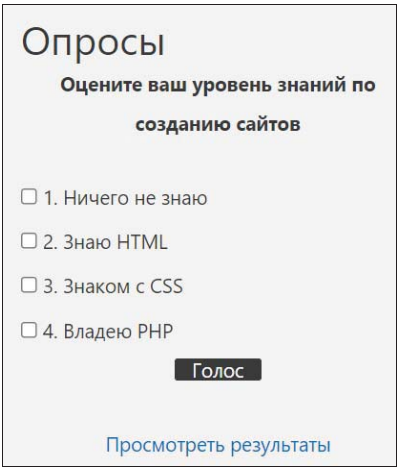


Рис. 5.48. Пример опроса, размещенного в правом сайдбаре

Совет

При работе с плагинами следует иметь в виду, что они могут конфликтовать как с темой сайта, так и с друг другом, а также с вашей версией WP. Например, плагин **WP-Polls** может не дружить с плагином **WP-Minify**, который ускоряет работу сайта. Для устранения этого конфликта в настройках **WP-Minify** нужно снять флажок **Enable JavaScript Minification**. Остальные конфликты в каждом случае надо решать индивидуально.

Создание галереи: плагин *Slider, Gallery, and Carousel by MetaSlider*

Для создания галереи можно воспользоваться плагином **Slider**, **Gallery, and Carousel by MetaSlider** — ищем его, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.49). Здесь надо отметить, что на сегодня плагин **Slider, Gallery, and Carousel by MetaSlider** — самый популярный (700 тыс. установок) слайдер для WordPress, при этом он частично переведен на русский язык.

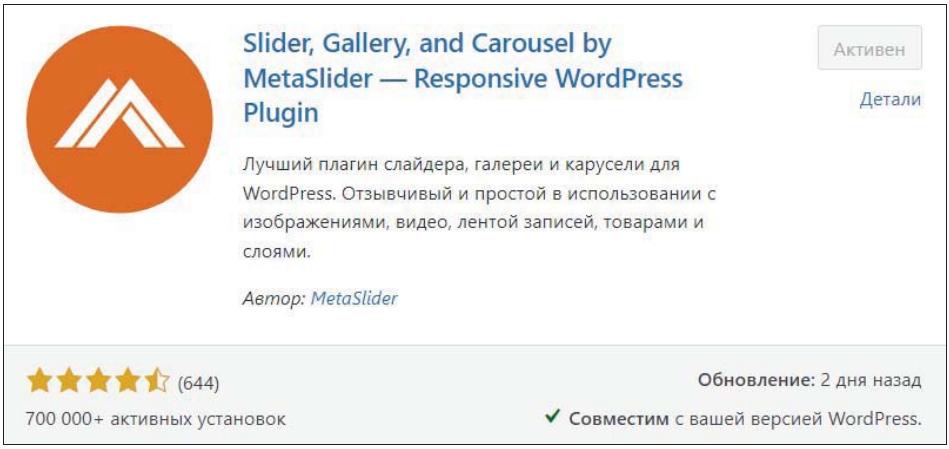


Рис. 5.49. Плагин **Slider, Gallery, and Carousel by MetaSlider** (автор MetaSlider)

Совет

Перед созданием галереи изображения для нее стоит подготовить одинаковыми в размере по одной из сторон: или по ширине, или по высоте. В нашем примере мы их сделали квадратными (рис. 5.50).

После установки в плагине вы увидите следующее меню (рис. 5.51). Находясь в блоке **MetaSlider**, выполните в верхней части окна консоли команду **Добавить** | **Gallery** (рис. 5.52), после чего добавьте в галерею изображения и дайте им заголовки (рис. 5.53). В полях, расположенных под галереей, задайте ее параметры (рис. 5.54). Выполнив указанные действия, нажмите на кнопку **Опубликовать** (рис. 5.55).

Примечание

Переводчики плагина на русский язык термины «Gallery» и «Слайдер» отождествляют. Вероятно, это связано с тем, что после создания слайдер выглядит как галерея.

Затем находим и копируем в буфер памяти шорткод галереи (на рис. 5.56 это `[ultimate_gallery id="430"]`) и вставляем его в блок **Шорткод** на любой странице или записи сайта (рис. 5.57). После нажатия на кнопку **Обновить** слайдер будет размещен в вашей записи или на странице сайта (рис. 5.58).

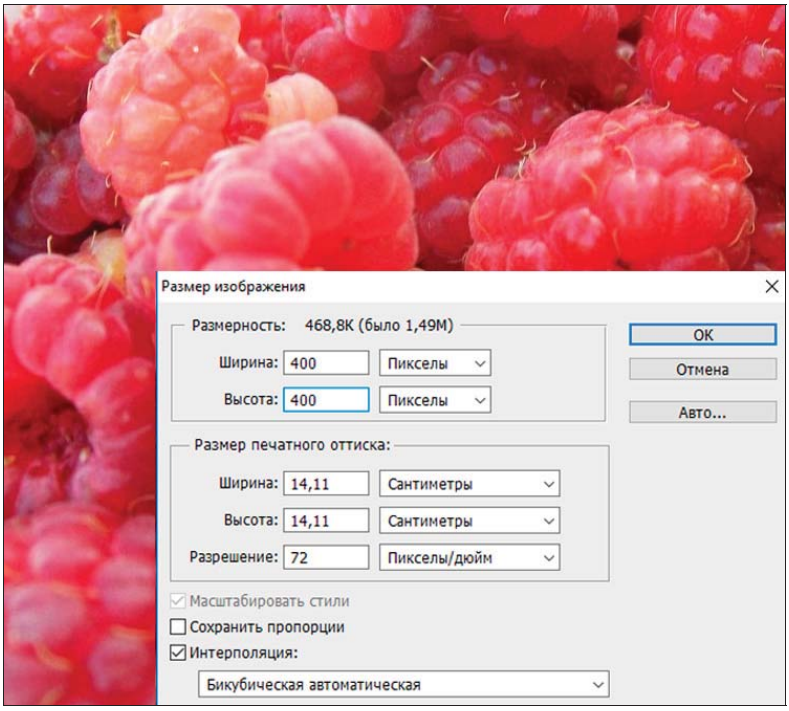


Рис. 5.50. Размеры изображений делаем одинаковыми по высоте и по ширине

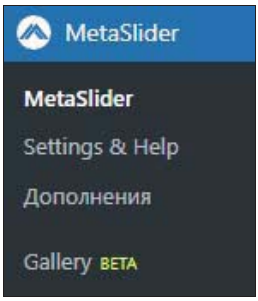


Рис. 5.51. Меню плагина **MetaSlider**

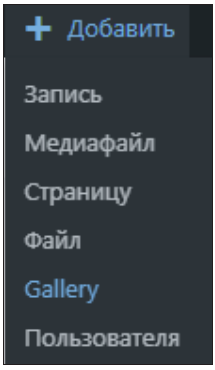


Рис. 5.52. Меню команды **Добавить**

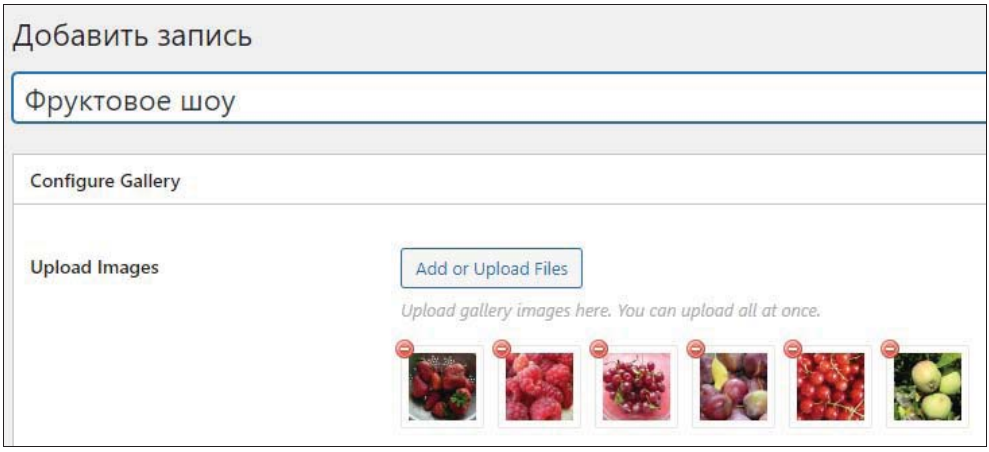


Рис. 5.53. Создаем фруктовое шоу

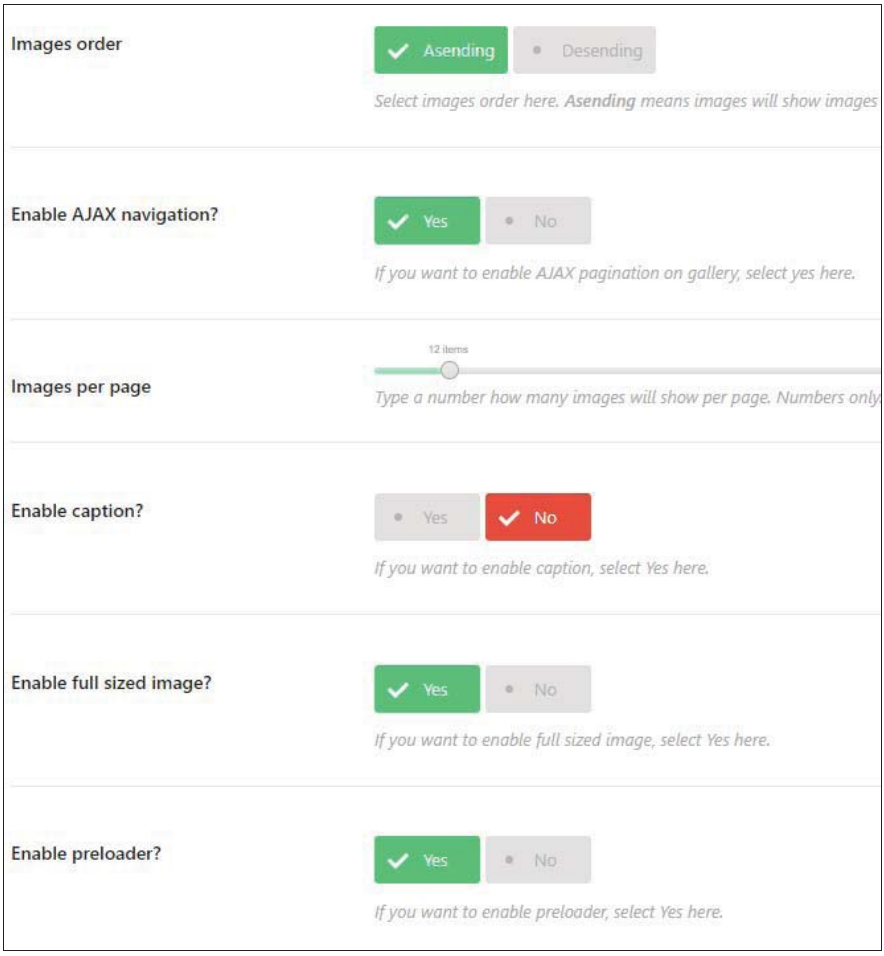


Рис. 5.54. Задаем настройки полей галереи

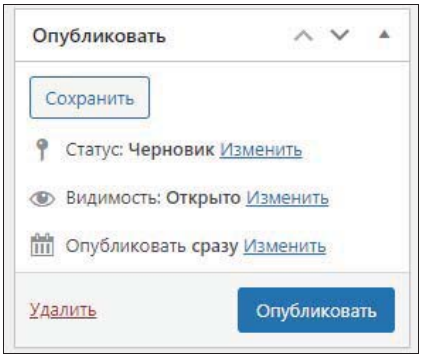


Рис. 5.55. Публикуем галерею

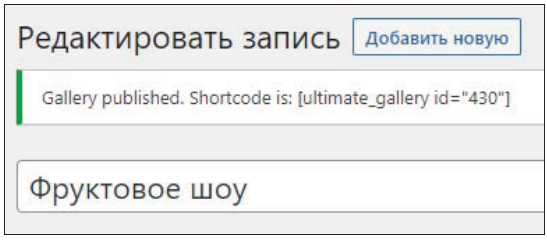


Рис. 5.56. Шорткод галереи: `[ultimate_gallery id="430"]`

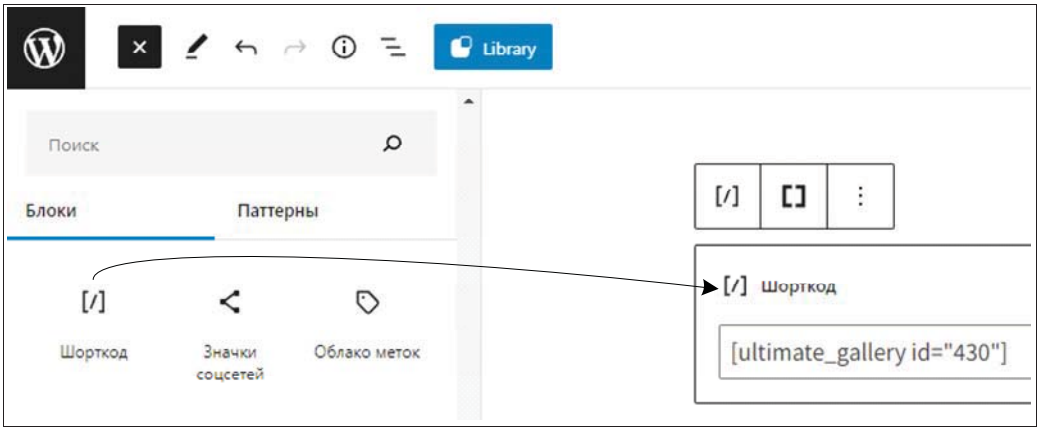


Рис. 5.57. Вставляем шорткод на любой странице или записи сайта



Рис. 5.58. Стрелками «влево» и «вправо» изображения можно листать

Добавление смайликов

Чтобы выбрать и разместить на сайте смайлик, заходим на сайт **https://ru.piliapp.com/emoji/list** (рис. 5.59). Выбранный здесь смайлик копируется в буфер обмена, а оттуда его можно вставить в ваш сайт.

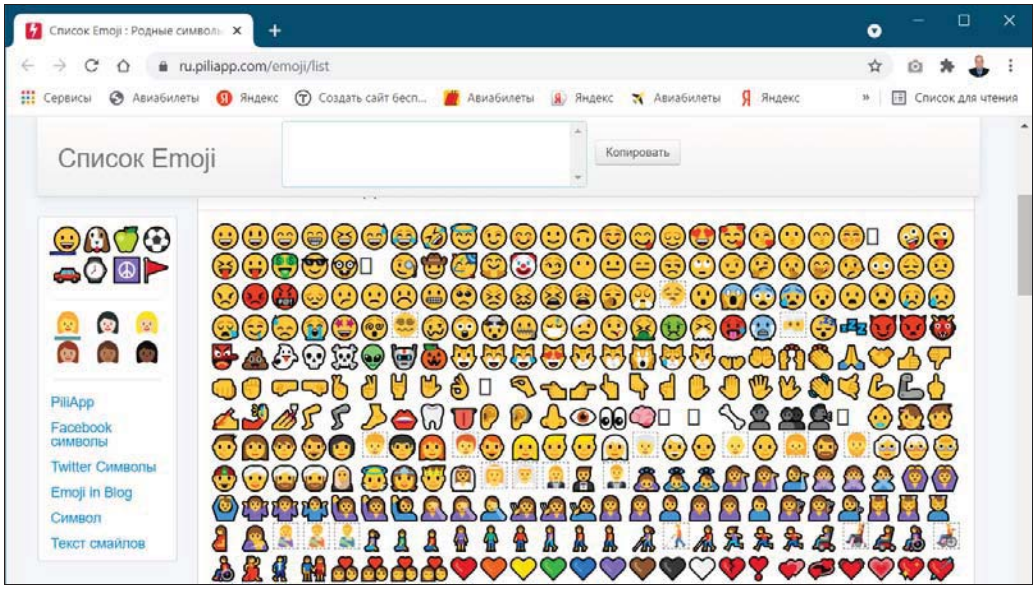


Рис. 5.59. Главная страница сайта **https://ru.piliapp.com/emoji/list**

Организуем скачивание с сайта предназначенных для этого материалов

Выполните на хостинге команду **Файловый менеджер | Public_html | Создать папку** (рис. 5.60) и загрузите в нее архив, который в дальнейшем будет скачиваться с сайта (рис. 5.61). В консоли WP вставьте в запись блок **Кнопки** и напишите на кнопке ее название (рис. 5.62). В расположенной справа панели вид кнопки можно настроить (рис. 5.63).

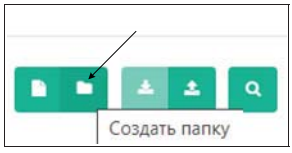


Рис. 5.60. В папке Public_html создаем новую папку

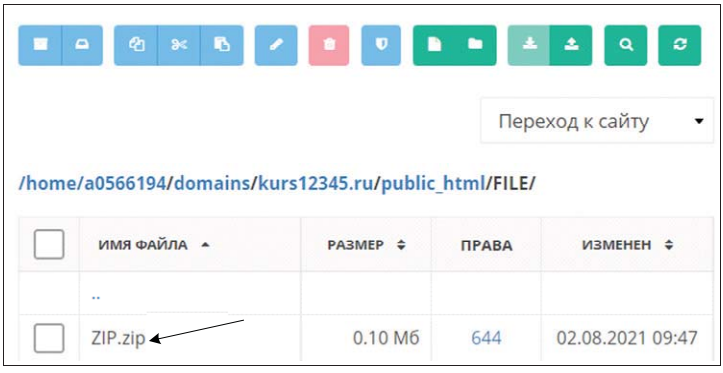


Рис. 5.61. Архив **ZIP.zip** пользователи смогут скачать

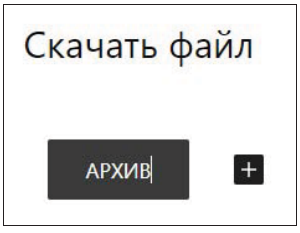


Рис. 5.62. Назовем нашу кнопку **Архив**

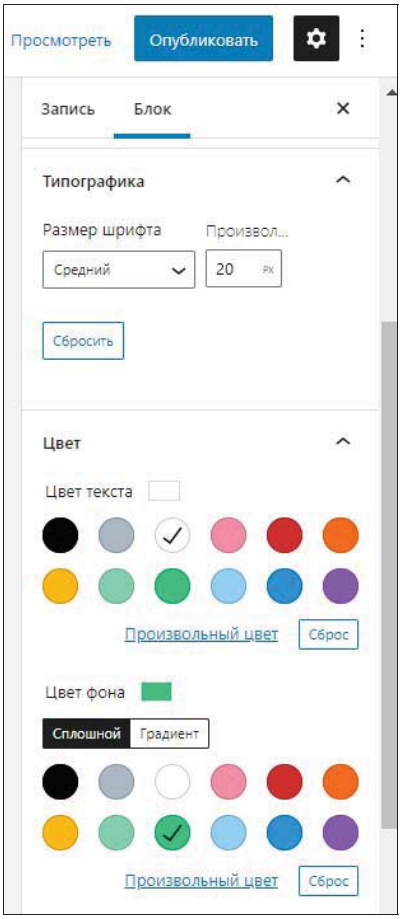


Рис. 5.63. Здесь можно настроить вид кнопки

В блоке **Кнопки** задайте ссылку на скачивание файла: **http://k9082907.beget.tech/12345_folder/ZIP.zip** (рис. 5.64). Обратите внимание, что ссылку мы прописываем вручную и она имеет такую структуру: **Домен | Папка | Файл**. Завершите процесс нажатием на кнопку **Опубликовать**.

Чтобы не занимать место на хостинге, можно размещать файлы для скачивания в облаке — например, на диске Google (Google Drive) или Яндекс.Диске. На рис. 5.65 показано получение ссылки на скачивание файла, размещенного на диске Google.

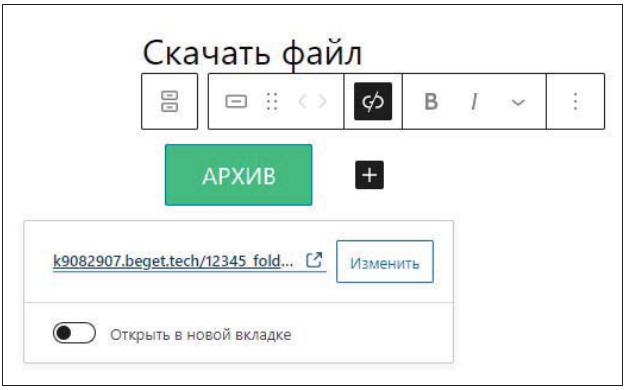


Рис. 5.64. В блоке **Кнопки** задаем ссылку на скачивание файла

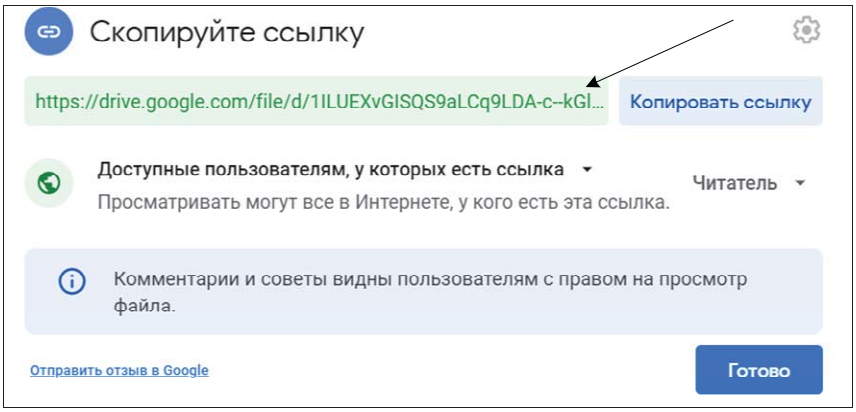


Рис. 5.65. Эту ссылку с диска Google можно вставить для кнопки в WP

Оценка звездочками рейтинга статьи: плагин *Rate My Post*

Для оценки звездочками рейтинга статьи можно воспользоваться плагином **Rate My Post** — ищем его, скачиваем, устанавливаем и активируем (рис. 5.66). Плагин выводит оценку пользователями вашей статьи звездочками, сердечками или другими значками по вашему выбору.



Рис. 5.66. Rate My Post — простая и удобная система оценивания контента сайта пользователями

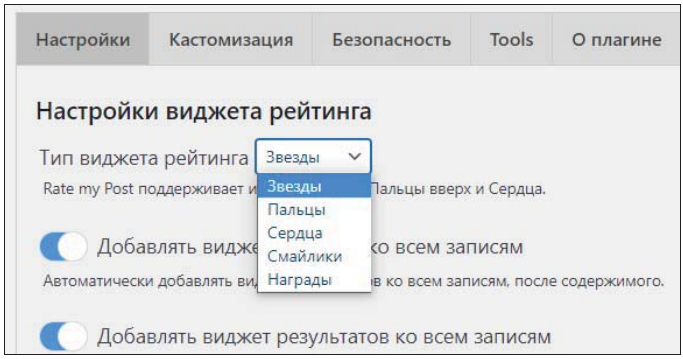


Рис. 5.67. Настраиваем плагин на вкладке **Настройки**

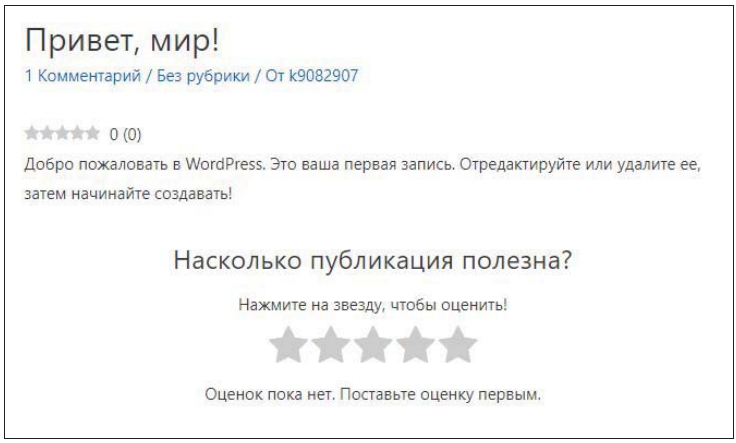


Рис. 5.68. Плагин готов к работе

После установки и активации на вкладке **Настройки** консоли устанавливаем параметры плагина, как показано на рис. 5.67, и выполняем команду **Сохранить настройки**. Всё — возможность оценить контент появилась на сайте (рис. 5.68).

Режим заглушки на сайте WordPress: плагин *WP Maintenance Mode*

Пока работа над сайтом WP не закончена, и он «некрасивый и сырой», многие разработчики предпочитают закрыть доступ к нему с помощью страницы-заглушки. Когда сайт закрыт заглушкой, то пользователи видят, что сайт в настоящий момент к показу не готов и что на нем проводятся технические работы. На странице-заглушке отсутствует навигация, поэтому пользователи не смогут перейти к остальным страницам сайта. При необходимости вы можете оставить на заглушке для посетителей сообщение, указав дату окончания работ, чтобы пользователи вернулись на сайт позже. Таким образом, цель страницы-заглушки в том, чтобы скрыть сайт от посетителей, пока он находится на доработке.

Плагин для создания заглушки **WP Maintenance Mode** можно скачать по адресу **https://wordpress.org/plugins/wp-maintenance-mode/** или установить в консоли из поиска командой **Плагины | Добавить новый** (рис. 5.69).

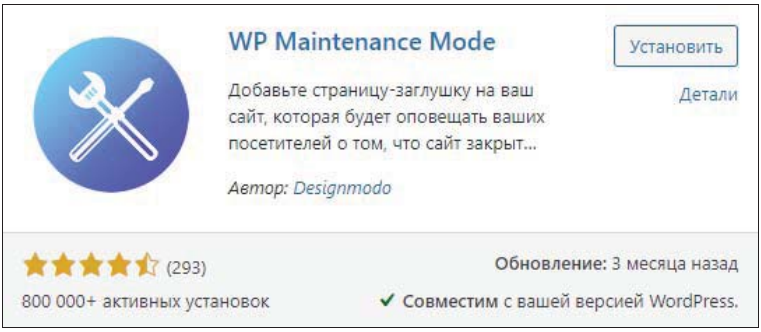


Рис. 5.69. Плагин **WP Maintenance Mode**

После установки и активации плагина в его настройках переводим переключатель **Включено** в рабочее состояние и нажимаем на кнопку **Сохранить настройки** (рис. 5.70).

При желании для плагина **WP Maintenance Mode** также можно настроить:

- цвет шрифта и фон заглушки;
- таймер отсчета времени, которое осталось до запуска сайта в работу;
- другие параметры.

И теперь при попытке войти на сайт посетители получают такое окно (рис. 5.71).

> ***Примечание***
>
> Естественно, что в режиме проведения на сайте технических работ веб-мастер имеет к нему доступ в полном объеме.

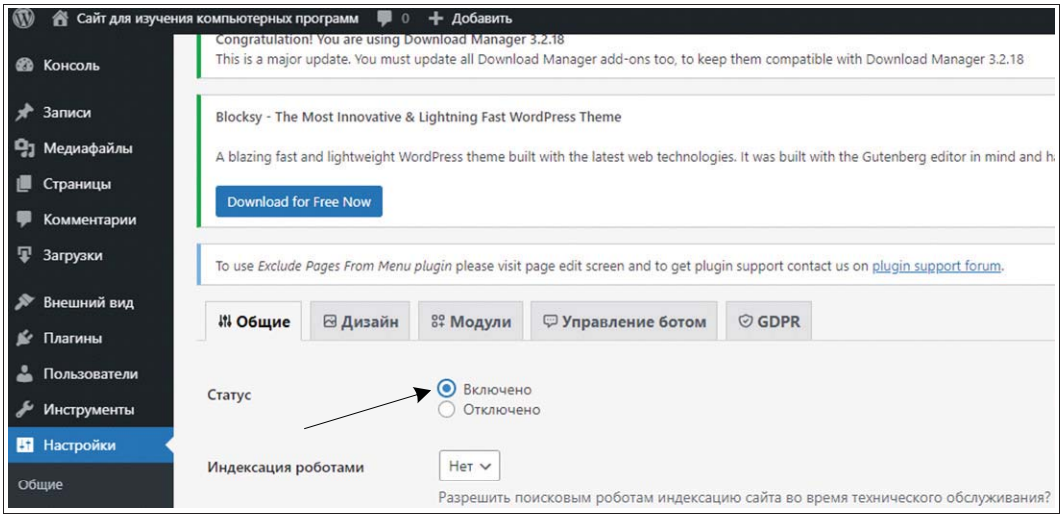


Рис. 5.70. Настройки плагина **WP Maintenance Mode**

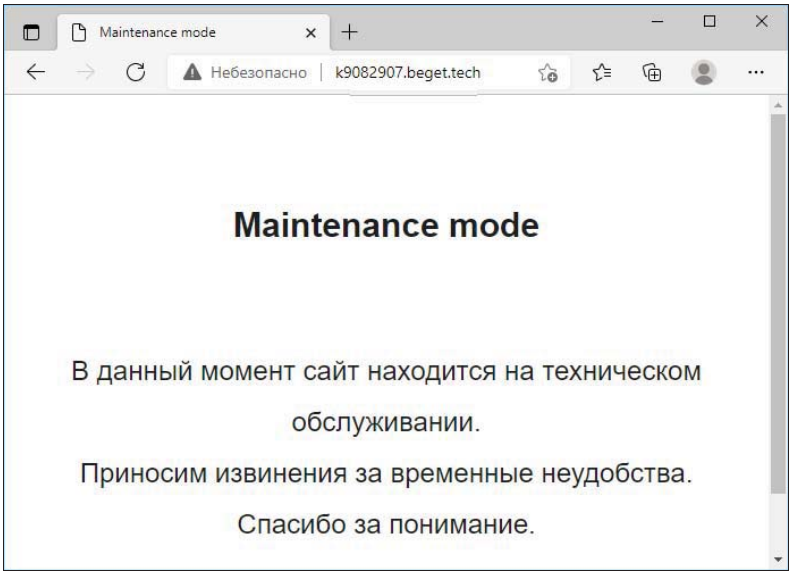


Рис. 5.71. Сайт заблокирован заглушкой



ЧАСТЬ II

Анализ работы и продвижение сайта

Глава 6. Организуем продвижение сайта
Глава 7. Как написать SEO-статью?
Глава 8. Сервисы Яндекса для веб-мастера
Глава 9. Сервисы Google для веб-мастера
Глава 10. Анализ работы сайта
Глава 11. Создание рассылок и подписок

ГЛАВА 6



Организуем продвижение сайта

В этой главе мы рассмотрим схему продвижения сайта на примере проекта **https://pp53zozh.ru/**, посвященного правильному питанию и здоровому образу жизни (рис. 6.1).

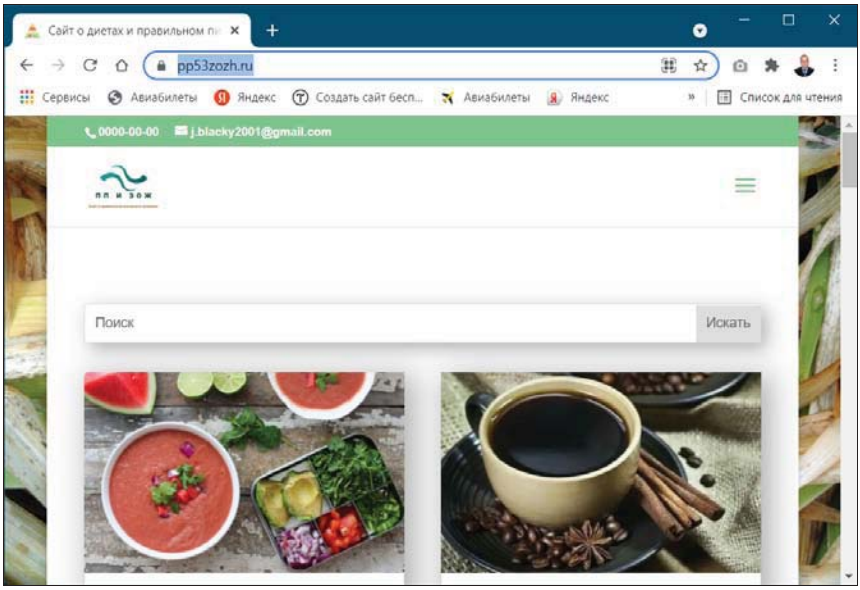


Рис. 6.1. Сайт о диетах и правильном питании

Здесь по тексту вам часто будет встречаться термин «SEO». Сразу поясним его смысл.

> ***Новый термин***
>
> *SEO* (Search Engine Optimization) — набор мероприятий, направленных на оптимизацию выдачи сайта поисковыми системами по целевым запросам.

В комплекс работ по SEO-оптимизации контента входят:

- составление семантического ядра сайта на основе списка ключевых слов;
- анализ статистики поисковых фраз, связанных с определенной тематикой;

- определение алгоритма ранжирования сайтов поисковыми системами;
- проведение работ по улучшению структуры сайта и его контента (оптимизация изображений, ссылок, устранение технических ошибок, проверка релевантности страниц и др.);
- анализ целевой аудитории сайта и запросов пользователей;
- отслеживание полученных результатов и корректировка схемы работы SEO.

И еще одно новое понятие мы встретим далее — Яндекс.Директ. Это платформа (система) размещения рекламы на страницах Яндекса. Среди сервисов Яндекс.Директа нас особо интересует открытая статистика поисковых запросов, показывающая, чем и как часто интересуются люди в Интернете.

Подготовка к созданию семантического ядра сайта

Поисковое продвижение сайта обычно начинается с построения *семантического ядра сайта*. Достаточно определить, чем интересуется ваша аудитория и как ищет информацию. Эта задача и решается построением семантического ядра.

> ***Новый термин***
>
> *Семантическое ядро сайта* — это упорядоченный набор слов, их форм и словосочетаний, отражающих тематику и структуру сайта, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом. Создание семантического ядра — эффективный источник привлечения трафика (пользователей на ваш сайт).

Таким образом, семантическое ядро — это фундамент вашего сайта. От него напрямую зависит, будет ваш сайт в топе поисковых систем или нет.

Установка программы «Магадан»

Здесь и далее мы будем составлять семантическое ядро сайта на примере уже упомянутого в начале главы проекта **https://pp53zozh.ru/** с помощью программы «Магадан». Это компьютерная программа для работы с *ключевыми словами*, позволяющая организовать полный цикл работ по составлению семантического ядра, включая сбор больших массивов ключевых слов, их хранение, обработку, анализ, выгрузку (экспорт) в сторонние приложения и сервисы. Основная сфера применения программы — поисковая оптимизация. Иначе говоря, «Магадан» — это программа для удобного автоматического сбора, анализа и обработки статистики показов ключевых слов Яндекс.Директа. Существуют две версии этой программы:

- «LITE» — бесплатная ознакомительная редакция с некоторыми ограничениями функциональных возможностей. В этом варианте программы много работы «вручную»;
- «PRO» — платная редакция, не содержащая ограничений по функционалу. Это автоматический вариант, избавляющий от унылого ручного труда. Как написано в рекламе этого продукта: «Лучше инструмента для работы с ключевыми словами еще не придумали».

Новый термин

Ключи — это слова или фразы, которые используют потенциальные клиенты, чтобы найти необходимую информацию в Сети и, в частности, на вашем сайте. Семантическое ядро имеет центральное ключевое слово, как правило, высокочастотное (часто требуемое), а все остальные ключевые слова в нем ранжируются по мере убывания частоты использования.

И сейчас мы установим на ПК сканер ключевых фраз «Магадан» в версии «LITE». Для этого заходим на сайт **https://magadanparser.ru/** и качаем версию «LITE», нажав на кнопку **Скачать «Магадан» LITE** (рис. 6.2).



Рис. 6.2. Главная страница сайта «Магадан»

Новый термин

Парсинг ключевых слов — это сбор поисковых запросов, составляющих семантическое ядро сайта, которое используется для продвижения проекта. Таким образом, «Магадан» — это парсер ключевых слов, программа для сбора ключевых слов на Яндекс.Директе. Программа служит для формирования семантического ядра и продвижения сайта через технологии SEO (органическое продвижение в поисковых системах) или PPC (платное продвижение в поисковых системах).

Скачанную программу «Магадан» запускаем на установку (рис. 6.3) и на первом шаге работы программы нажимаем на кнопку **Ничего не делать** (рис. 6.4).

Важно!

Для дальнейшей работы рекомендуется завести новый почтовый ящик на Яндексе и использовать этот аккаунт только для сбора информации о ключевых словах.

Затем выполняем в «Магадане» команду **Инструменты | Настройки | Вордстат | Аккаунты**, нажимаем на значок , вводим данные созданного нами для работы с «Магадан» Яндекс-аккаунта и нажимаем на кнопку **Сохранить** (рис. 6.5).

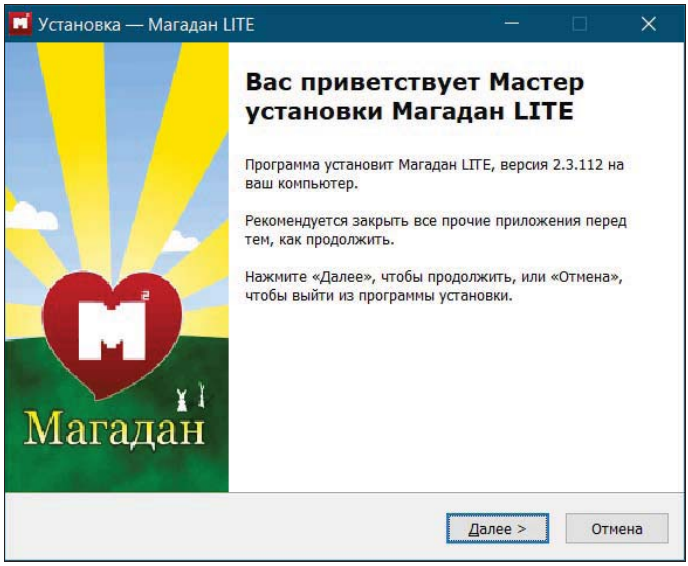


Рис. 6.3. Запускаем установку программы «Магадан» на ПК

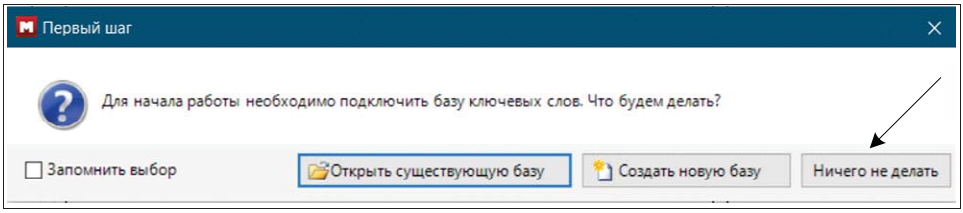


Рис. 6.4. Первый шаг работы программы «Магадан»

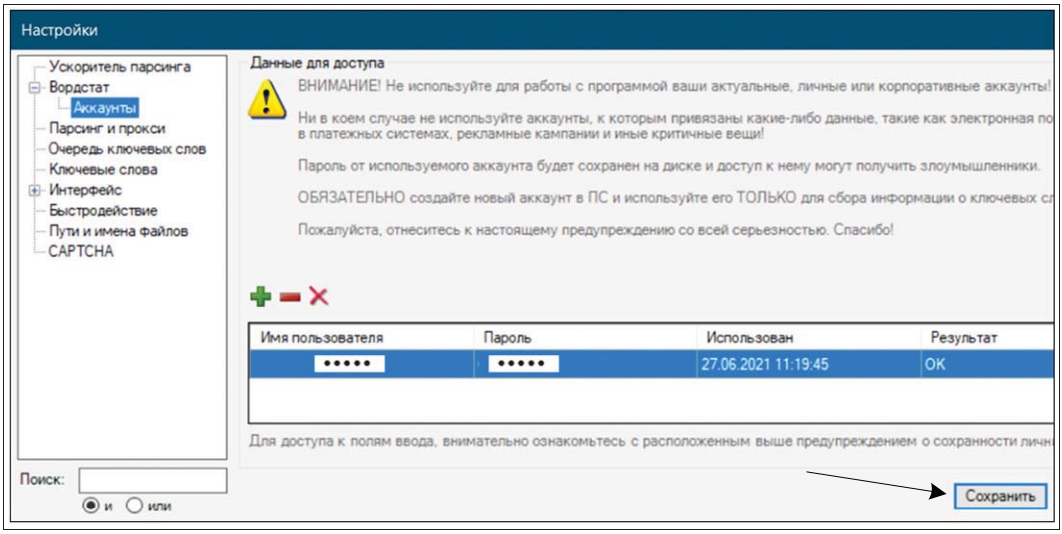


Рис. 6.5. К введенной здесь информации могут получить доступ злоумышленники — используйте этот Яндекс-аккаунт только в программе «Магадан»

Сбор ключевых фраз в «Магадане»

Закрываем, затем заново запускаем «Магадан», создаем новую базу ключевых слов (рис. 6.6), называем ее **Ядро сайта** и сохраняем на диск (рис. 6.7). Заполняем базу ключевыми фразами в 2–3 слова (рис. 6.8), завершая набранные фразы нажатием клавиши <Enter>. В завершение задаем на счетчике нижний предел статистики (рис. 6.9).

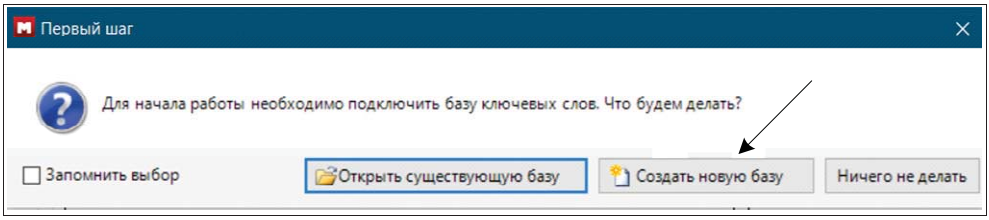


Рис. 6.6. Теперь нажимаем на кнопку **Создать новую базу**

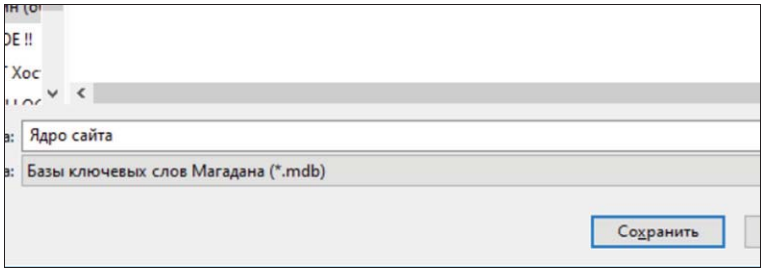


Рис. 6.7. Сохраняем базу ключевых слов на диск ПК

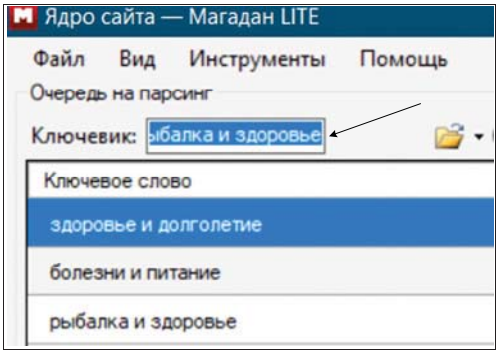


Рис. 6.8. Набираем в базу короткие ключевые фразы

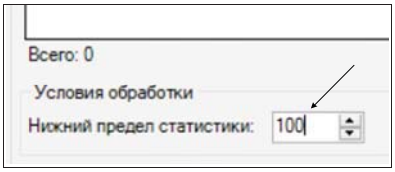


Рис. 6.9. Задаем условие обработки базы слов (фраз)

О статистике ключевых слов (фраз)

Как уже отмечалось ранее, «Магадан» является удобным сервисом для создания семантического ядра сайта. Программа позволяет автоматически выбирать необходимые фразы из статистики показов Яндекс.Директ. Данные выводятся в древовидной структуре связанных запросов. Их можно перенести в таблицу Excel или Google.

Дело в том, что пользователи вводят ключевые слова в поисковую строку браузера, чтобы найти товар, услугу или нужную информацию, поэтому ваши ключевые слова и фразы должны соответствовать возможным поисковым запросам. Статистика позволяет прогнозировать трафик, оптимизировать имеющиеся страницы и грамотно разрабатывать новые. Посмотреть статистику ключевых слов (частоту их показов за месяц) можно в специальных программах — например, в сервисе подбора слов Яндекс Wordstat.

Теперь можно запустить *парсинг* (сканирование Сети) по введенным в базу фразам — нажмите для этого в области **Процесс** на стрелку ▶ (рис. 6.10). По завершении парсинга (рис. 6.11) выполняем команду **Инструменты | Просмотр собранных слов** и в списке пресетов выбираем **Все слова в базе** (рис. 6.12).

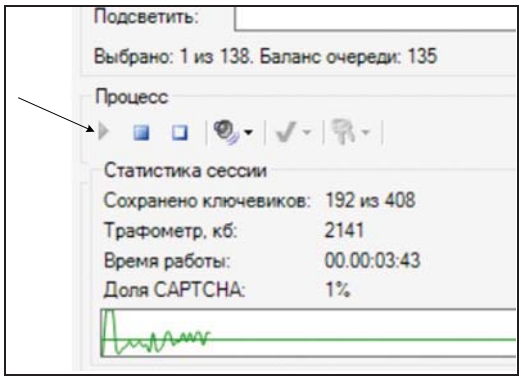


Рис. 6.10. Процесс парсинга запущен (он может длиться несколько часов)

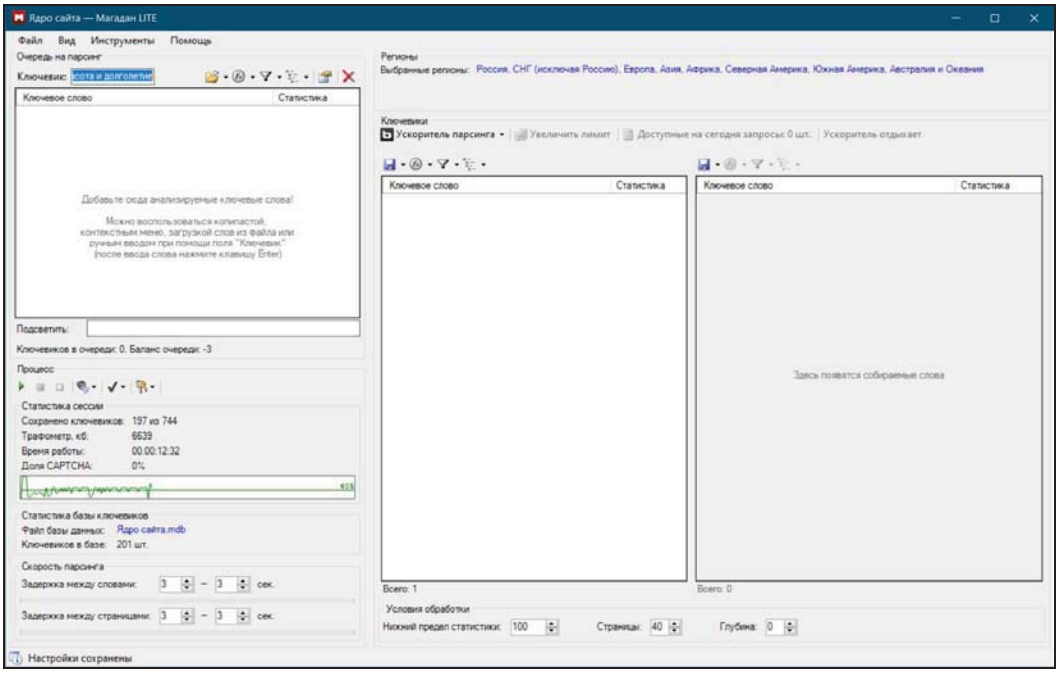


Рис. 6.11. Парсинг (сканирование Яндекс.Директ) завершен

Как можно видеть на рис. 6.13, выбрано (собрано) 201 ключевое слово. Нам эти слова (фразы) из базы нужно экспортировать в текстовый файл. Для этого на вкладке **Экспорт из базы** (рис. 6.14) жмем на синюю стрелку , а на вкладке **Столбцы статистики** ставим флажок **Ключевое слово** и нажимаем на кнопку **Экспортировать!** (рис. 6.15). В следующем окне (рис. 6.16) нам осталось только нажать на кнопку **ОК**.

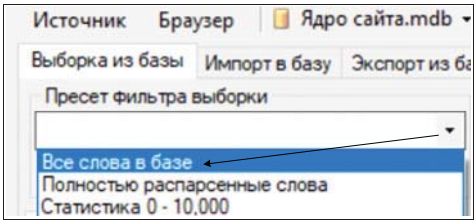


Рис. 6.12. Список **Пресет фильтра выборки**

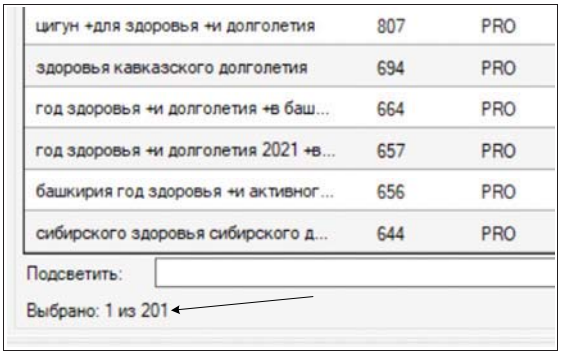


Рис. 6.13. В базу собрано 201 ключевое слово (или, по-другому, «ключевая фраза»)

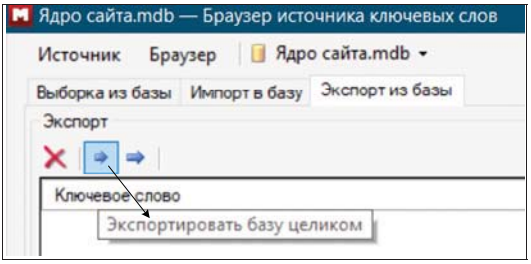


Рис. 6.14. Экспортируем базу ключевых слов в текстовый файл

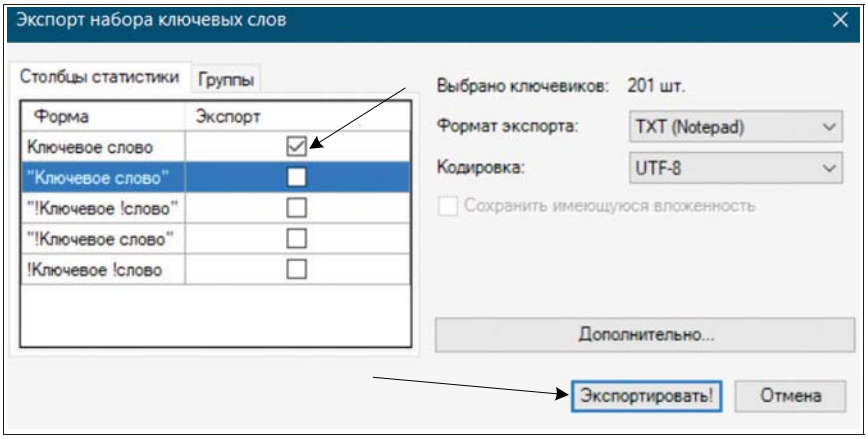


Рис. 6.15. Настраиваем параметры экспорта набора ключевых слов

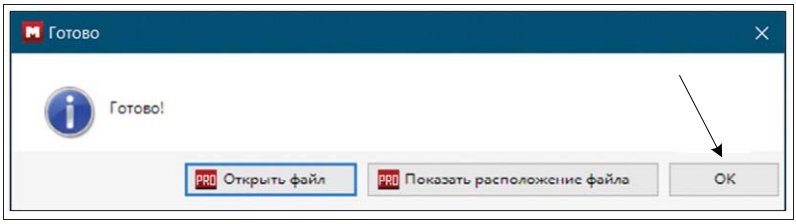


Рис. 6.16. Экспорт набора ключевых слов завершен

Работа с экспортным файлом в таблицах Google

Созданный в предыдущем разделе экспортный текстовый файл ключевых фраз следует импортировать в Google Диск. Для этого заходим в свой Google Диск и выполняем команду **Создать | Google Таблицы |** (рис. 6.17), а затем **Файл | Импортировать | Загрузка** (рис. 6.18). В поле **Тип разделителя** открывшегося окна **Импорт файла** выбираем вариант **Другой** (рис. 6.19), в поле **Пользовательский разделитель** указываем двоеточие **:** (рис. 6.20) и нажимаем на кнопку **Импортировать данные** (см. рис. 6.18).

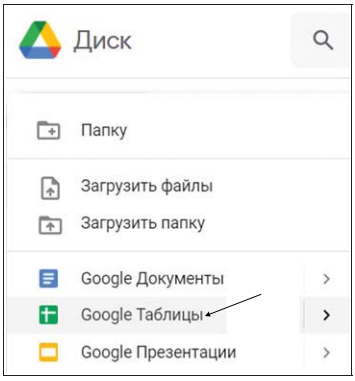


Рис. 6.17. Создаем таблицу Google

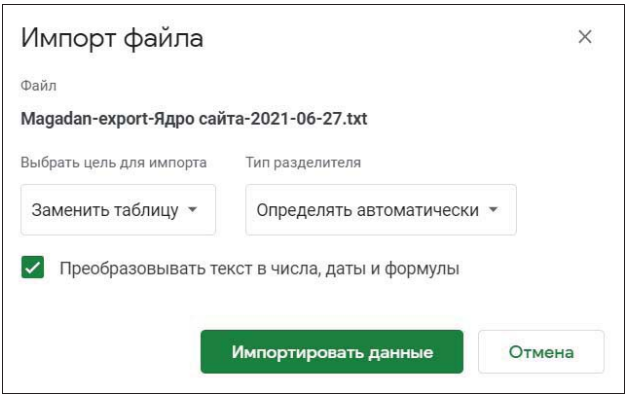


Рис. 6.18. Окно **Импорт файла**

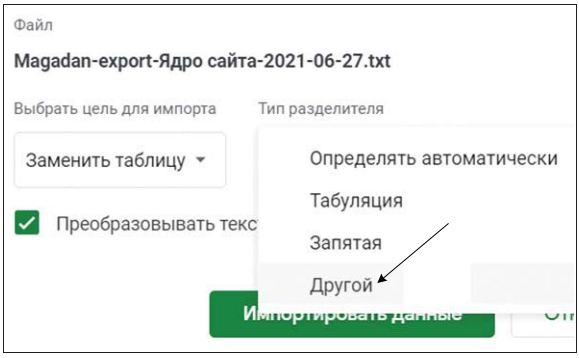


Рис. 6.19. Окно настроек параметров импорта текстового файла

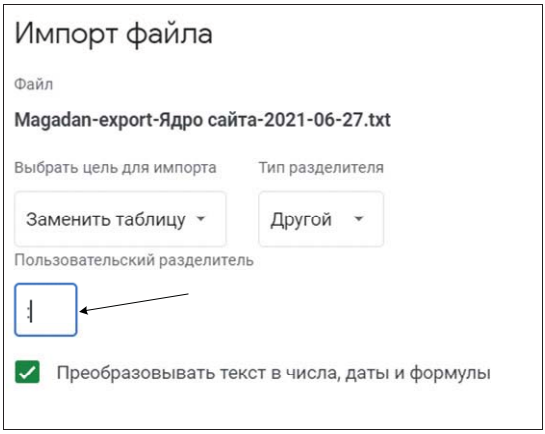


Рис. 6.20. Задаем **Пользовательский разделитель** как двоеточие

Осталось только «причесать» таблицу Google: слово **Статистика** перенести в правый столбец, а таблицу назвать **Ядро сайта** (рис. 6.21).

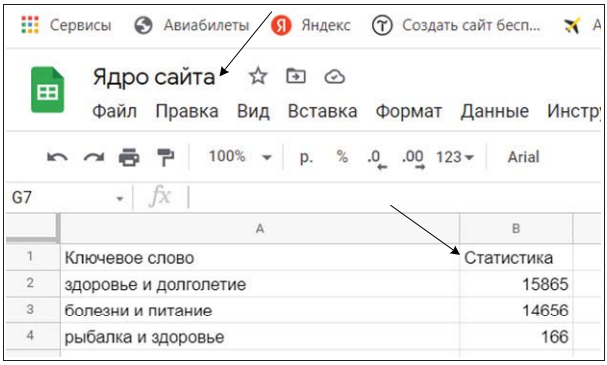


Рис. 6.21. Улучшаем удобочитаемость таблицы Google

Кластеризация ключевых фраз

Сначала несколько новых определений.

Кластеризация

Кластеризация — это разделение списка ключевых фраз на группы. Каждая группа запросов должна соответствовать одной странице сайта, на которой будут продвигаться эти запросы. Другими словами, кластеризация ключевых фраз (запросов) — это группировка семантического ядра в кластеры. Каждый кластер размещается на отдельной посадочной странице.

Посадочная (целевая) страница

Посадочная (целевая) страница — это веб-страница, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории.

Определившись с терминологией, приступаем к практике: устанавливаем дополнение **MindMup** для Google Диска по следующей ссылке: **https://gsuite.google.com/u/0/**

marketplace/app/mindmup_2_for_google_drive/758379822725?hl=ru&pann=drive_app_widget (рис. 6.22) и на следующем шаге разрешаем обработку наших данных (рис. 6.23).

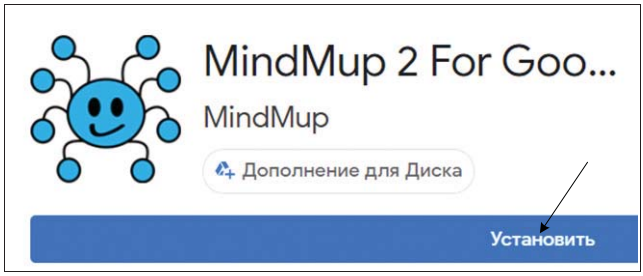


Рис. 6.22. Окно дополнения **MindMup** для Google Диска

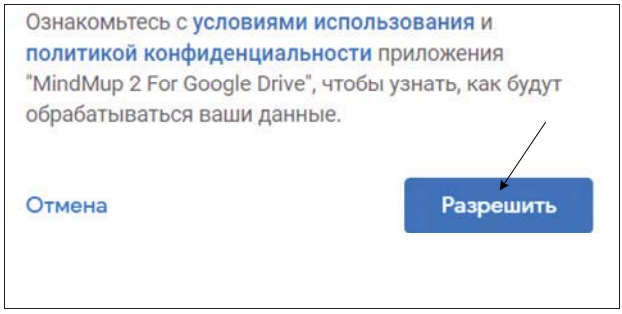


Рис. 6.23. Здесь можно ознакомиться с условиями использования и политикой конфиденциальности приложения **MindMup**

Затем на Google Диске щелкаем правой кнопкой мыши в области расположения файлов, из выпадающего списка выбираем мышью позицию **Еще** (рис. 6.24) и в следущей панели указываем на дополнение **MindMup** (рис. 6.25). В открывшемся интерфейсе дополнения **MindMup** щелкаем двойным щелчком мыши на нулевом облаке (рис. 6.26) и вписываем в него название нашего сайта: **pp53zozh.ru** (рис. 6.27).

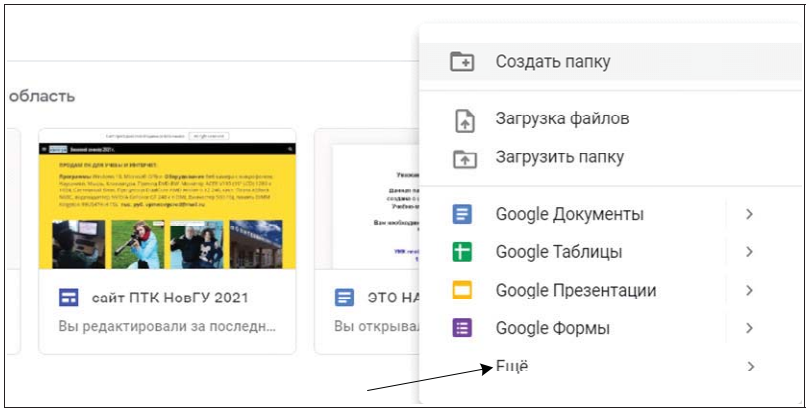


Рис. 6.24. Выбираем позицию **Еще**

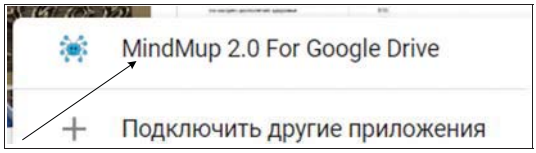


Рис. 6.25. Указываем на дополнение **MindMup**



Рис. 6.26. Так выглядит нулевое облако

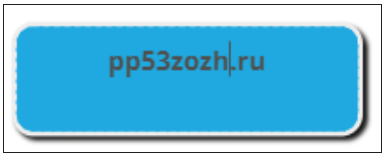


Рис. 6.27. В нулевом облаке пишем название нашего сайта: **pp53zozh.ru**

Далее щелкнем правой кнопкой мыши на нулевом облаке и в открывшейся панели создаем дочернее облако **Рубрика**, выбрав значок **Insert child** (рис. 6.28). Описанным способом создаем в нашем нулевом облаке три рубрики на основе ключевых фраз (рис. 6.29). Создание каждой рубрики завершаем нажатием на клавишу <Enter>. В результате мы получим вариант карты сайта на основе его составляющих — сохраните этот вариант на Google Диске командой **File | Save**. Так же можно создать подрубрики и записи к каждой рубрике для подготовки карты будущего сайта.

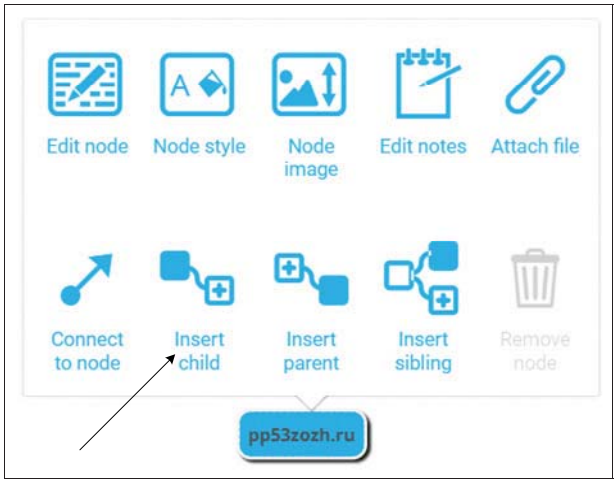


Рис. 6.28. По щелчку на значке **Insert child** создаем дочернее облако **Рубрика**

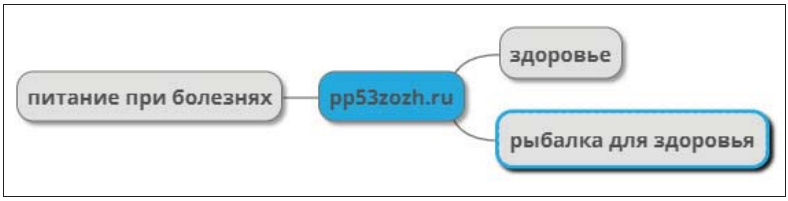


Рис. 6.29. Вокруг нулевого облака мы создали три рубрики

Теперь заходим на Google Диск, открываем сохраненное там ранее ядро сайта (рис. 6.30) и начинаем кластеризовать (группировать) ключевые слова по рубрикам. В процессе этих действий удаляем повторы и неподходящие по смыслу ключевые слова, выданные нам программой «Магадан» (рис. 6.31), а также закрепляем шапку таблицы на ее месте (рис. 6.32).

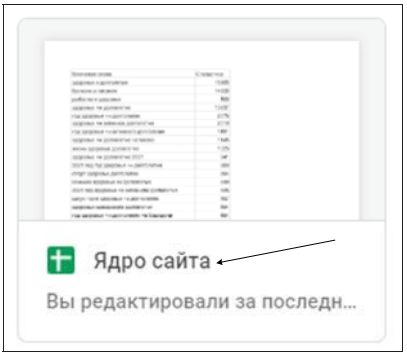
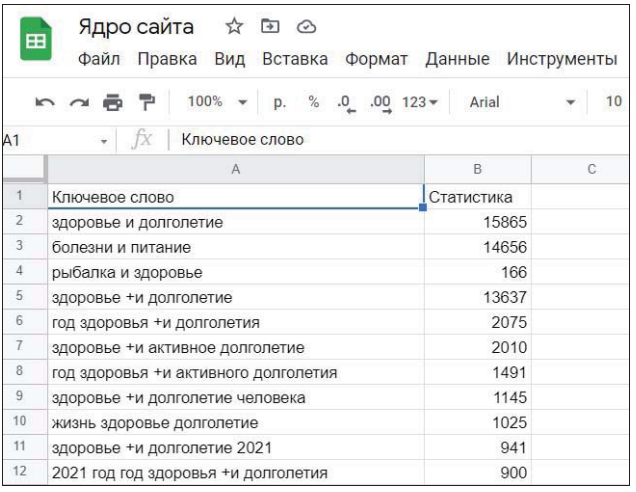


Рис. 6.30. Сохраненное нами ранее ядро сайта на Google Диске



	A	B	C
1	Ключевое слово	Статистика	
2	здоровье и долголетие	15865	
3	болезни и питание	14656	
4	рыбалка и здоровье	166	
5	здоровье +и долголетие	13637	
6	год здоровья +и долголетия	2075	
7	здоровье +и активное долголетие	2010	
8	год здоровья +и активного долголетия	1491	
9	здоровье +и долголетие человека	1145	
10	жизнь здоровье долголетие	1025	
11	здоровье +и долголетие 2021	941	
12	2021 год год здоровья +и долголетия	900	

Рис. 6.31. Статистика ядра сайта показывает нам частоту повторения ключевых слов в запросах пользователей

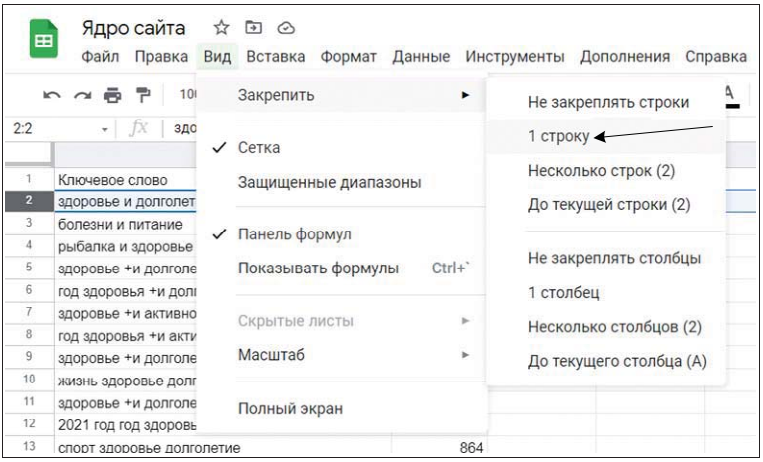


Рис. 6.32. Закрепляем шапку таблицы

Затем в таблице Google создаем столбец **Рубрика** (рис. 6.33)[1], выделяем все три ее столбца (рис. 6.34) и сортируем выделенные столбцы по столбцу **Рубрика**, для чего

[1] Впрочем, можно было бы и наоборот — сначала создать контент-план (см. *разд. «Создание контент-плана»* далее): в ядре сайта исходя из ключевых фраз обозначить рубрики, а затем описать их в дочерних облаках в MindMup.

	Ключевое слово	Статистика	Рубрика
2	здоровье и долголетие	15865	здоровье
3	болезни и питание	14656	питание при болезнях
4	рыбалка и здоровье	166	рыбалка для здоровья
5	эмблема долголетия +и здоровья	411	здоровье
6	мантра здоровья +и долголетия	216	здоровье
7	года спорт здоровье долголетие	216	здоровье
8	здоровье медицина долголетие	191	здоровье
9	здоровье +и долголетие картинки	190	здоровье
10	клиника здоровья +и долголетия краснолесья	189	здоровье
11	тибетская гимнастика +для здоровья +и долголет	185	здоровье
12	клиника здоровья +и долголетия краснодар покрь	184	здоровье
13	ваше здоровье долголетие	178	здоровье
14	основы долголетия +и здоровья	168	здоровье
15	цигун 15 минут +для здоровья +и долголетия	168	здоровье
16	точка долголетия здоровья	167	здоровье
17	проблема здоровья +и долголетия	164	здоровье
18	поздравления здоровья долголетия	163	здоровье
19	сибирского здоровья кавказского долголетия цыга	160	здоровье
20	сайт здоровье +и долголетие	159	здоровье
21	желаю кавказского долголетия здоровья	157	здоровье
22	питание +при болезни	7555	питание при болезнях
23	питание +при язвенной болезни	1240	питание при болезнях
24	питание +при болезни желудка	777	питание при болезнях

Рис. 6.33. Создаем рубрику и заполняем ее содержимым в соответствии с картой MindMup

	A	B	C
1	Ключевое слово	Статистика	Рубрика
2	здоровье и долголетие	15865	здоровье
3	болезни и питание	14656	питание при болезнях
4	рыбалка и здоровье	166	рыбалка для здоровья
5	эмблема долголетия +и здоровья	411	здоровье
6	мантра здоровья +и долголетия	216	здоровье
7	года спорт здоровье долголетие	216	здоровье
8	здоровье медицина долголетие	191	здоровье
9	здоровье +и долголетие картинки	190	здоровье
10	клиника здоровья +и долголетия краснолесья	189	здоровье
11	тибетская гимнастика +для здоровья +и долголет	185	здоровье
12	клиника здоровья +и долголетия краснодар покрь	184	здоровье
13	ваше здоровье долголетие	178	здоровье
14	основы долголетия +и здоровья	168	здоровье
15	цигун 15 минут +для здоровья +и долголетия	168	здоровье

Рис. 6.34. Выделяем три столбца

выполняем команду **Данные | Сортировать диапазон** (рис. 6.35) и выбираем столбец, по которому будет осуществляться сортировка (рис. 6.36).

После сортировки диапазона данных видим, что 19 строк — **Здоровье**, 17 строк — **Питание при болезнях** и 3 строки — **Рыбалка для здоровья**. Таким образом получается, что исходя из поисковых запросов пользователей в Сети самая популярная рубрика — **Здоровье,** и поэтому она обязательно должна присутствовать на нашем сайте. А, например, рубрику **Рыбалка и здоровье** на сайте можно не создавать — она мало актуальна.

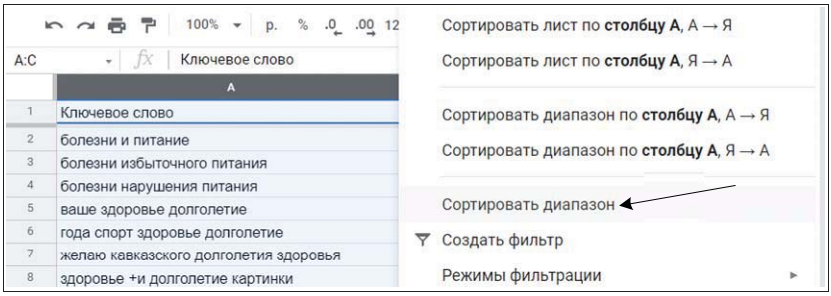


Рис. 6.35. Команда **Сортировать диапазон**



Рис. 6.36. Сортируем диапазон по столбцу **Рубрика** (как можно видеть на рис. 6.34, **Рубрика —** это как раз столбец **C**)

Создание контент-плана

Новый термин

Контент-план — это график публикаций на сайте статей, новостей и заметок, который составляют заранее на определенный период времени.

Для создания контент-плана открываем на Google Диске семантическое ядро сайта (рис. 6.37), в таблице Google создаем новую графу — столбец **Статьи —** и вписываем в нее названия статей вручную (рис. 6.38). Как показано на рис. 6.39, у нас может быть

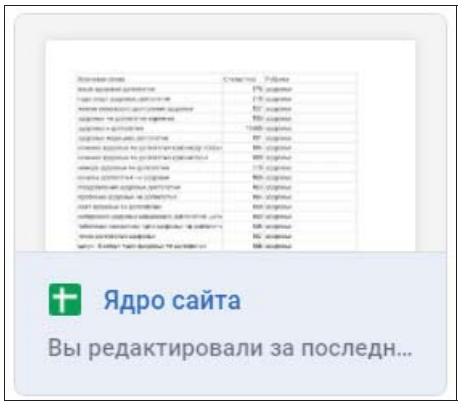


Рис. 6.37. Ядро сайта на Google Диске

	A	B	C	D
1	Ключевое слово	Статистика	Рубрика	Статьи
2	ваше здоровье долголетие	178	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
3	года спорт здоровье долголетие	216	здоровье	Занимайтесь спортом
4	желаю кавказского долголетия здоровья	157	здоровье	Кавказ и долголетие

Рис. 6.38. В таблице Google создаем столбец **Статьи**

	A	B	C	D
1	Ключевое слово	Статистика	Рубрика	Статьи
2	ваше здоровье долголетие	178	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
3	года спорт здоровье долголетие	216	здоровье	Занимайтесь спортом
4	желаю кавказского долголетия здоровья	157	здоровье	Кавказ и долголетие
5	здоровье +и долголетие картинки	190	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
6	здоровье и долголетие	15865	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
7	мантра здоровья +и долголетия	216	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
8	основы долголетия +и здоровья	168	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
9	поздравления здоровья долголетия	163	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
10	проблема здоровья +и долголетия	164	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
11	сайт здоровье +и долголетие	159	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
12	сибирского здоровья кавказского долголетия цыга	160	здоровье	Кавказ и долголетие
13	тибетская гимнастика +для здоровья +и долголет	185	здоровье	Занимайтесь спортом
14	точка долголетия здоровья	167	здоровье	Занимайтесь спортом
15	цигун 15 минут +для здоровья +и долголетия	168	здоровье	Занимайтесь спортом

Рис. 6.39. Примеры статей с одним названием под разные ключевые слова

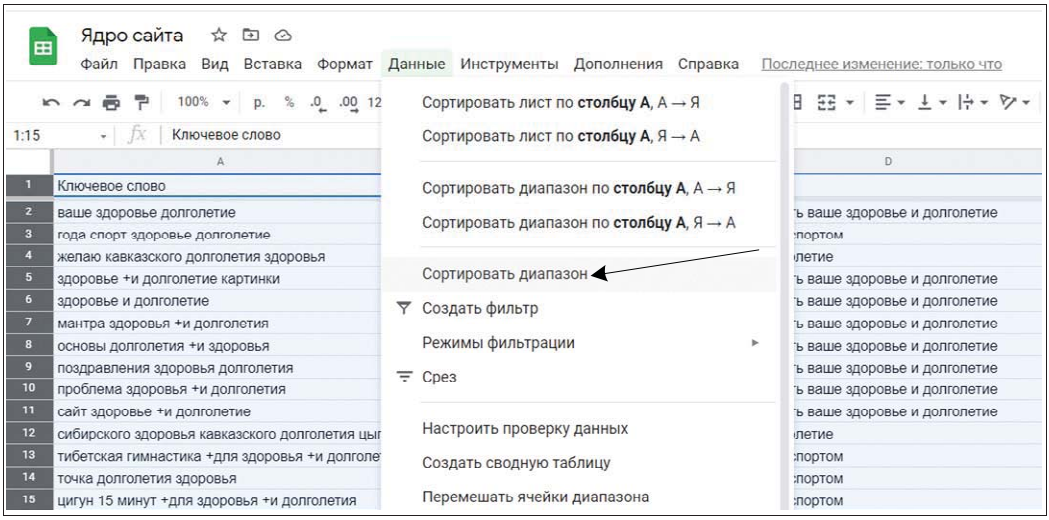


Рис. 6.40. Команда **Сортировать диапазон**

статья с одним и тем же названием под несколько ключевых слов. Затем выделяем все четыре столбца таблицы и сортируем выделенный диапазон по столбцу **Статья** (рис. 6.40 и 6.41).

После сортировки мы видим в ее результатах, какие статьи самые популярные (рис. 6.42), и понимаем, что на сайте обязательно должна быть самая популярная по запросам статья **Как поддержать ваше здоровье и долголетие**.

Попутно наведем в нашей таблице красоту — уберем, например, значок ✚ из ключевых слов (рис. 6.43). Для этого выделите столбец нажатием комбинации клавиш

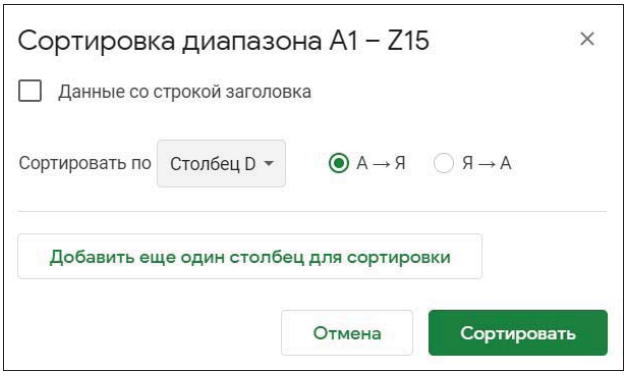


Рис. 6.41. Сортируем диапазон по столбцу **Статья**
(как можно видеть на рис. 6.39, **Статья** — это как раз столбец **D**)

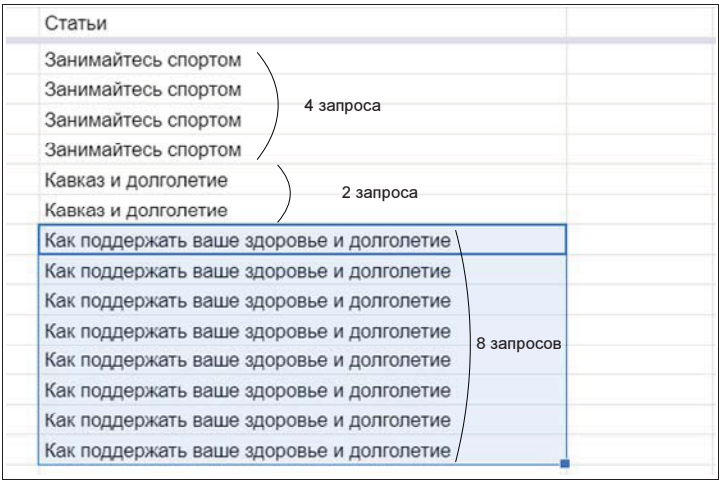
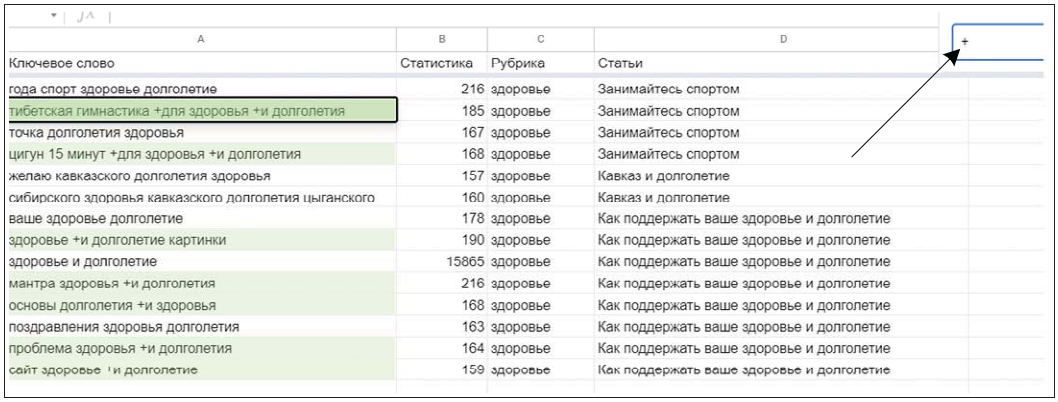


Рис. 6.42. После сортировки мы видим, какие статьи самые популярные

тибетская гимнастика +для здоровья +и долголет
точка долголетия здоровья
цигун 15 минут +для здоровья +и долголетия
желаю кавказского долголетия здоровья
сибирского здоровья кавказского долголетия цыга
ваше здоровье долголетие
здоровье +и долголетие картинки
здоровье и долголетие
мантра здоровья +и долголетия
основы долголетия +и здоровья
поздравления здоровья долголетия
проблема здоровья +и долголетия
сайт здоровье +и долголетие

Рис. 6.43. Эти «плюсики» из таблицы надо убрать

<Ctrl>+<F>, в качестве заменяемого укажите знак + (рис. 6.44) и настройте параметры автозамены (рис. 6.45). Как можно видеть на рис. 6.46, после нажатия на кнопку **Готово** «плюсики» из таблицы исчезли.



A	B	C	D
Ключевое слово	Статистика	Рубрика	Статьи
года спорт здоровье долголетие	216	здоровье	Занимайтесь спортом
тибетская гимнастика +для здоровья +и долголетия	185	здоровье	Занимайтесь спортом
точка долголетия здоровья	167	здоровье	Занимайтесь спортом
цигун 15 минут +для здоровья +и долголетия	168	здоровье	Занимайтесь спортом
желаю кавказского долголетия здоровья	157	здоровье	Кавказ и долголетие
сибирского здоровья кавказского долголетия цыганского	160	здоровье	Кавказ и долголетие
ваше здоровье долголетие	178	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
здоровье +и долголетие картинки	190	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
здоровье и долголетие	15865	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
мантра здоровья +и долголетия	216	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
основы долголетия +и здоровья	168	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
поздравления здоровья долголетия	163	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
проблема здоровья +и долголетия	164	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие
сайт здоровье +и долголетие	159	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие

Рис. 6.44. Выделяем столбец и указываем, что требуется заменить

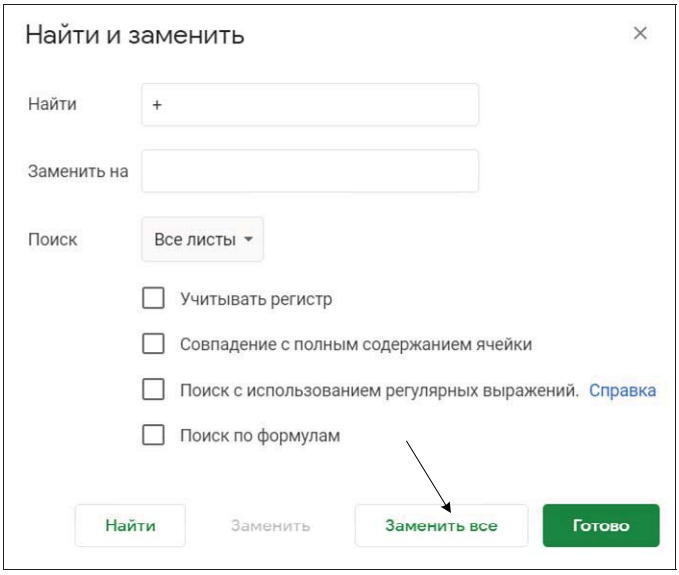


Рис. 6.45. Значок + заменим на пустоту (пробел)

Осталось только создать собственно контент-план и проставить даты публикации для размещения статей на сайте (рис. 6.47).

Пояснение

Пример у нас учебный — сокращенный и упрощенный. Поэтому в нашем контент-плане предусмотрено размещение только одной новой статьи в месяц. А реально, на практике, рекомендуется размещать одну новую статью каждый день.

Ключевое слово
года спорт здоровье долголетие
тибетская гимнастика для здоровья и долголетия
точка долголетия здоровья
цигун 15 минут для здоровья и долголетия
желаю кавказского долголетия здоровья
сибирского здоровья кавказского долголетия цыганского
ваше здоровье долголетие
здоровье и долголетие картинки
здоровье и долголетие
мантра здоровья и долголетия
основы долголетия и здоровья
поздравления здоровья долголетия
проблема здоровья и долголетия
сайт здоровье и долголетие

Рис. 6.46. Автозамена прошла успешно

	D	E
	Статьи	Дата
	Занимайтесь спортом	01.02
	Занимайтесь спортом	
	Занимайтесь спортом	
	Занимайтесь спортом	
	Кавказ и долголетие	01.03
	Кавказ и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	

Рис. 6.47. Создаем контент-план размещения статей на сайте

Советы по SEO-оптимизации сайта WordPress

Как уже отмечалось ранее, *поисковая оптимизация* (SEO) — это комплекс действий, в результате которых улучшаются (повышаются) позиции сайта, т. е. его продвижение в поисковых системах. Чем выше находится сайт по ключевым запросам в поисковых системах, тем больше людей на него заходят.

Далее вам предлагается несколько правил для SEO-оптимизации вашего сайта.

1. Применяйте плагин **Yoast SEO** — он поможет продвинуть ваш веб-сайт в топ поисковых систем. Плагин бесплатный.

   Примечание

   Плагин **Yoast SEO** подробно рассматривается в *главе 7* (см. *разд. «Настройка SEO-плагина Yoast SEO»*).

2. Создавайте правильные заголовки.

   Заголовок (`<title></title>`) — это важнейший элемент для продвижения сайта. Именно по заголовку люди в поисковых системах находят информацию в Сети. Не делайте заголовки страницы (записи, статьи) слишком длинными. Заголовки должны точно отражать тему сайта.

3. Оптимизируйте все изображения.

   «Вес» картинок влияет на скорость загрузки страницы, а скорость загрузки, в свою очередь, оценивается в поисковых системах. Помимо сжатия каждое изображение на вашем сайте должно иметь теги `title` и `alt`. Подробнее об этом мы расскажем чуть позже.

4. Создайте карту сайта.

   Хотя карта сайта (файл Sitemap) и учитывается при индексировании сайта роботом, однако, например, Яндекс не гарантирует, что все интернет-адреса (URL), указанные в этом файле, будут добавлены в поисковый индекс Яндекса. Так что карта сай-

та не является обязательным инструментом поисковой оптимизации сайта, но может влиять на нее. Следовательно, иметь карту — правило хорошего тона для грамотного сайта, а для того, чтобы сообщить о ней поисковым роботам, нужно в файле robots.txt прописать директиву:

```
sitemap: http://site.ru/sitemap.xml
```

где `sitemap.xml` — название файла карты сайта, а `site.ru` — это ваш домен.

5. Адаптируйте сайт под мобильные устройства.

   Сегодня пользователи тратят больше времени на поиск в Сети с мобильных устройств, чем с компьютеров. Если сайт криво смотрится на смартфоне — пользователь может с него уйти. Проверить ваш сайт на адаптацию можно на специальных сервисах в Интернете (рис. 6.48).

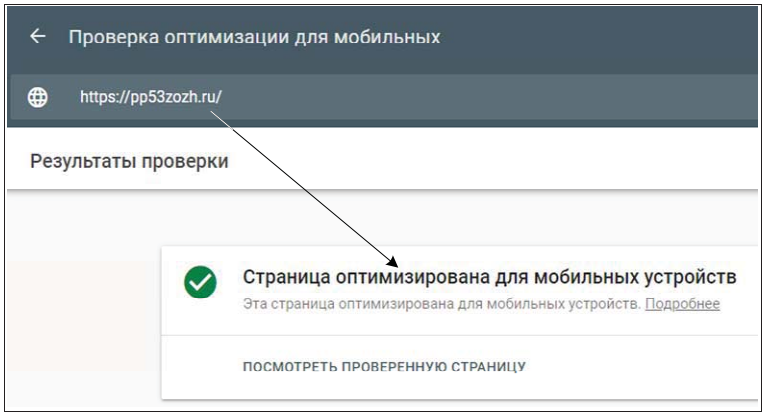


Рис. 6.48. Пример проверки сайта **https://pp53zozh.ru/** на сервисе **https://search.google.com/test/mobile-friendly**

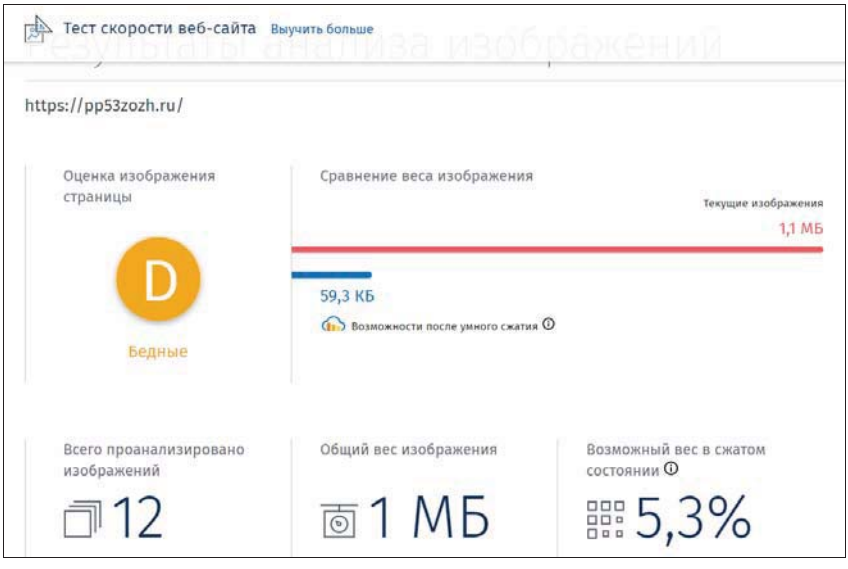


Рис. 6.49. Тест скорости веб-сайта **https://pp53zozh.ru/** на сервисе **https://www.webpagetest.org**

6. Ваш сайт должен грузиться быстро.

   Если ваш сайт грузится долго — вы будете терять посетителей. Существуют сервисы, которые помогут вам найти причины «тормозов» на вашем сайте, подскажут, что нужно сделать для того, чтобы ваш сайт грузился быстрее. Пример тестирования сайта **https://pp53zozh.ru/** на сервисе **https://www.webpagetest.org** приведен на рис. 6.49. Как можно видеть, для повышения скорости работы сайта требуется оптимизация (сжатие) графики.

   Еще один пример тестирования скорости работы сайта **https://pp53zozh.ru/** приведен на рис. 6.50.

   Проанализировав полученную информацию, сервис предлагает следующие меры, которые помогут вашему сайту загружаться быстрее (рис. 6.51).

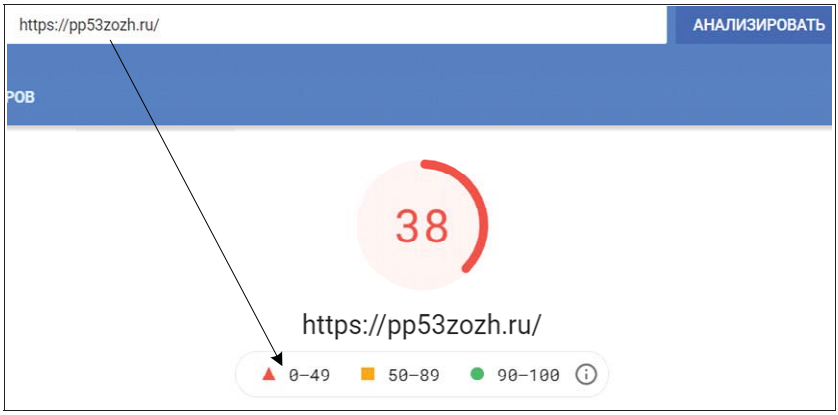


Рис. 6.50. Проверка сайта **https://pp53zozh.ru/** на сервисе **https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/**



Рис. 6.51. Советы сервиса **https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/** по улучшению работы сайта **https://pp53zozh.ru/**

ГЛАВА 7



Как написать SEO-статью?

SEO-статьи — это тексты, написанные с учетом принципов работы поисковых систем и имеющие целью продвижение сайта в топ поисковой выдачи. То есть SEO-статья специальным образом оптимизируется веб-мастером для роботов поисковых систем (Яндекс и Google). Информация должна содержать ключевые слова, быть уникальной и отвечать интересам пользователя.

Настройка SEO-плагина *Yoast SEO*

Помещая сайт в Сеть, не стоит забывать о его SEO-продвижении. Для создания SEO-контента мы воспользуемся плагином **Yoast SEO**.

Новый термин

Yoast SEO — плагин для CMS WordPress, помогающий продвигать веб-сайт в топ поисковых систем без привлечения SEO-специалиста. Плагин существует как в бесплатном, так и платном варианте. Отличия премиальной версии от обычной — круглосуточная поддержка и отсутствие рекламы (рис. 7.1).

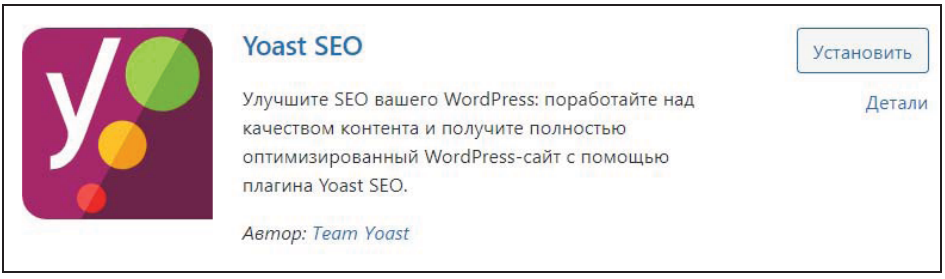
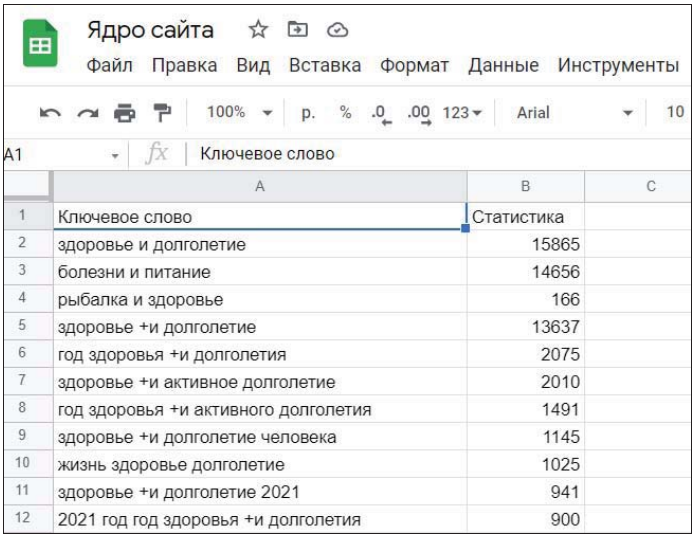


Рис. 7.1. Находим, устанавливаем и активируем этот плагин

Работать с этим плагином мы будем на основе семантического ядра, составленного нами ранее (см. *главу 6*) для сайта **https://pp53zozh.ru/** (рис. 7.2).

Подключив плагин, переходим к его настройке. Для этого в консоли выполняем команду **SEO | Общие | Yoast SEO** и на вкладке **Возможности** устанавливаем настройки, показанные на рис. 7.3 и 7.4. Для сохранения настроек нажимаем на кнопку **Сохранить изменения**.



Ядро сайта

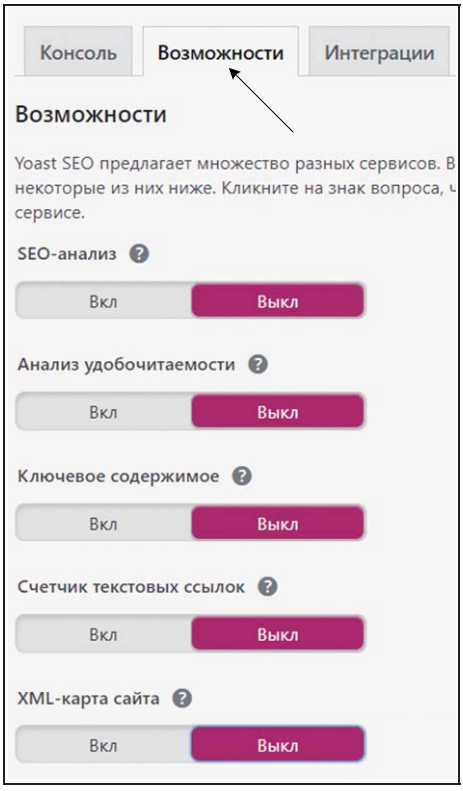
Файл Правка Вид Вставка Формат Данные Инструменты

100% р. % .0 .00 123 Arial 10

A1 fx Ключевое слово

	A	B	C
1	Ключевое слово	Статистика	
2	здоровье и долголетие	15865	
3	болезни и питание	14656	
4	рыбалка и здоровье	166	
5	здоровье +и долголетие	13637	
6	год здоровья +и долголетия	2075	
7	здоровье +и активное долголетие	2010	
8	год здоровья +и активного долголетия	1491	
9	здоровье +и долголетие человека	1145	
10	жизнь здоровье долголетие	1025	
11	здоровье +и долголетие 2021	941	
12	2021 год год здоровья +и долголетия	900	

Рис. 7.2. Таблица **Ядро сайта**, созданная нами в *главе 6*



Консоль | Возможности | Интеграции

Возможности

Yoast SEO предлагает множество разных сервисов. В некоторые из них ниже. Кликните на знак вопроса, ч сервисе.

SEO-анализ
Вкл Выкл

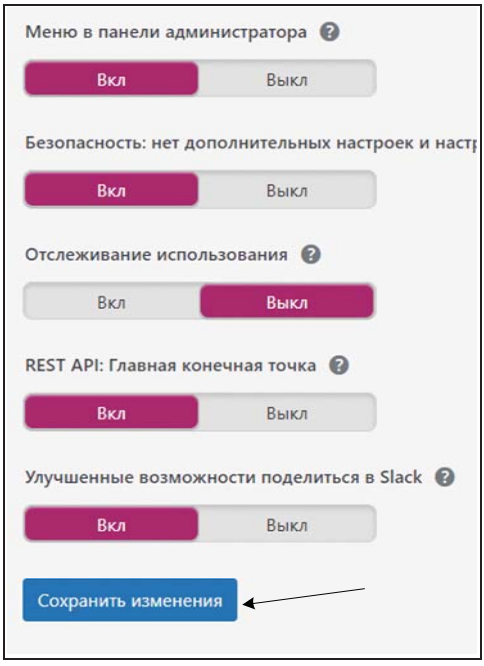
Анализ удобочитаемости
Вкл Выкл

Ключевое содержимое
Вкл Выкл

Счетчик текстовых ссылок
Вкл Выкл

XML-карта сайта
Вкл Выкл

Рис. 7.3. Правильные настройки вкладки **Возможности** (начало)



Меню в панели администратора
Вкл Выкл

Безопасность: нет дополнительных настроек и настр
Вкл Выкл

Отслеживание использования
Вкл Выкл

REST API: Главная конечная точка
Вкл Выкл

Улучшенные возможности поделиться в Slack
Вкл Выкл

Сохранить изменения

Рис. 7.4. Правильные настройки вкладки **Возможности** (окончание)

Теперь выполните команду **SEO | Отображение в поисковой выдаче**, прокрутите вкладку **Общие** вниз, выполните показанные на рис. 7.5 настройки и нажмите на кнопку **Сохранить изменения**. Зайдите затем в настройки профиля (рис. 7.6) и измените их, как показано на рис. 7.7, включив в них свои данные.

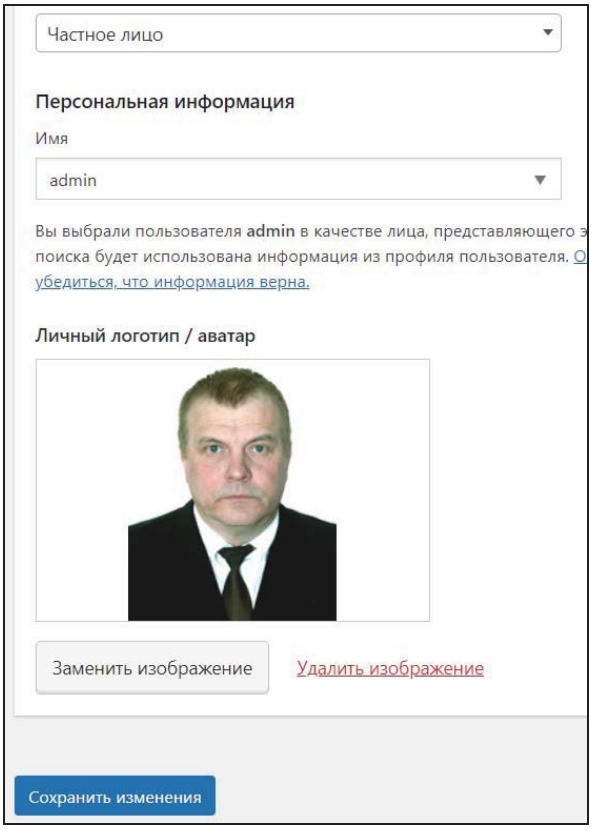


Рис. 7.5. Настраиваем **Отображение в поисковой выдаче | Общие**

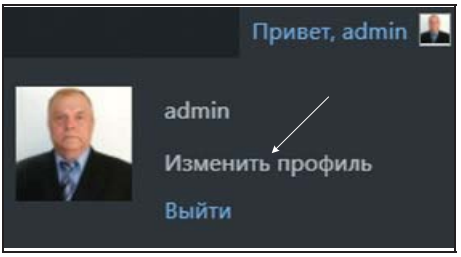


Рис. 7.6. Заходим в настройки профиля

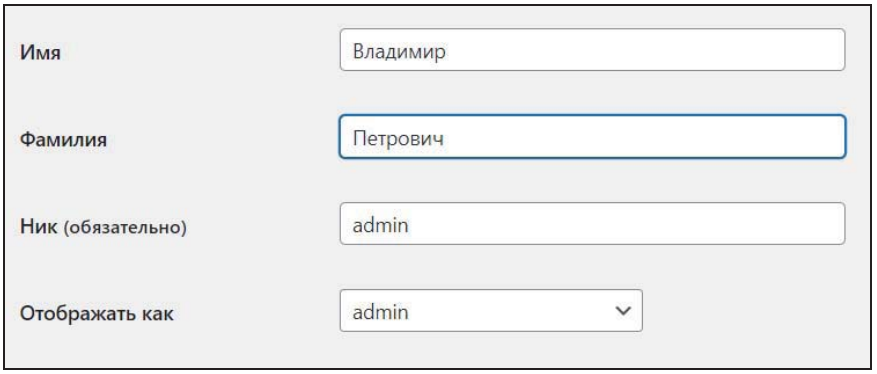


Рис. 7.7. Вносим и сохраняем изменения

Выполните команду **Отображение в поисковой выдаче**, перейдите на вкладку **Типы содержимого**, выделите мышью все 4 кнопки SEO-заголовка (рис. 7.8) и клавишей <Del> очистите заголовок, удалив из него все эти кнопки (рис. 7.9). Удалите также SEO-заголовок из поля **Страницы** (рис. 7.10) и сохраните изменения. На вкладке **Архивы** также установите настройки, как показано на рис. 7.11, и сохраните изменения.

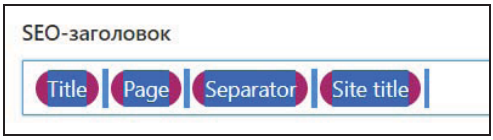


Рис. 7.8. Выделяем мышью все 4 кнопки SEO-заголовка

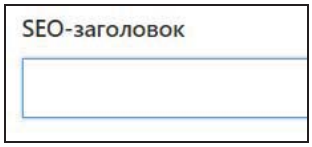


Рис. 7.9. Очищаем SEO-заголовок

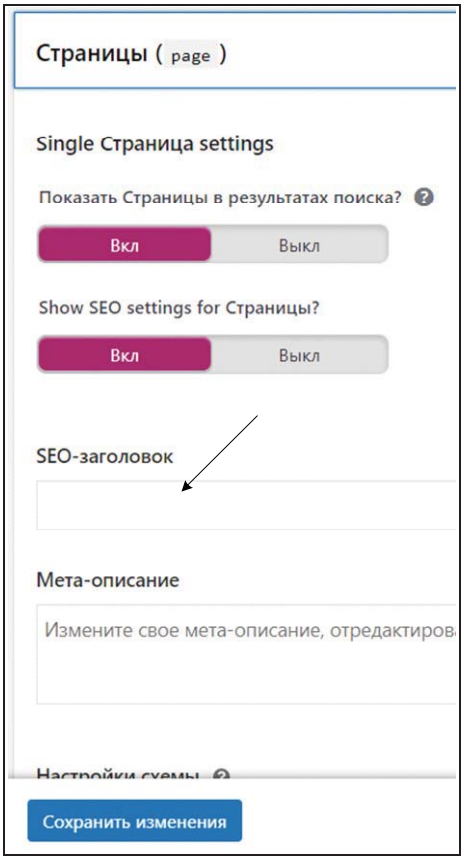


Рис. 7.10. Удаляем SEO-заголовок

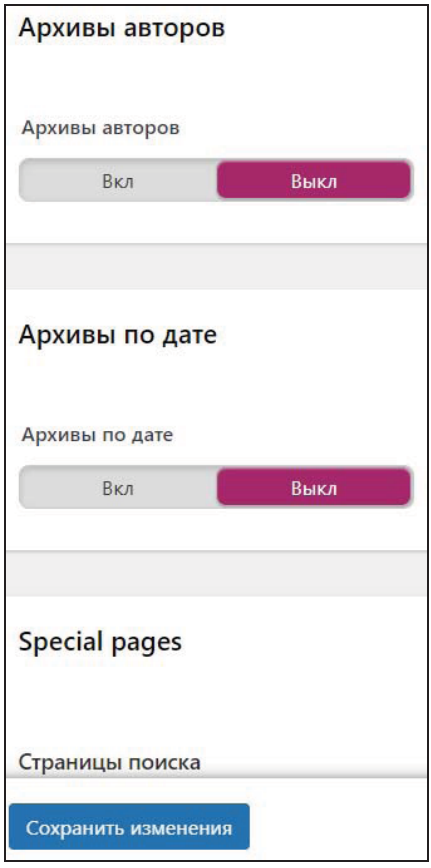


Рис. 7.11. Настройки вкладки **Архивы**

Теперь зайдите на Google Диск, откройте **Ядро сайта**, выделите весь диапазон и отсортируйте данные в таблице по столбцу **B** (рис. 7.12). В результате сортировки мы получим самую популярную фразу по числу запросов пользователей (рис. 7.13).

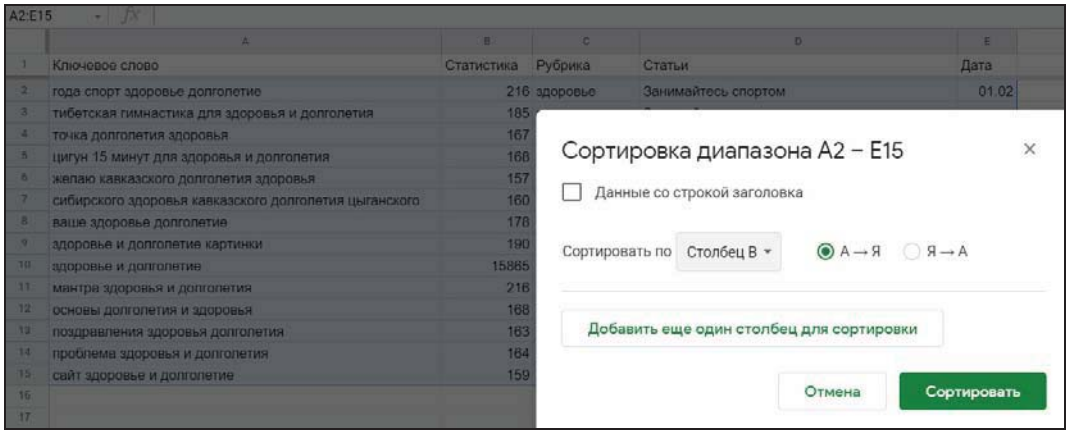


Рис. 7.12. Сортировка диапазона по столбцу **B**

12	здоровье и долголетие картинки	190	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
13	года спорт здоровье долголетие	216	здоровье	Занимайтесь спортом	01.02
14	мантра здоровья и долголетия	216	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	
15	здоровье и долголетие	15865	здоровье	Как поддержать ваше здоровье и долголетие	

Рис. 7.13. Вычленяем самый популярный запрос пользователей для нашего сайта

По команде **Отображение в поисковой выдаче** переходим на вкладку **Общие** и отправляем выявленную нами главную ключевую фразу **Здоровье и долголетие** в SEO-заголовок главной страницы. А чтобы обеспечить успешный поиск нашего сайта в поисковиках по главной странице, заполните поле **SEO-заголовок** дополнительными ключевыми словами, просто вписывая их через запятую, а также добавьте **Мета-описание**. По завершении этой работы нажимаем на кнопку **Сохранить изменения** (рис. 7.14).

Новый термин

Метаописание актуально для SEO-оптимизации сайта, т. к. метатеги представляют собой кусочки кода, которые рассказывают о вашей странице что-то важное. Поисковики, например, из них узнают, о чем ваш сайт, а браузеры — как отображать страницу вашего сайта.



Рис. 7.14. Настраиваем **SEO-заголовок** и **Мета-описание Главной страницы** сайта

На этом настройка плагина **Yoast SEO** завершена. Проверим теперь его работу за два шага.

Проверяем SEO-заголовок

Если мышью встать на вкладку сайта, то появится SEO-заголовок. Так мы убеждаемся, что SEO-заголовок настроен (рис. 7.15).

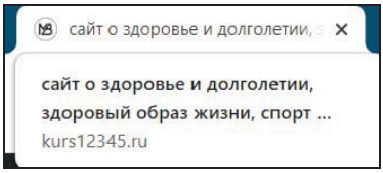


Рис. 7.15. Для поисковиков SEO-заголовок настроен верно

Проверяем метаописание

Щелкните правой кнопкой мыши на сайте, выберите команду **Просмотр кода страницы** и убедитесь, что в параметре `meta name` все прописано верно (рис. 7.16).

* * *

Надо подчеркнуть, что SEO-заголовок для любого веб-сайта на WordPress играет важную роль. Его всегда видно в выдаче поисковых систем, и он является первым для пользователей в результатах их поиска. Редактировать SEO-заголовки на своем сайте WordPress вы можете, установив плагин **Yoast SEO**.

Пишем SEO-статью для сайта

Как уже отмечалось ранее, SEO-статья — это оптимизированный текст, который ориентирован как на посетителя сайта, так и на поискового робота. Такая статья содержит ключевые слова, которые чаще всего используются при поиске материала на определенную тему. Цель SEO-текста — увеличение трафика на ваш сайт.

Требования к SEO-тексту

- SEO-текст делится на абзацы по 3–7 строк. В одном абзаце раскрывается одна мысль.
- Ключевые слова в SEO-тексте должны быть разбавлены вставкой в них одного-двух дополнительных слов.
- Применяйте заголовки различных уровней: `H1` (заголовок первого уровня) указывается только один раз в самом нача-



Рис. 7.16. В коде страницы метаописание настроено верно

ле, заголовков второго уровня (H2) в тексте может быть несколько. В некоторых случаях могут понадобиться и другие уровни: H3, H4 или H5.

- Необходимо использовать нумерованные или маркированные списки. Тут опять включается фактор структурированности — чем он выше, тем легче читается и воспринимается текст, а это облегчает также и его поиск. Сумбурный текст искать сложнее, чем оптимизированный.
- Следует задействовать перелинковку — т. е. указание в материале статьи ссылок на другие страницы сайта.
- Текст должен быть уникальным — иначе поисковик может воспринять его как нарушающий авторские права. В итоге сайт либо упадет в выдаче, либо вообще будет забанен.
- Статья не должна содержать грамматических ошибок — чтобы не раздражать пользователей, которые могут покинуть ваш сайт с ошибками.

Пример написания SEO-статьи

Открываем на Google Диске **Ядро сайта** и выбираем первую запланированную для публикации статью: **Как поддержать ваше здоровье и долголетие** (рис. 7.17).

Статьи	Дата	
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	1
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	
Как поддержать ваше здоровье и долголетие	01.01	
Кавказ и долголетие	01.02	2
Кавказ и долголетие	01.02	
Занимайтесь спортом	01.03	
Занимайтесь спортом	01.03	3
Занимайтесь спортом	01.03	
Занимайтесь спортом	01.03	

Рис. 7.17. У нас запланированы три SEO-статьи

Идем в WP и создаем новую запись. Мы помним, что ключевые слова должны быть разбавлены вставкой в них одного-двух дополнительных слов. Это делает текст «мягче». Поэтому ключевая фраза: Как поддержать ваше здоровье и долголетие в заголовке статьи будет выглядеть так: Изучаем основы долголетия и здоровья. Далее пишем текст, содержащий заголовок H1, подзаголовок H2 и подзаголовок подзаголовка H3. Причем, тег <h1> считается наиболее важным для SEO-продвижения из всех этих тегов, и на странице сайта он не должен повторяться. Итак, H1 мы написали. Чтобы создать подзаголовок H2, ставим курсор в конце предыдущего абзаца (блока), нажимаем мышью на значок (рис. 7.18) и вставляем новый блок **Заголовок** (рис. 7.19). В меню этого блока выбираем заголовок уровня два — т. е. **H2** (рис. 7.20) и вписываем название этого подзаголовка: Что такое здоровый образ жизни (рис. 7.21). Аналогично создаются заголовки H3 и др.

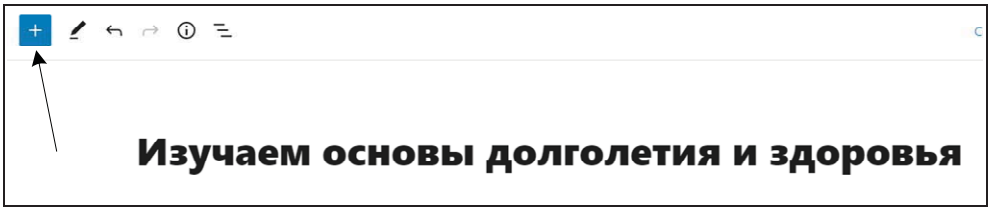


Рис. 7.18. Нажмите мышью на значок

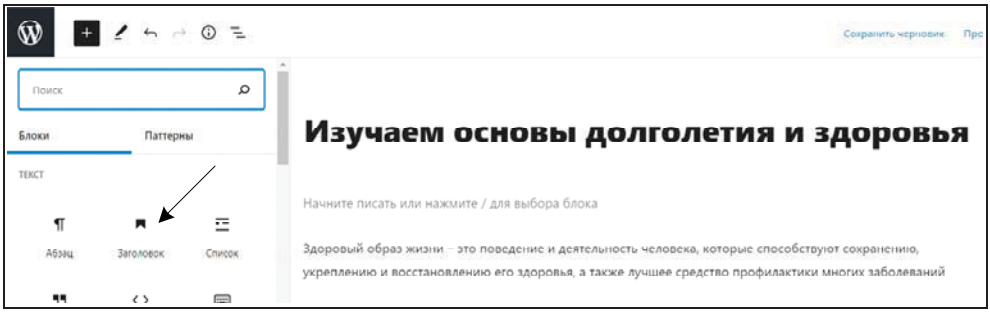


Рис. 7.19. Вставка блока **Заголовок**

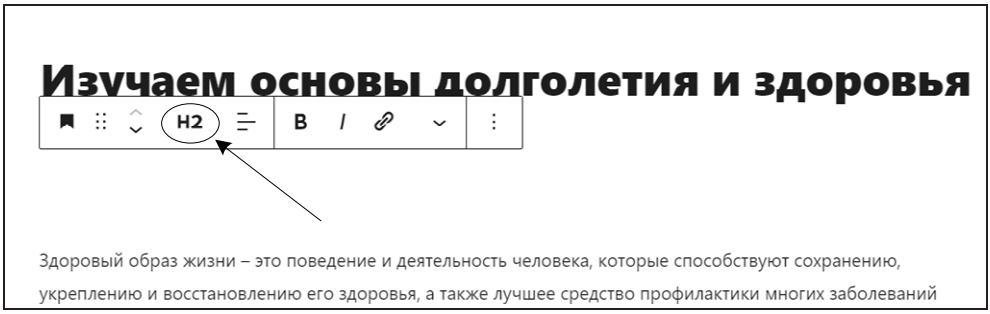


Рис. 7.20. Выбираем заголовок **H2** (заголовок 2-го уровня)



Рис. 7.21. Заголовок 2-го уровня `H2` создан

Для каждой SEO-статьи нужно также создать SEO-заголовок и метаописание. Поэтому опустимся вниз страницы и удалим имеющийся там SEO-заголовок по умолчанию, выделив его мышью и нажав на клавишу <Delete> (рис. 7.22). На место старого заголовка пишем наш текст до тех пор, пока оранжевая линия под ним не станет зеленой. SEO-заголовок должен содержать ключевую фразу, но не дублировать заголовок статьи. Аналогично поступаем и с метаописанием. Таким образом мы создали нужные по объему и по содержанию SEO-заголовок и метаописание для нашей SEO-статьи (рис. 7.23).

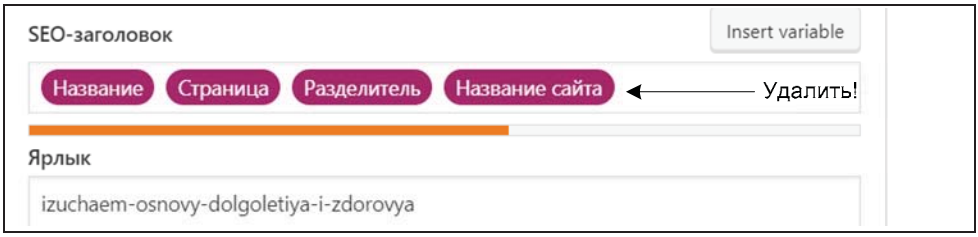


Рис. 7.22. SEO-заголовок по умолчанию удаляем

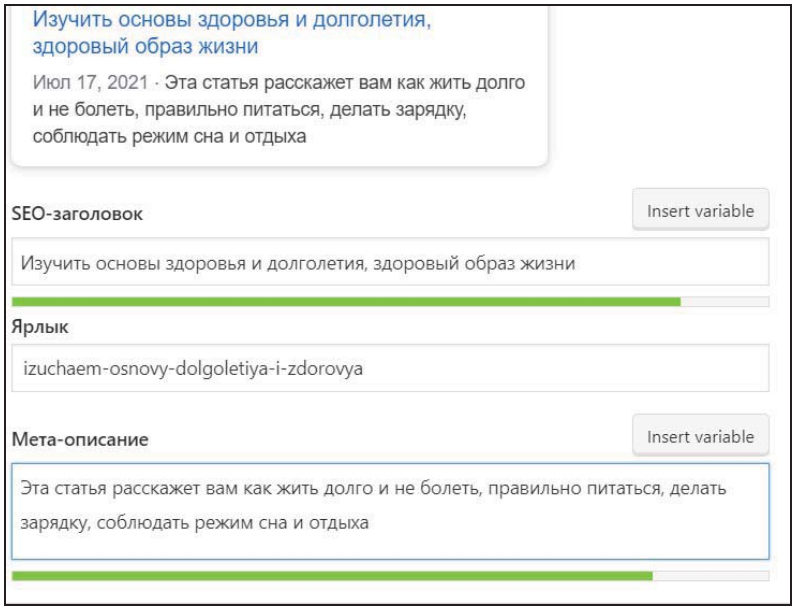


Рис. 7.23. SEO-заголовок и Мета-описание для SEO-статьи готовы

Теперь вставим в SEO-статью изображение, по которому поисковик выйдет на нашу статью, а для вставленного изображения создадим *Alt-описание* — альтернативный текст (рис. 7.24). В Alt-описании также рекомендуется иметь ключевую фразу. Затем в правой части страницы вставляем в запись **Изображение записи** (рис. 7.25), добавляем новую рубрику **Здоровье** из контент-плана на Google Диске (рис. 7.26) и в сайте WP указываем создать эту рубрику (рис. 7.27). Готовая рубрика **Здоровье** показана на рис. 7.28.



Рис. 7.24. Пишем для вставленного в статью изображения альтернативный текст

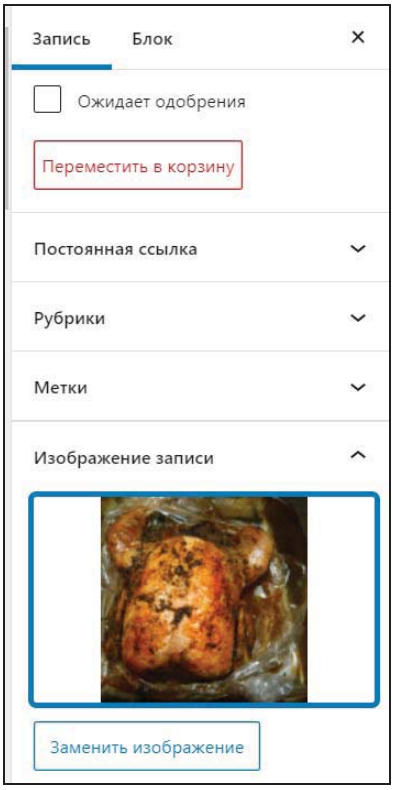


Рис. 7.25. В запись вставляем **Изображение записи**

B	C
Статис	Рубрика
163	здоровье
164	здоровье
168	здоровье
178	здоровье
190	здоровье
216	здоровье

Рис. 7.26. Здесь показана часть контент-плана на Google Диске

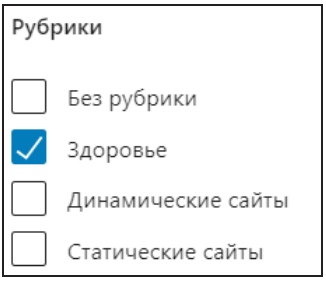


Рис. 7.27. Создаем новую рубрику **Здоровье**

На этом, собственно, всё — теперь SEO-статью можно просмотреть, а затем и опубликовать (рис. 7.29).

Новый термин

Альтернативный текст — это описание, отображаемое вместо изображений. Пользователи и поисковики используют этот замещающий текст, чтобы лучше понимать, что нахо-

дится на вашей странице. Альтернативный текст — важная часть SEO-продвижения. Оставлять атрибут `alt` пустым нельзя, это вредит рейтингу сайта.

Новый термин

Поисковик (поисковый робот) — программа, являющаяся составной частью поисковой системы и предназначенная для перебора страниц Интернета с целью занесения информации о них в базу данных поисковой системы.

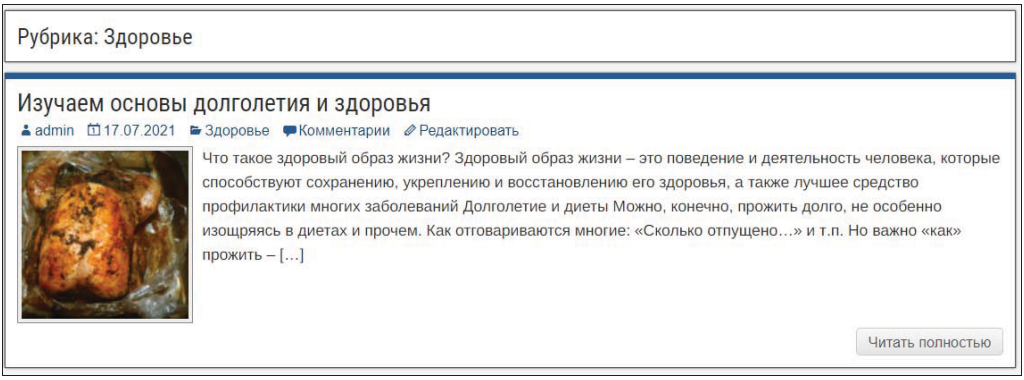


Рис. 7.28. Рубрика **Здоровье** создана

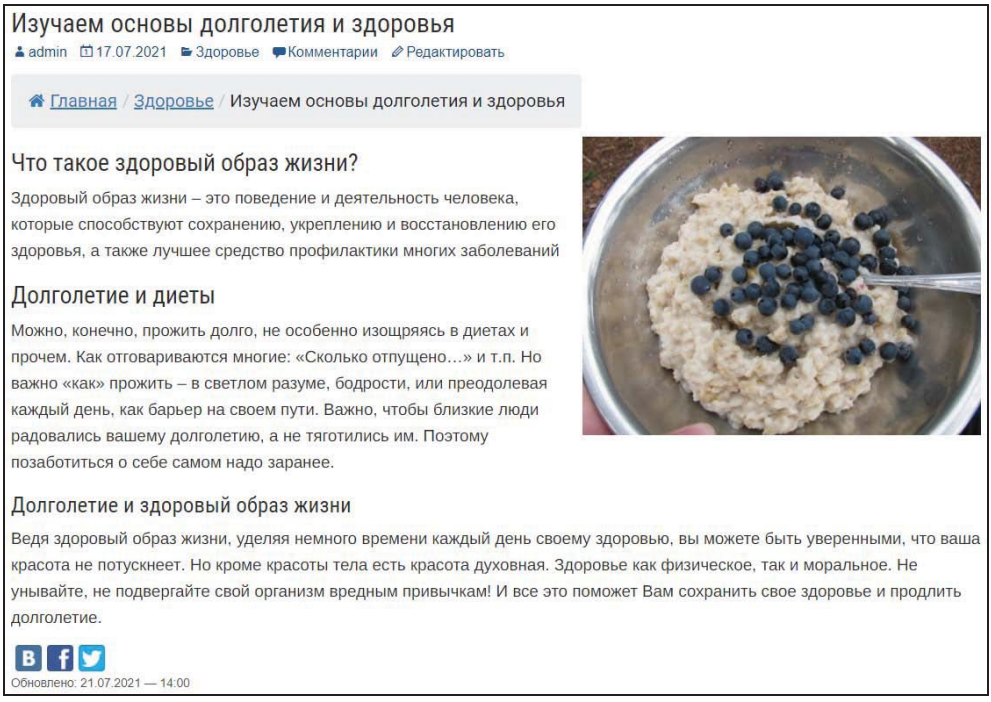


Рис. 7.29. Так выглядит наша SEO-статья на сайте

Уникальность текста на сайте

Новый термин

Уникальный текст на вашем сайте не должен иметь совпадений на других сайтах в Сети. Процент уникальности текста 50% означает, что половина текста скопирована из других источников.

Принято считать, что:

- выше 90% — высокий уровень уникальности текста;
- 80–90% — средняя уникальность;
- ниже 80% — низкий уровень уникальности;
- уникальность, близкая к нулю, — это плагиат.

Новый термин

Плагиат — это заимствование чужого текста, хищение интеллектуальной собственности (нарушение УК РФ). Допустимый уровень заимствования из чужих работ не должен превышать 5–10%.

К термину *уникальность* примыкают понятия *копирайтинг* — написание уникального материала с нуля и *рерайтинг* — готовый текст заново переписывается другими словами. Иначе говоря, *копирайтинг* текста имеет смысловую (реальную) уникальность, а *рерайтинг* — только формальную. Существуют специальные программы-синонимайзеры, которые позволяют делать автоматический рерайт имеющегося текста, — например: **https://online-sinonim.ru/** (рис. 7.30), **https://bname.ru/tools/synonymizer/** (рис. 7.31) и др.

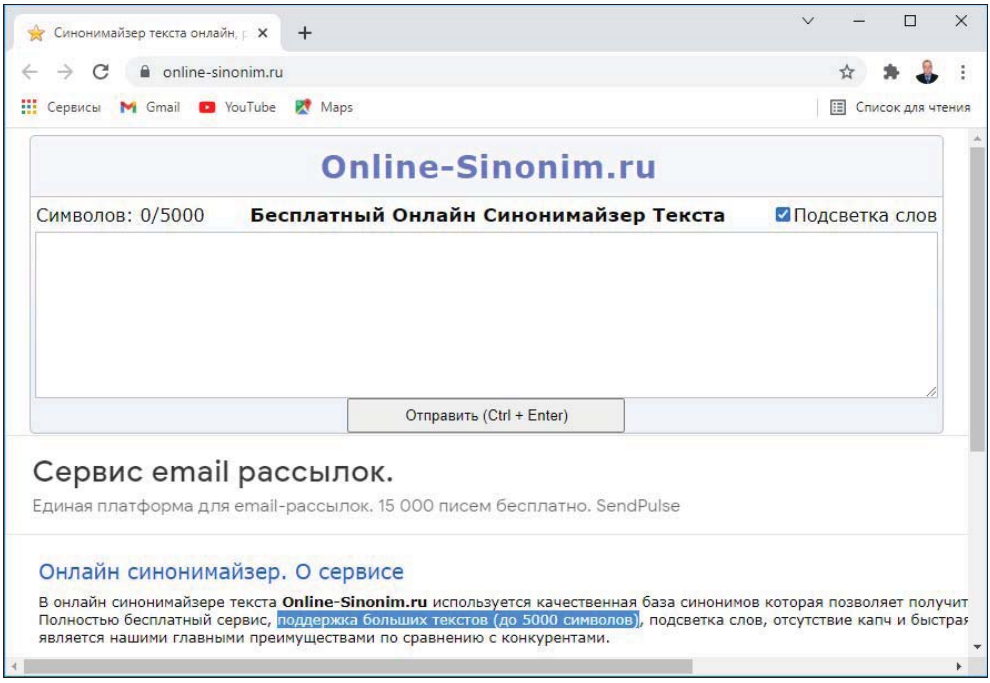


Рис. 7.30. Синонимайзер с поддержкой больших текстов (до 5000 символов)

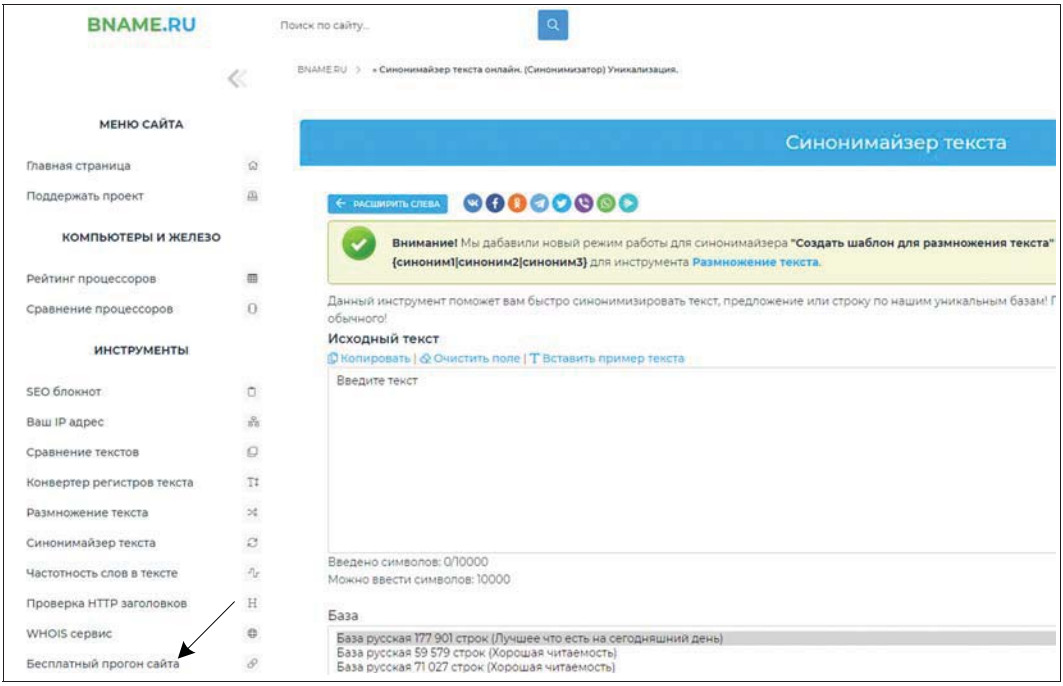


Рис. 7.31. Синонимайзер с дополнительными возможностями и сервисом бесплатного прогона сайта

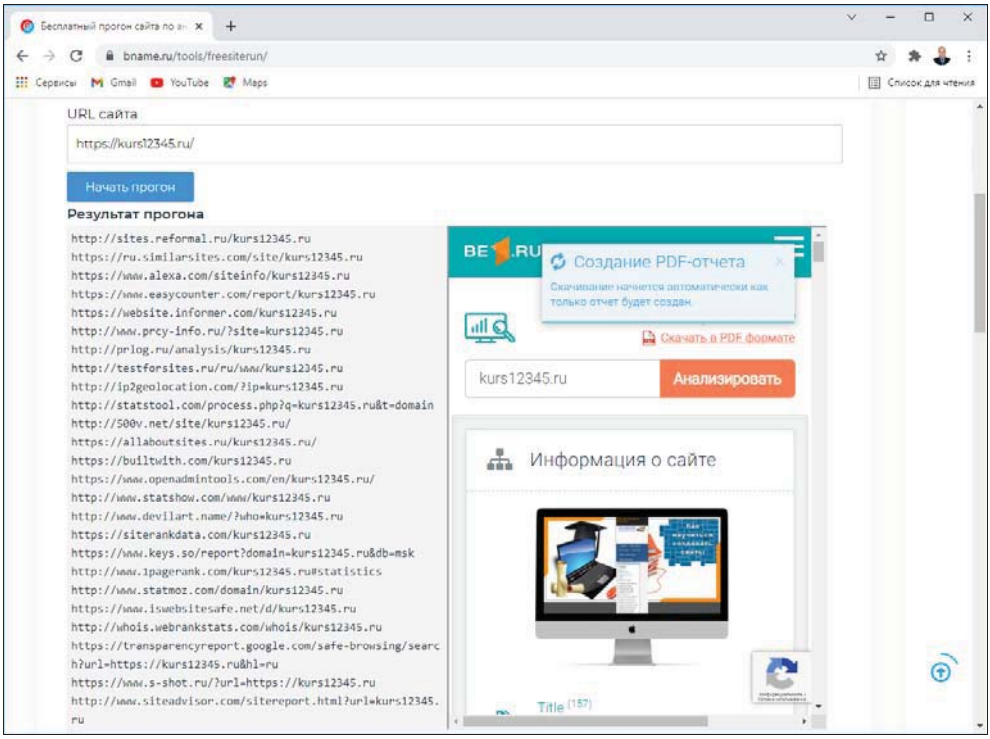


Рис. 7.32. Пример прогона сайта на сервисе **bname.ru**

Кроме того, некоторые синонимайзеры (тот же Bname.ru) предоставляют сервис бесплатного прогона сайта (см. рис. 7.31). Суть прогона — спровоцировать поисковики на оценку (индексацию) сайта. Прогон оставляет обратные ссылки на ваш сайт, и поисковые роботы эти ссылки видят и начинают учитывать (рис. 7.32). Используя сервис прогона нового сайта по анализаторам (каталогам и специальным сервисам), вы можете заявить Интернету о существовании вашего сайта, и это привлечет к нему внимание поисковых роботов. Прогон ускоряет индексацию и рост ссылочной массы, что полезно для «молодых» сайтов и повышает к ним доверие со стороны поисковых систем.

Говоря об уникальности сайтов, следует знать, что поисковые системы применяют фильтры, которые значительно понижают в выдаче ресурсы, не соблюдающие уникальность контента. Так, Яндекс выкидывает из поиска практически все страницы неуникального сайта, а поисковая система Google при встрече неуникального контента резко снижает трафик на такой сайт. Другими словами, процент уникальности страниц сайта должен быть не менее 90%, иначе поисковик может исключить их из поиска.

Уникальность текста можно проверить, например, на сайте **Text.ru** (рис. 7.33). Давайте для примера зарегистрируемся на этом сайте и проверим какой-либо текст на уникальность (рис. 7.34).

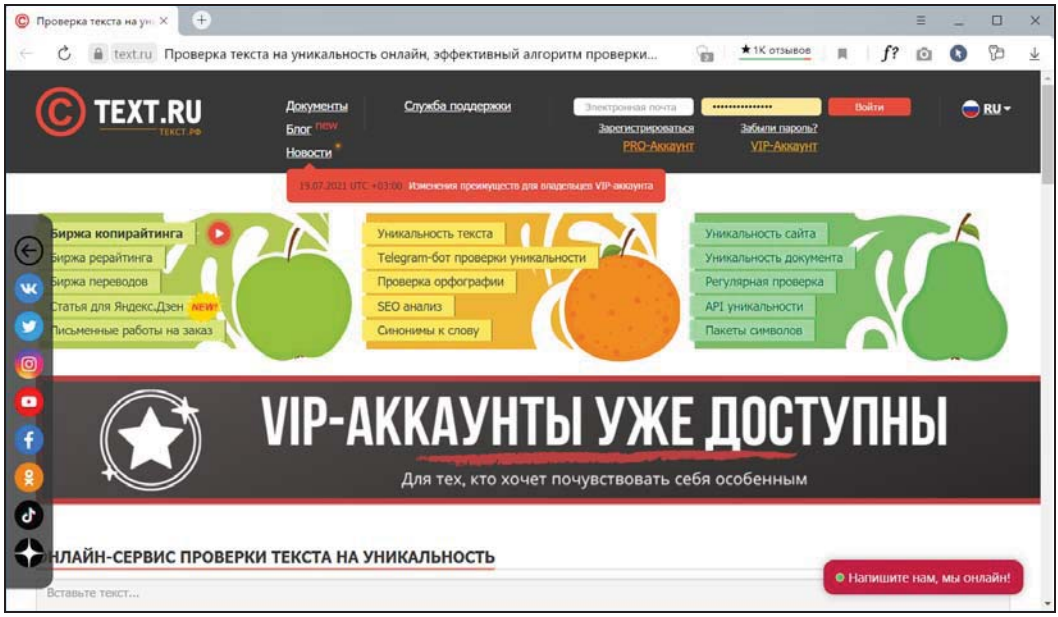


Рис. 7.33. Онлайн-сервис **https://text.ru/** для проверки уникальности текста



Рис. 7.34. Пример проверки текста страницы сайта на **https://text.ru/**

Проверка релевантности страниц

Продвижение сайтов в Интернете — процесс, который включает в себя множество этапов работы. Контент сайта должен быть не только уникальным по смыслу, он также должен соответствовать требованиям поисковиков.

> ***Новый термин***
>
> *Релевантность текста* — это его соответствие поисковым запросам. Иначе говоря, релевантность — это соответствие статьи на сайте его ключевой фразе. Чем выше процент релевантности текста, тем эффективнее его индексация поисковыми роботами. При релевантности свыше 90% ваш текст будет индексироваться идеально.

Чтобы проиллюстрировать сказанное, мы проверим релевантность какого-либо текста на нашем сайте (например, на странице с названием **Основы долголетия и здоровья**) с помощью сервиса **MegaIndex** по ссылке **https://ru.megaindex.com/l/textanalysis** (рис. 7.35). Итак, зарегистрируйтесь на этом сервисе и проверьте поисковый запрос **Основы долголетия и здоровья** — ранее он был сформирован нами в таблице Google (рис. 7.36). Для этого ключевую фразу **Основы долголетия и здоровья** следует вставить в соответствующее поле на сайте **MegaIndex** и нажать на кнопку **Показать** (рис. 7.37).

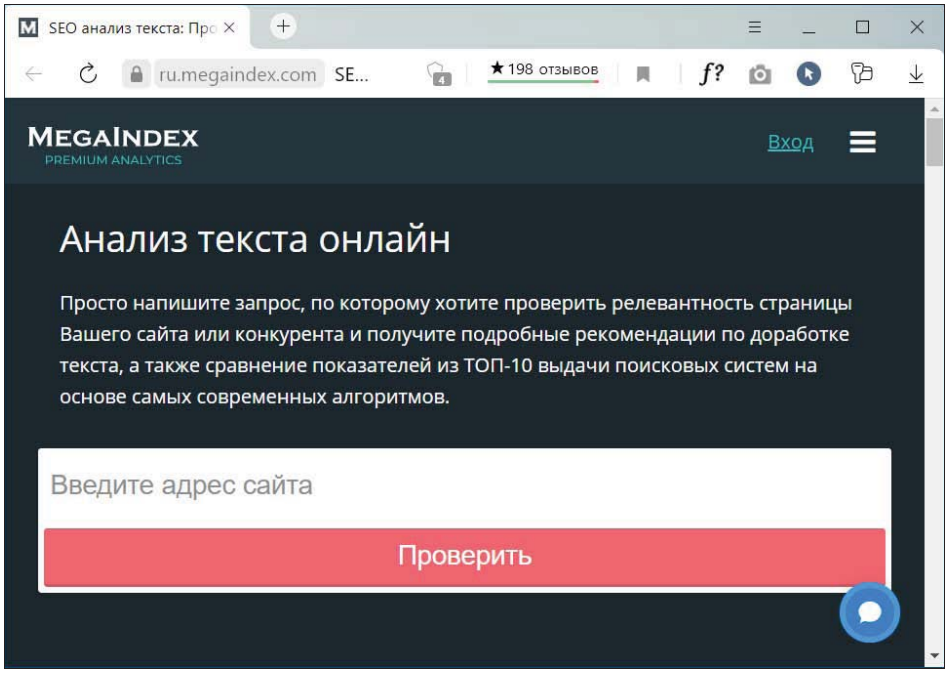


Рис. 7.35. Онлайн-сервис для оценки релевантности контента сайта

Затем скопируйте интернет-адрес (URL) статьи **https://kurs12345.ru/zdorove/izuchaem-osnovy-dolgoletiya-i-zdorovya/** (рис. 7.38), вставьте его на сайте **MegaIndex** в поле **URL для сравнения** и нажмите на кнопку **Обновить** (рис. 7.39).

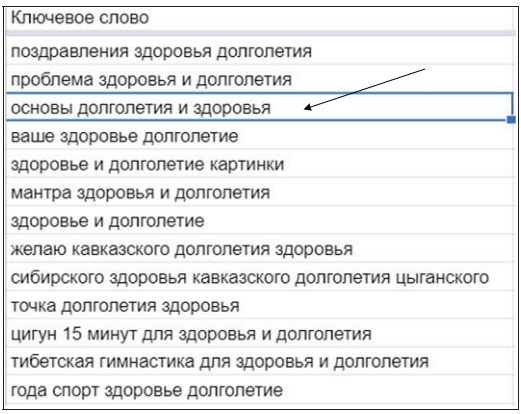


Рис. 7.36. Фрагмент нашей таблицы Google на Google Диске

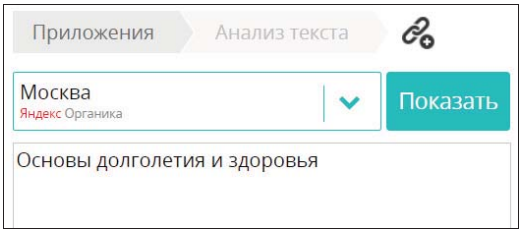


Рис. 7.37. Проверяем релевантность ключевой фразы **Основы долголетия и здоровья**

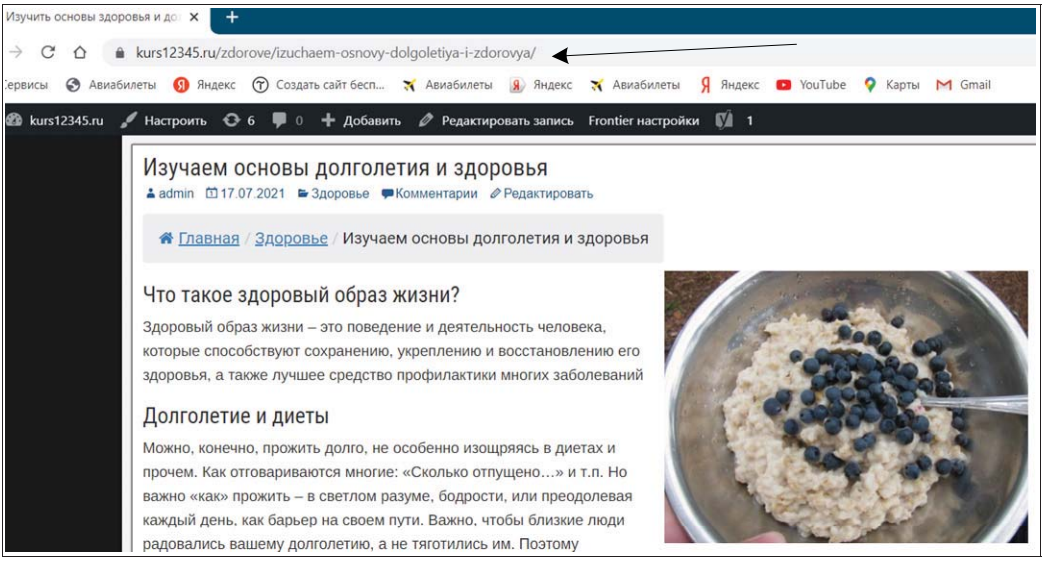


Рис. 7.38. Статья на сайте с ключевой фразой **Основы долголетия и здоровья** и ее URL в адресной строке браузера

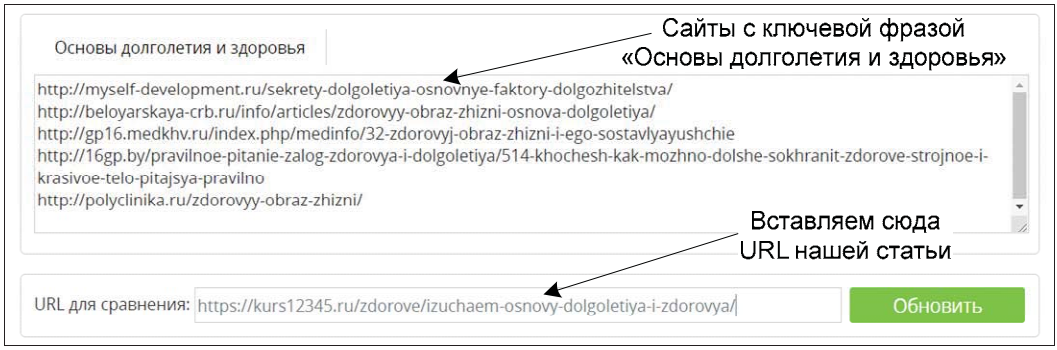


Рис. 7.39. Проверяем статью с ключевой фразой **Основы долголетия и здоровья** на релевантность

По результатам проверки (рис. 7.40) становится ясно, что релевантность нашей статьи не достигает и 60%, когда она должна быть не ниже 90%. Следовательно, статью требуется доработать.

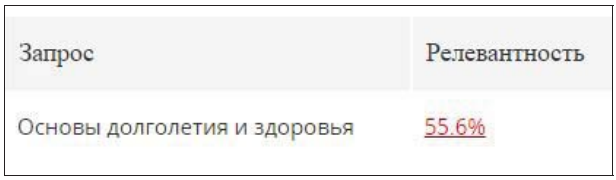


Рис. 7.40. Релевантность статьи 55,6%

Чтобы повысить релевантность страницы, необходимо повысить релевантность каждого элемента страницы, а также провести соответствующую работу над ссылочной структурой сайта. В частности, увеличить релевантность материала позволяет использование *анкорных ссылок* (см. далее).

Новый термин

Анкорная ссылка — это текстовая ссылка, которая ведет на определенную страницу сайта. Анкор (от *англ.* anchor — якорь) обычно содержит ключевую фразу.

Перелинковка

Новый термин

Перелинковка сайта — это создание на сайте анкорных (якорных) и безанкорных ссылок. Перелинковка за счет ссылок создает смысловую связь между страницами сайта и повышает их релевантность. Очевидно, что наличие ссылок внутри сайта облегчает поисковому роботу понимание того, что страница отвечает определенному запросу.

Анкор (якорь) — это кликабельный текст на страницах сайта. Давайте напишем текст **Вам также может быть интересно создание сайтов на HTML** и фрагмент **HTML** этого текста сделаем анкорной ссылкой. Для этого войдем в режим редактирования страницы и выполним операции, показанные на рис. 7.41. Для завершения операции создания анкорной ссылки следует нажать на клавишу <Enter>, а затем на кнопку **Обновить**.

Создание *безанкорных ссылок* — это также способ повысить посещаемость сайта, поскольку повышает его релевантность. Такие ссылки создаются аналогично анкорным и содержат, как правило, такие слова: **смотри, подробнее, далее, источник** и другие, подобные этим. Иначе говоря, безанкорные ссылки, в отличие от анкорных, содержат нейтральные слова и прямо не указывают на тематику сайта (рис. 7.42).

Таким образом, перелинковка сайта — это способ повышения вовлечения пользователей в ваш сайт. Он заключается в создании ссылок, при помощи которых пользователь сможет попасть из одного раздела сайта в другой, т. е. проведет на сайте больше времени. Перелинковка — важный элемент поисковой оптимизации сайта и его *юзабилити* (удобства).

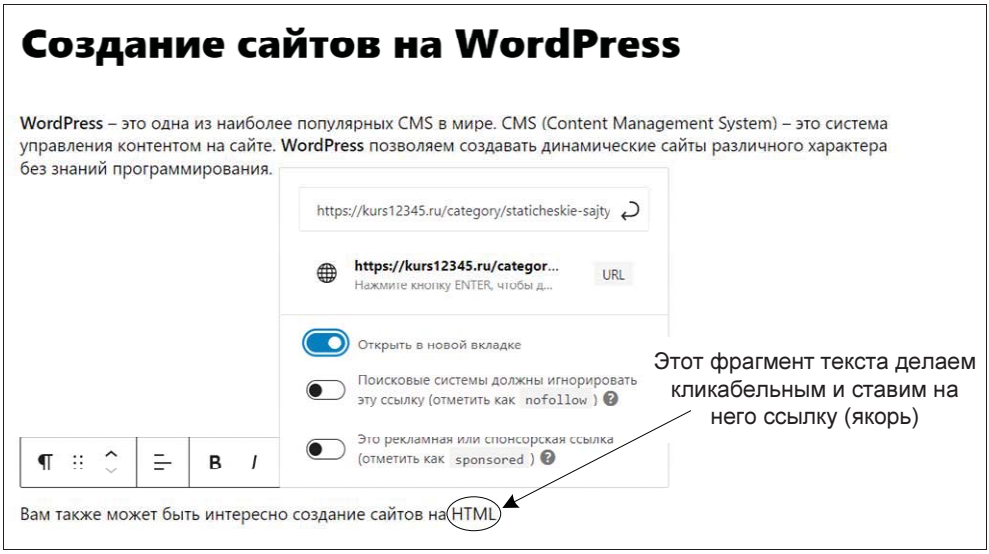


Рис. 7.41. Создаем анкорную ссылку



Рис. 7.42. Примеры анкорной ссылки **HTML** и безанкорной **сюда**

Правильность HTML-кода

Когда сайт уже сверстан, следует зайти на валидатор по адресу **https://validator.w3.org/**, и он проверит ваш сайт, а снизу покажет все ошибки в HTML-коде (рис. 7.43). Их останется только исправить. Сервис на этом сайте несложный, так что описывать подробно его нет смысла, — там все интуитивно понятно: нужно только ввести в поле **Address** ссылку на сайт и нажать кнопку **Check**.

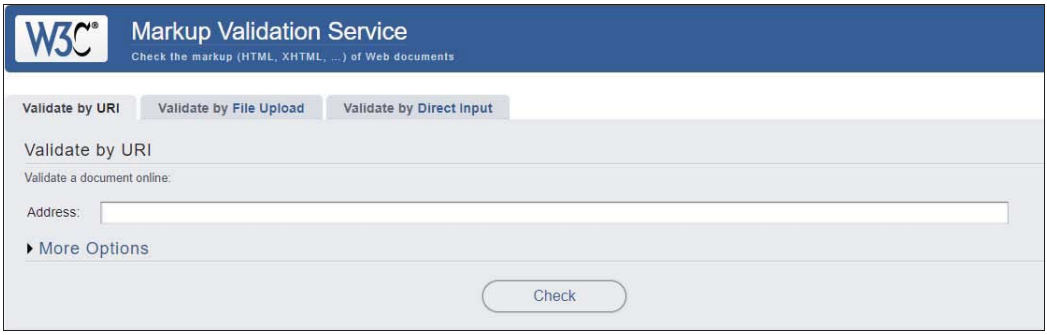


Рис. 7.43. Окно валидатора **validator.w3.org**

Советы по попаданию сайта в топ выдачи поисковых систем

Напомню, что целью раскрутки (продвижения) сайта является попадание его в *топ выдачи* поисковых систем.

> ***Новый термин***
>
> *Top* с английского переводится как «верхушка». При поиске в Интернете пользователь обычно переходит по ссылке на первой, иногда на второй странице результатов поиска, не углубляясь дальше, после чего меняет запрос. Отсюда для веб-мастера следует важность попадания в топ поисковых систем — т. е. в первое количество сайтов в выдаче результатов поисковой машины по определенному запросу.

Для попадания в топ веб-мастер должен следовать следующим принципам:

- размещать на сайте уникальный и разнообразный контент, интересный и полезный пользователям;
- работать с семантическим ядром сайта, выбирать ключевые слова в соответствии с задачами сайта;
- добиваться оптимизации заголовков и метатегов;
- обеспечивать релевантность страниц;
- перелинковывать сайт;
- адаптировать сайт под мобильные устройства;
- добиваться кроссбраузерности — правильного отображения сайта всеми браузерами;
- удалять неработающие ссылки;
- проверять и обеспечивать правильность кода сайта;
- настраивать файл robots.txt для успешной индексации.

О ряде этих правил мы уже говорили ранее, о других моментах, влияющих на раскрутку сайта, поговорим позднее.

Показатели раскрученности сайта: PR, ТИЦ и ИКС

- PR — это показатель, который использует поисковая система Google для оценки ваших страниц. PR может изменяться в диапазоне от 0 до 10 и оценивается для каждой страницы отдельно. Чем больше на вашу страницу ссылаются другие страницы, тем больше у вас этот показатель. Сам показатель существует, но его невозможно увидеть.
- ТИЦ , тематический индекс цитирования — является аналогом PR, но его использует Яндекс. Есть некоторые отличия ТИЦ от PR: он рассчитывается не для каждой странички, а для всего сайта в целом.
- ИКС — индекс качества сайта системы Яндекс. При расчете индекса качества учитываются размер аудитории сайта, степень удовлетворенности пользователей, уро-

вень доверия к сайту со стороны пользователей и Яндекса, а также другие критерии. Для расчета используются данные сервисов Яндекса, а значение индекса регулярно обновляется.

Посмотреть показатели вашего сайта для Яндекса можно здесь: **https://a.pr-cy.ru/intop24.ru/**. Перечень SEO-инструментов этой службы показан на рис. 7.44.

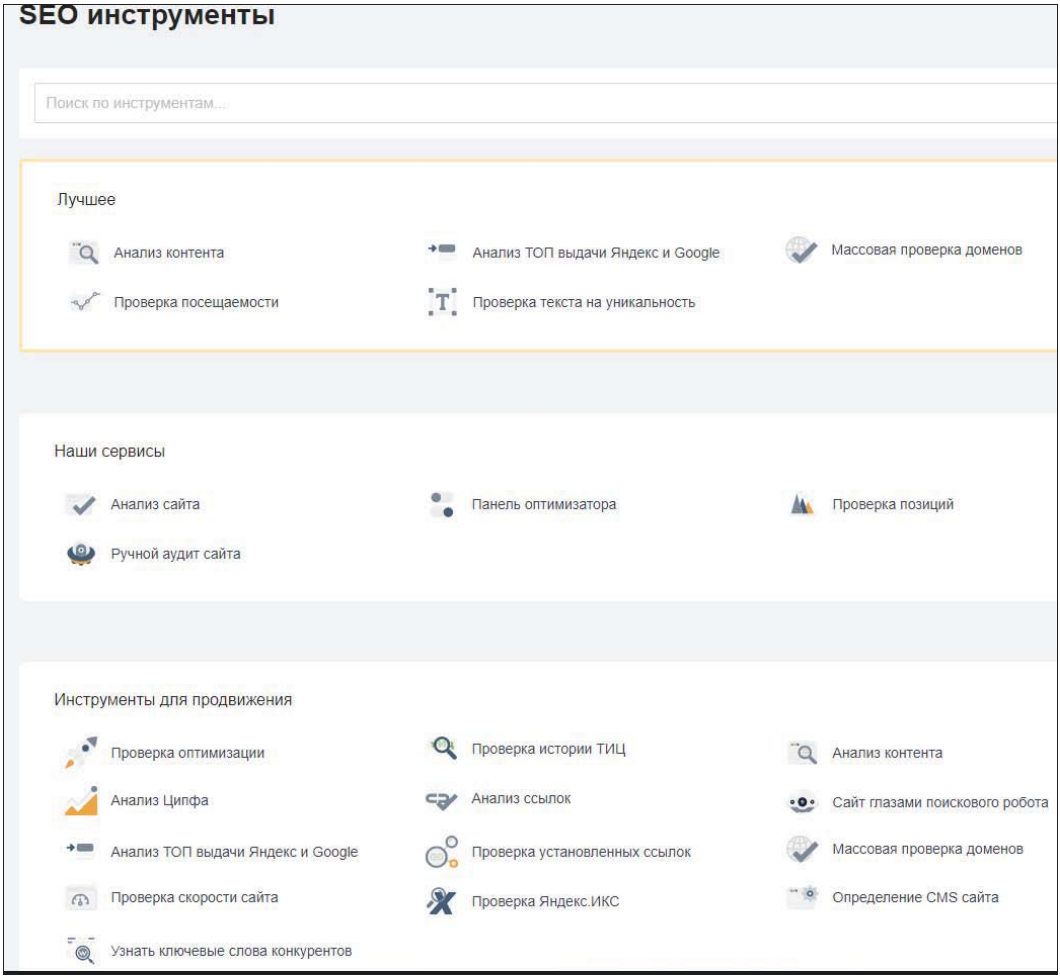


Рис. 7.44. SEO-инструменты сервиса **a.pr-cy.ru/intop24.ru**

ГЛАВА 8



Сервисы Яндекса для веб-мастера

Основная цель Яндекса — решать задачи людей. В этой главе читатель познакомится с сервисами, предлагаемыми от Яндекса веб-мастеру: мы добавим сайт в Яндекс.Вебмастер, подключим Яндекс.Метрику и пр.

О сервисе Яндекс.Вебмастер

Сервис Яндекс.Вебмастер (**https://webmaster.yandex.ru/**) помогает автору сайта понять, как легко его сайт находят пользователи. Яндекс.Вебмастер автоматически проверяет сайт более чем по 30 параметрам и выдает отчет, указывая на ошибки на вашем сайте (рис. 8.1). Поочередно устраняя проблемы, вы можете убедиться в этом с помощью кнопок **Проверить**.

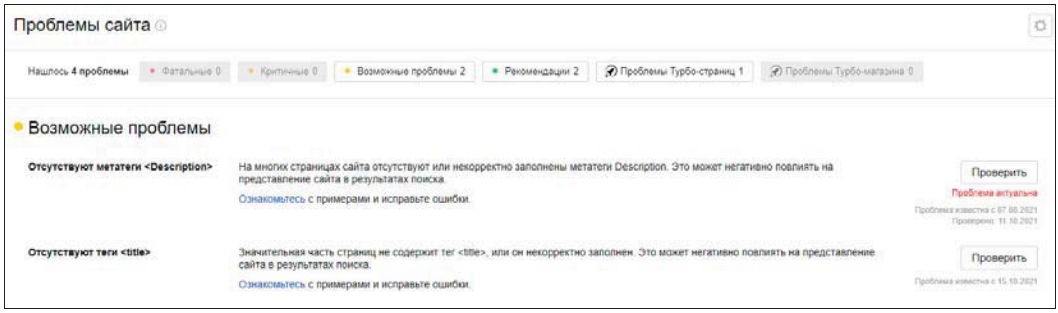


Рис. 8.1. Яндекс.Вебмастер обнаружил на сайте проблемы

Чтобы поисковая машина узнавала о новых сайтах в Сети, у Яндекса есть специальная программа — *поисковый робот*. Этот робот сканирует Сеть и ищет как новые сайты, так и изменения на старых, уже знакомых ему сайтах. Полезные сайты робот добавляет в свою базу данных, называемую *поисковым индексом*. Соответственно добавление сайта роботом в базу называется *индексированием*. Когда мы ищем что-то на Яндексе — мы отправляем запрос в эту базу.

Иногда роботу не сразу удается добраться до вашего сайта, но мы ему можем помочь, если добавим свой сайт в Яндекс.Вебмастер. Тогда робот узнает о существовании вашего сайта быстрее.

Шаг 1: подключаем сайт к Яндекс.Вебмастеру

Бывает, что ваш сайт не получается найти в поиске Яндекса. Чтобы решить эту проблему, нужно зарегистрировать ваш сайт в Яндекс.Вебмастере. Сделать это можно в разделе **Мои сайты**, нажав на кнопку **Добавить сайт** (рис. 8.2), прописав его адрес в соответствующем поле открывшейся панели (рис. 8.3) и подтвердив свои права на сайт, как показано на рис. 8.4.

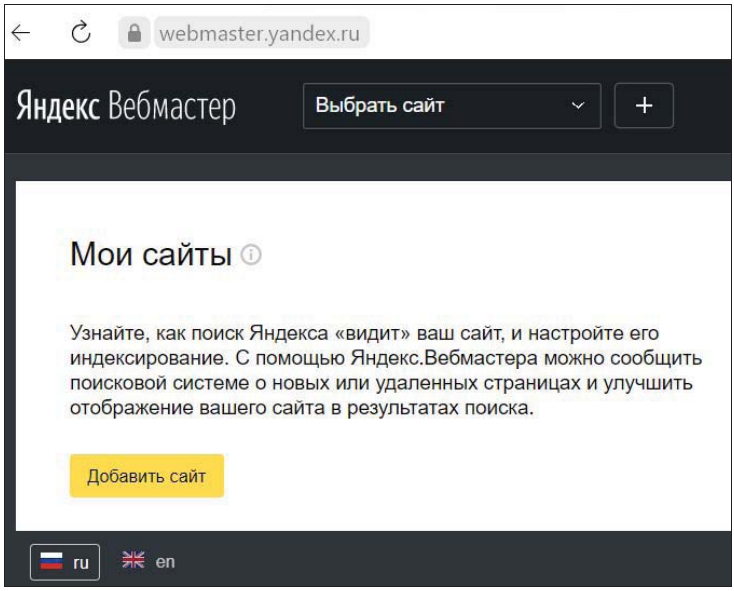


Рис. 8.2. Сервис **Яндекс.Вебмастер**

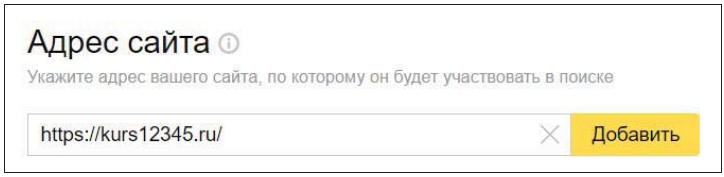


Рис. 8.3. Добавляем сайт в Яндекс.Вебмастер

После нажатия мышью на указанную на рис. 8.4 ссылку на ваш ПК скачается файл следующего содержания:

```
<html>
 <head>
 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8">
 </head>
 <body>Verification: 434cefa7ad9df666</body>
</html>
```

Загрузите скачанный файл в папку Public_html на хостинге, нажав на кнопку **Загрузить Файлы** (рис. 8.5), после чего снова зайдите на Яндекс.Вебмастер (**https://webmaster.**

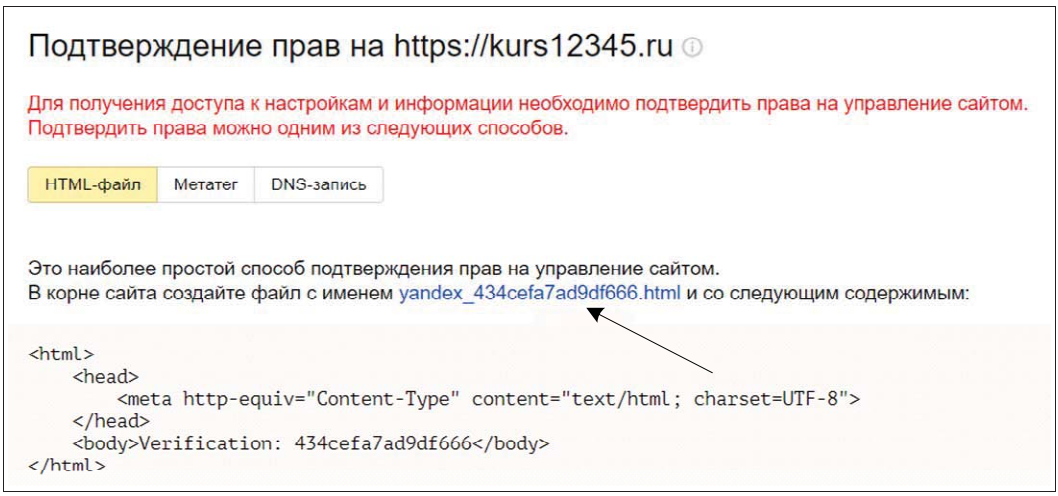


Рис. 8.4. Нажимаем мышью на указанную ссылку

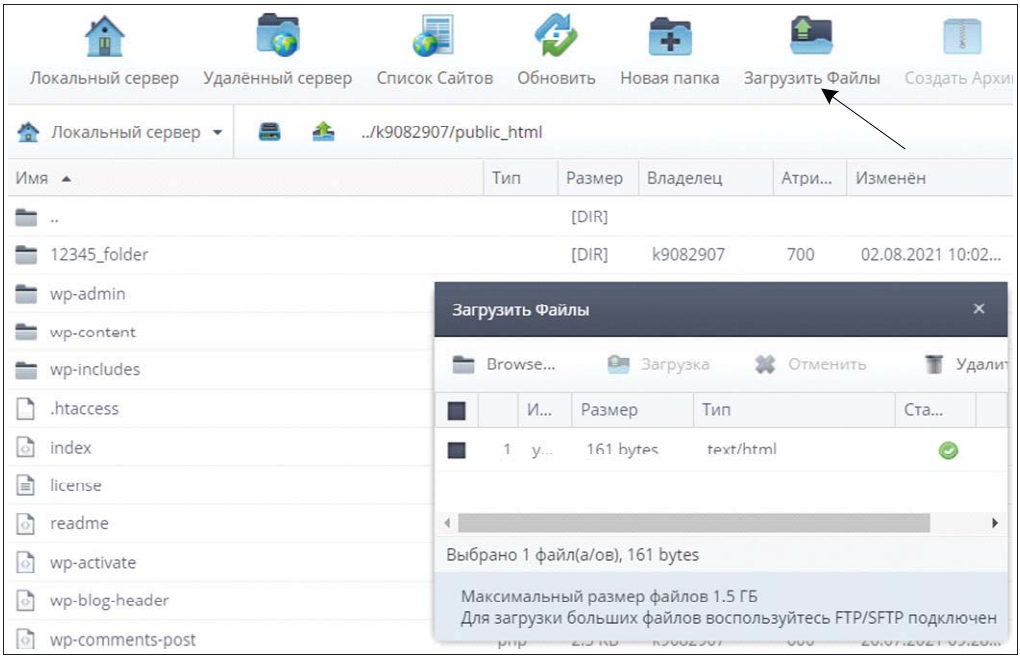


Рис. 8.5. Загружаем файл верификации на наш хостинг

yandex.ru/) и нажмите на кнопку **Проверить** (рис. 8.6). После успешной проверки на вашу почту придет письмо следующего содержания (рис. 8.7).

Когда ваш сайт будет добавлен в Яндекс.Вебмастер, вы увидите его в разделе **Мои сайты**, и напротив него появится надпись **Включён** (рис. 8.8).

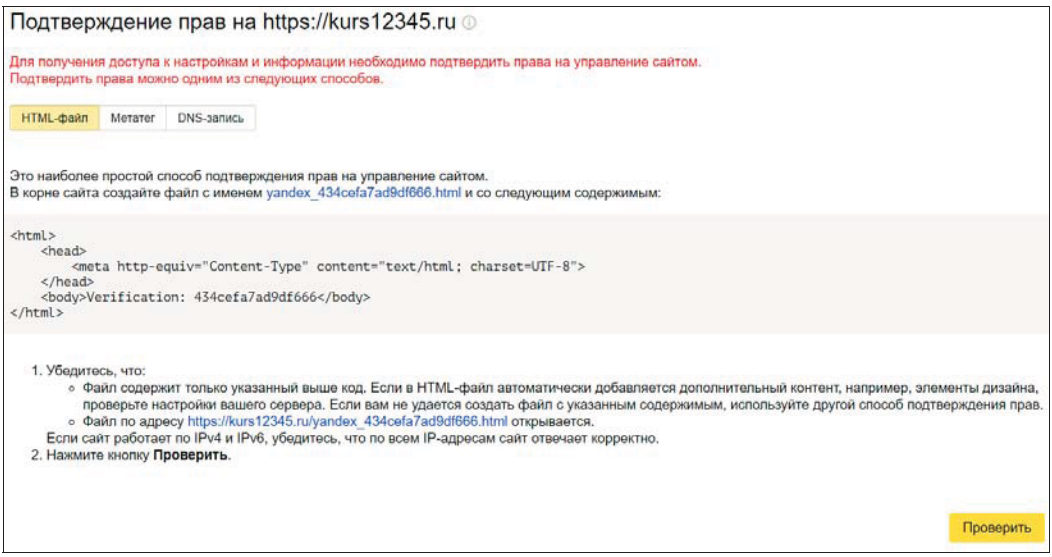


Рис. 8.6. Сервис Яндекс.Вебмастер проверяет наш HTML-файл

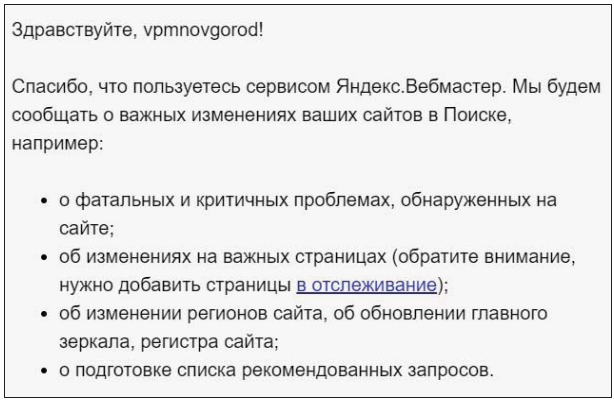


Рис. 8.7. Права на сайт успешно подтверждены

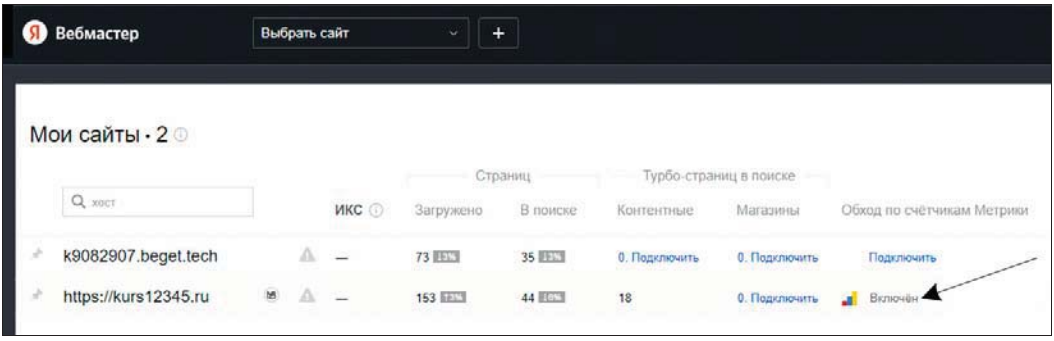


Рис. 8.8. Сайт **kurs12345.ru** на сервисе Яндекс.Вебмастер включен

Шаг 2: добавляем в Яндекс.Вебмастер карту сайта (Sitemap)

С помощью карты сайта (Sitemap) можно сообщить Яндексу о структуре сайта. Для этого на сервисе Яндекс.Вебмастер выполните команду **Индексирование | Файлы Sitemap** (рис. 8.9) и нажмите кнопку **Добавить** в открывшейся панели. Перейдите в консоль WP, из меню **Настройки** скопируйте ссылку на наш файл Sitemap.html (рис. 8.10) и вставьте ее в подготовленное предыдущей командой поле на Яндекс.Вебмастере (рис. 8.11). Обработка файла Sitemap будет долгой (до 1–2 недель). Результат добавления карты сайта в Яндекс.Вебмастер показан на рис. 8.12.

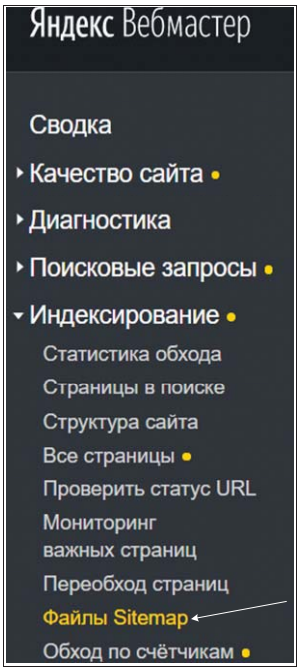


Рис. 8.9. Находим команду **Файлы Sitemap**

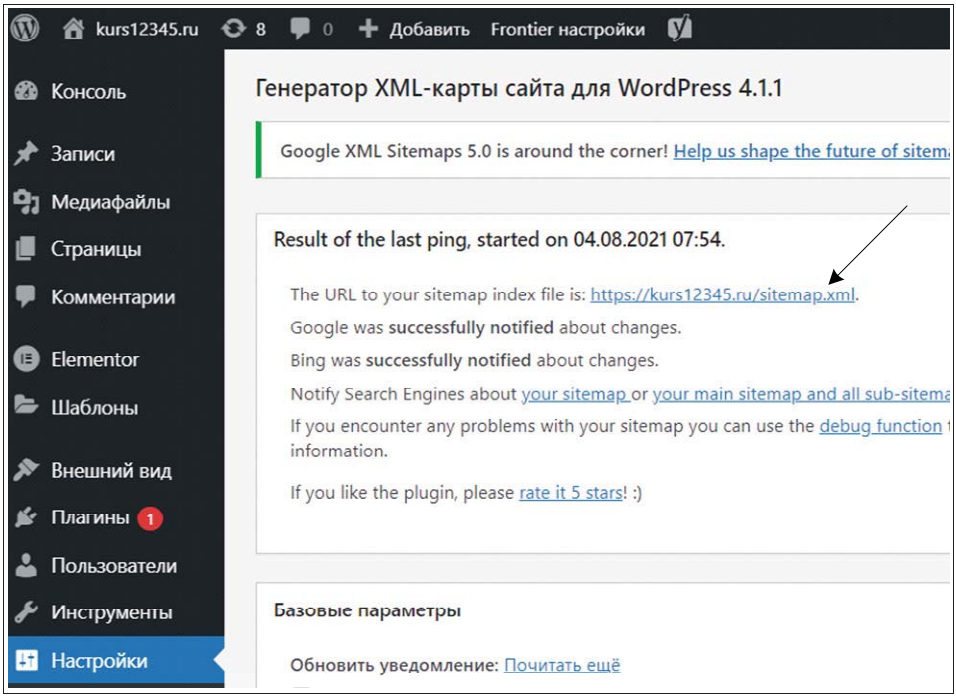


Рис. 8.10. Копируем ссылку на наш файл Sitemap.html

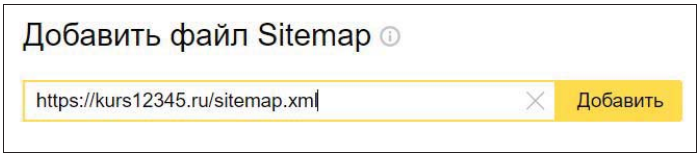


Рис. 8.11. Выполнена команда **Индексирование | Файлы Sitemap | Добавить**

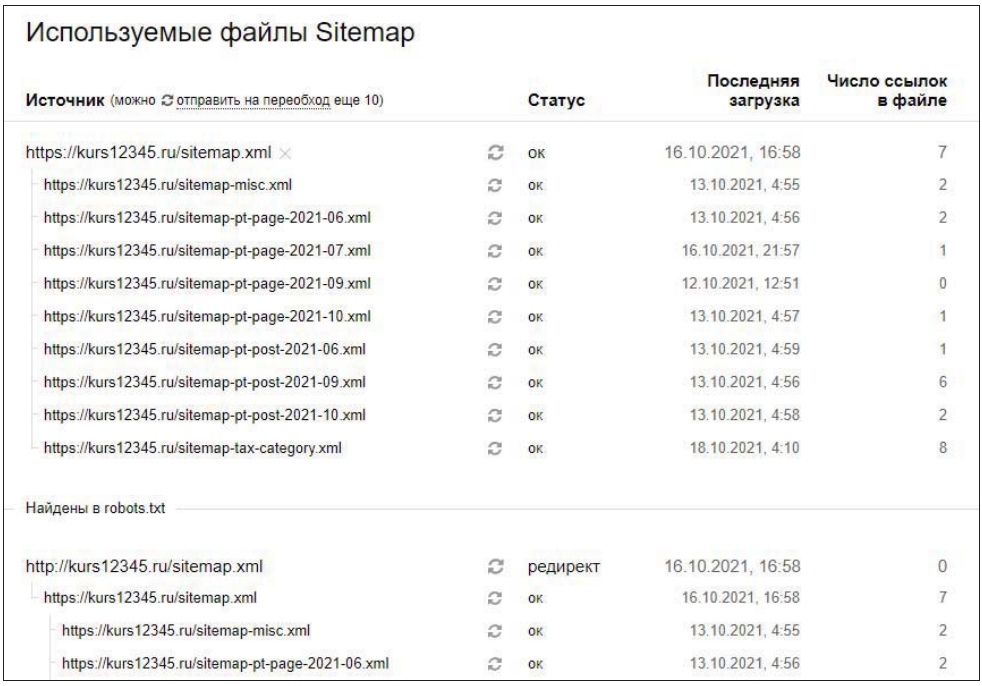


Рис. 8.12. Карта сайта (Sitemap) в Яндекс.Вебмастер добавлена

Работаем с Яндекс.Метрикой

Новый термин

Яндекс.Метрика — бесплатный сервис компании Яндекс, предназначенный для оценки посещаемости веб-сайтов и анализа поведения пользователей. Иначе говоря, Яндекс.Метрика позволяет веб-мастеру отслеживать и анализировать эффективность его сайта.

Чтобы начать работу с Яндекс.Метрикой, перейдите по ссылке **https://metrika.yandex.ru/** и нажмите на кнопку **Добавить счетчик** (рис. 8.13). Настройте добавлен-

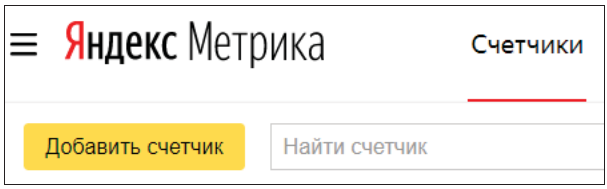


Рис. 8.13. Добавляем счетчик Яндекс.Метрики

ный счетчик, как показано на рис. 8.14, и нажмите на кнопку **Создать счетчик** — вы попадете в раздел **Дополнительные настройки**, где вам будет предложено выбрать и настроить информер (рис. 8.15).

Пояснение

Если вы не хотите делать информацию со счетчика доступной для посетителей сайта, то информер ставить не обязательно.

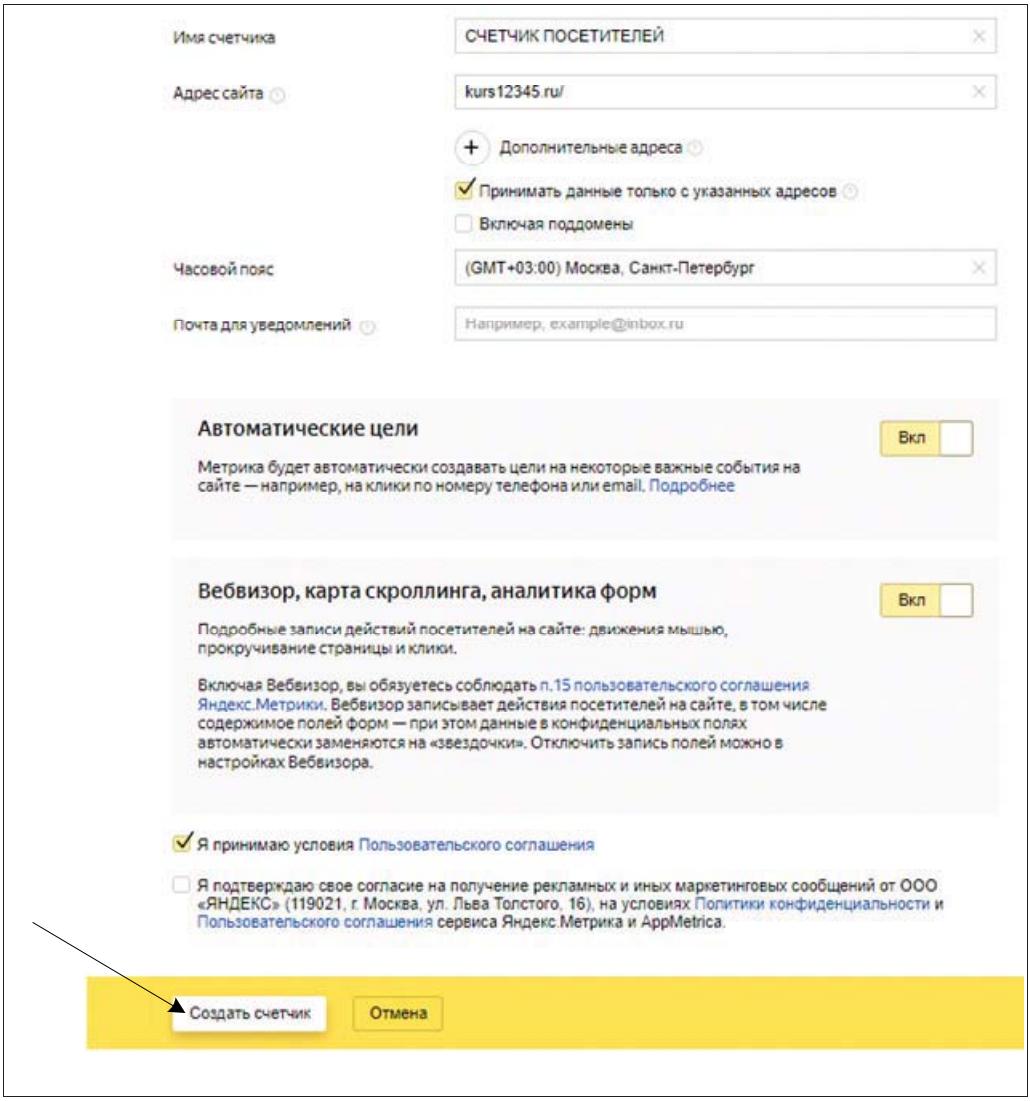


Рис. 8.14. Настраиваем параметры счетчика

Кроме того, по нажатии на кнопку **Создать счетчик** в окне, показанном на рис. 8.14, откроется панель **Код счетчика** (рис. 8.16), содержащая две области: собственно код счетчика (counter) и код информера (informer).

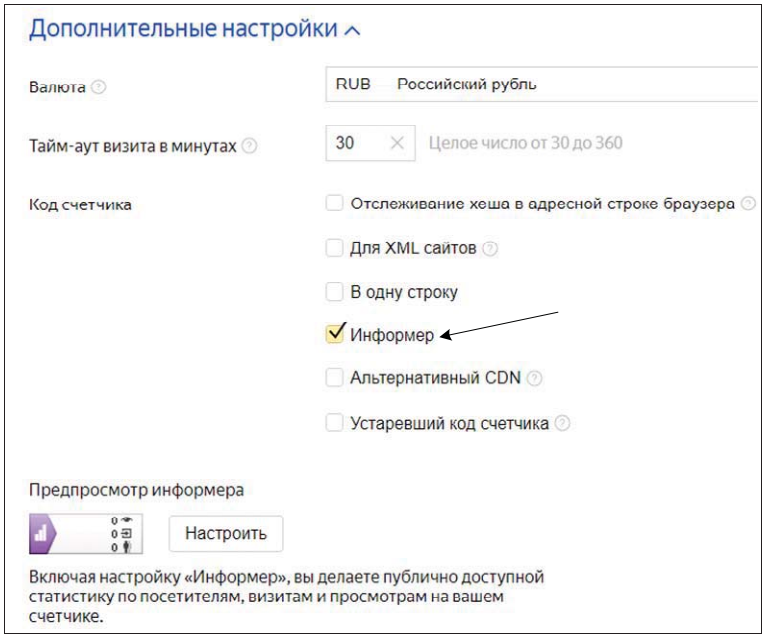


Рис. 8.15. Активируем флажок **Информер**

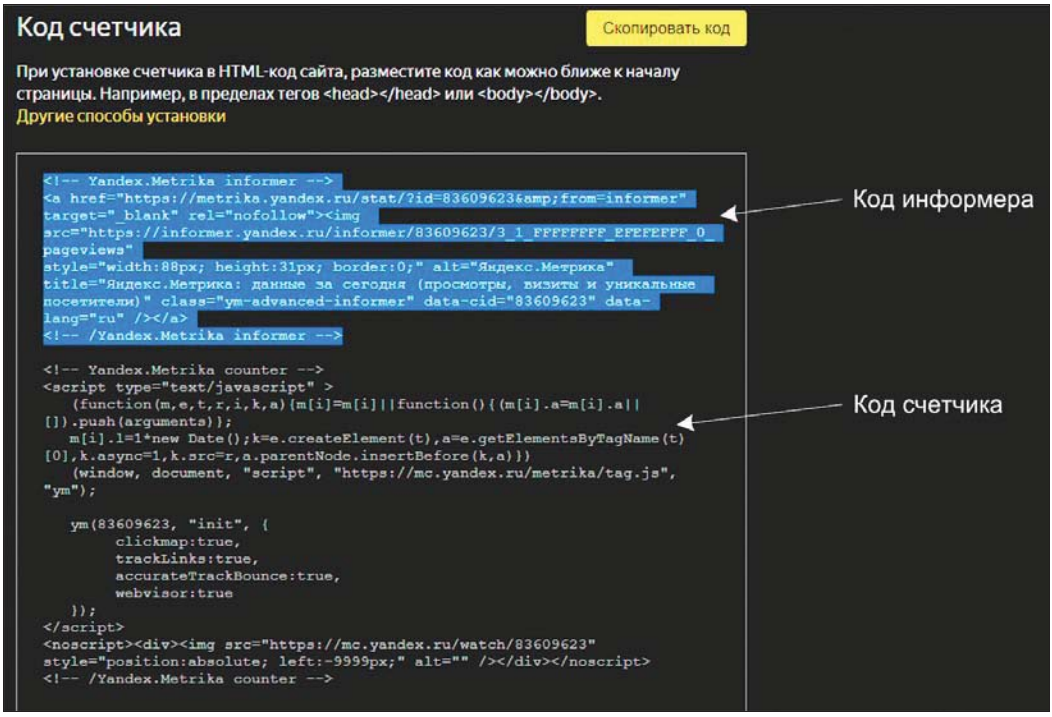


Рис. 8.16. Код информера (выделен) и код счетчика

Выделите сначала код информера, выполните в консоли сайта WP команду **Внешний вид | Виджеты**, вставьте код информера в **Подвал** в блоке **HTML** и нажмите на кнопку **Обновить**. Затем выделите код счетчика, откройте в разделе **Настройки темы** вкладку **Разное** и вставьте в нее этот код, как показано на рис. 8.17. Нажмите в завершение на кнопку **Сохранить**, и вы сможете увидеть результат своей работы (рис. 8.18).

Если тема не позволяет вставить код счетчика в **Настройки темы**, то зайдите в админку (панель управления) и выберите команду **Внешний вид | Редактор тем**. С правой стороны открывшегося окна находится список файлов текущей темы WordPress — найдите в нем файл header.php и нажмите на него. В коде файла отыщите закрывающий тег `</head>`, вставьте перед ним код счетчика Яндекс.Метрики и сохраните изменения. Как вариант — код счетчика можно вставить и перед закрывающим тегом `</body>`.

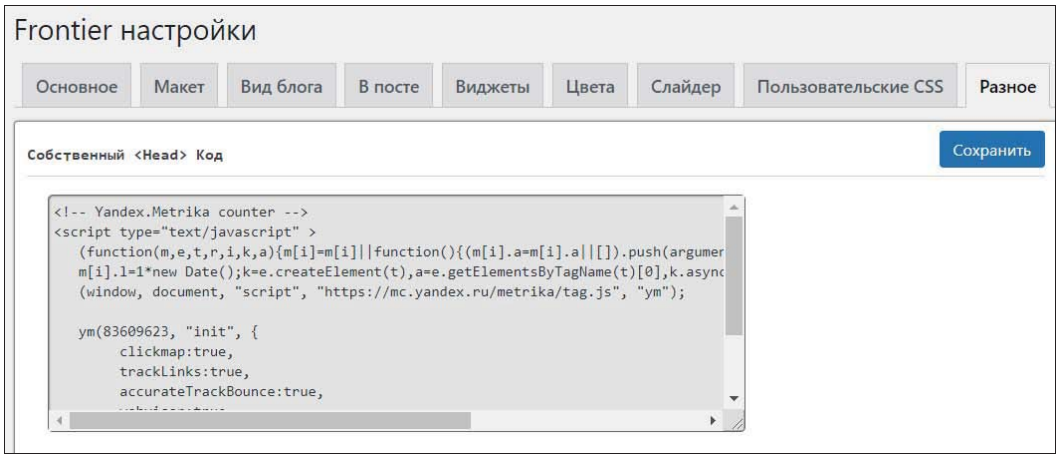


Рис. 8.17. В настройках темы открываем вкладку **Разное** и вставляем в нее код счетчика

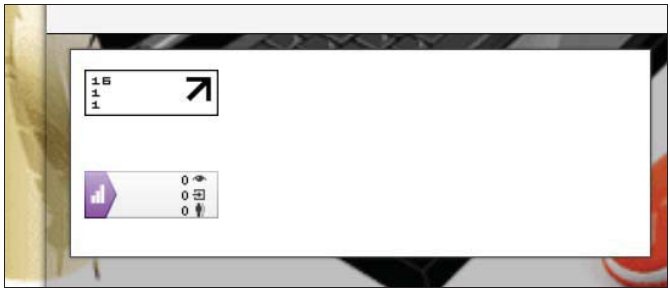


Рис. 8.18. Информер счетчика от Яндекс.Метрики появился в подвале сайта

Установка на сайт поисковой формы от Яндекса

Форма поиска по сайту помогает пользователям быстрее находить информацию на нем. CMS WordPress имеет собственные инструменты для поиска по сайту. Однако найти нужную статью с ее помощью можно только при полном совпадении поискового запроса с фрагментом текста из статьи. Если запрос окажется неточен, или с ошибкой,

или не на той раскладке, результата поиск не принесет. А вот в форме поиска от Яндекса такого не произойдет. Вы можете набрать в поиске: `WordPress` или `ЦщквЗкуыы` — результат будет одинаково успешен. Но следует знать, что для успешного поиска с помощью формы поиска по сайту от Яндекса поисковые страницы вашего сайта уже должны присутствовать в индексе Яндекса.

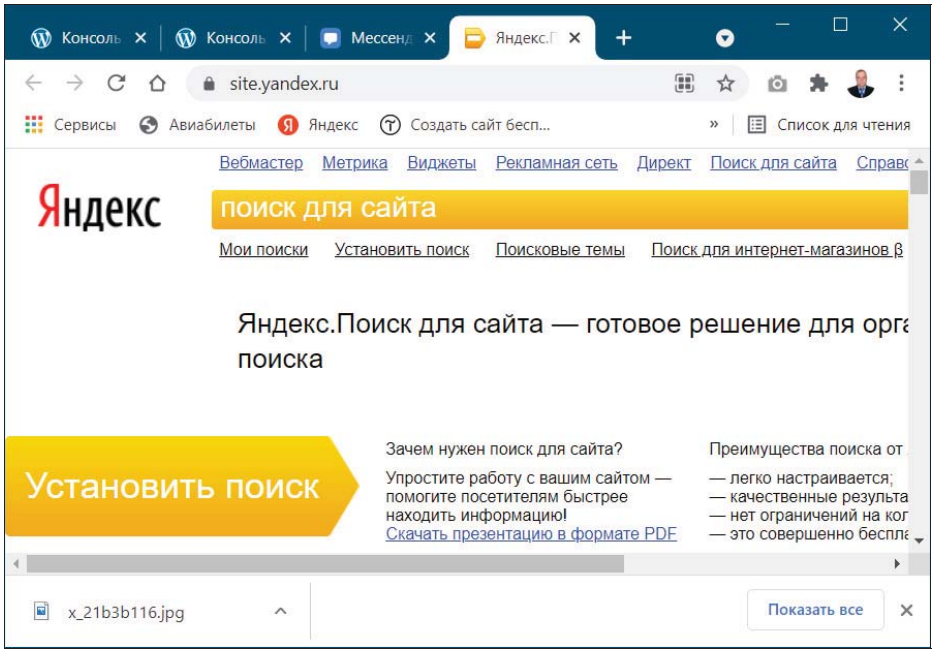


Рис. 8.19. Главная страница сайта **https://site.yandex.ru/**

Для установки на сайт поисковой формы от Яндекса зайдите на сервис **https://site.yandex.ru/** и нажмите на кнопку **Установить поиск** (рис. 8.19). Согласитесь с **Пользовательским соглашением** службы **Поиск для сайта** и нажмите на кнопку **Продолжить**. Далее следуем по шагам:

- на первом шаге (рис. 8.20) в области **Семейный фильтр** выбираем вариант **Без ограничений** и добавляем наш сайт в поиск, вставив его URL в соответствующее поле и нажав на кнопку **Добавить** (рис. 8.21);
- для перехода ко второму шагу нажмите в окне, показанном на рис. 8.20, на кнопку **Далее к шагу 2** и в открывшейся панели настройте вид формы запроса. Так, например, здесь можно добавить текст **Поиск по сайту** (рис. 8.22), а также поменять дизайн (внешний вид) поисковой формы (рис. 8.23);
- для перехода к третьему шагу нажмите в окне, показанном на рис. 8.23, на кнопку **Далее к шагу 3,** в открывшейся панели активируйте переключатель **Показывать результаты на моей странице** (рис. 8.24), а в консоли WP создайте страницу, на которой будут показываться результаты поиска по сайту, и опубликуйте ее (рис. 8.25). Добавьте также в соответствующее поле, показанное на рис. 8.26, адрес созданной нами страницы результатов поиска;

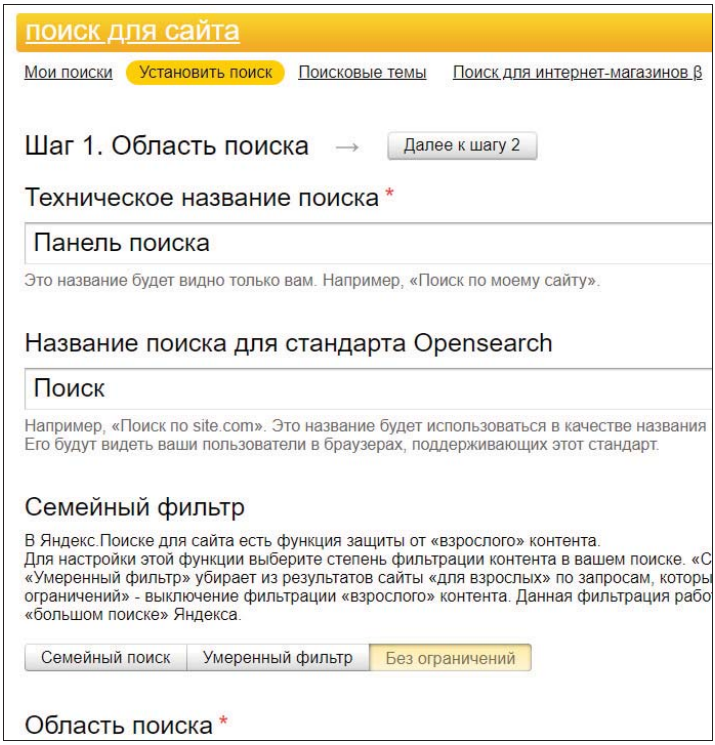


Рис. 8.20. На шаге 1 в области **Семейный фильтр** выбираем вариант **Без ограничений**

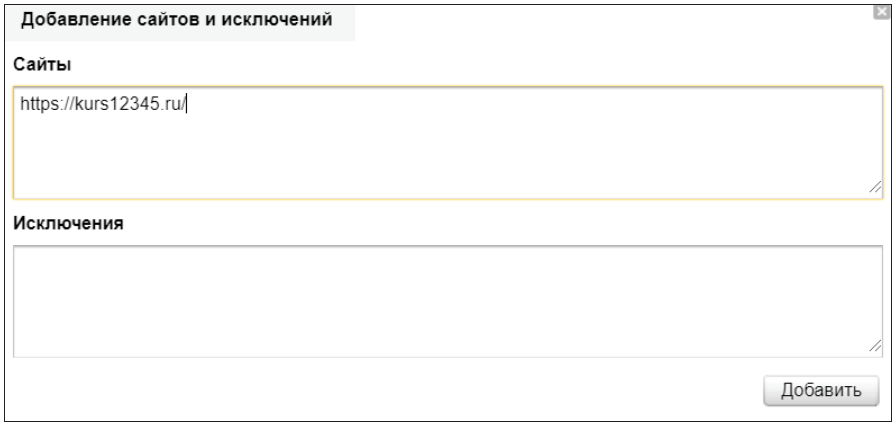


Рис. 8.21. Добавляем наш сайт в поиск

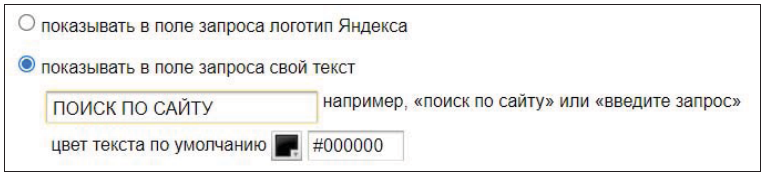


Рис. 8.22. Добавляем в форму текст **Поиск по сайту**

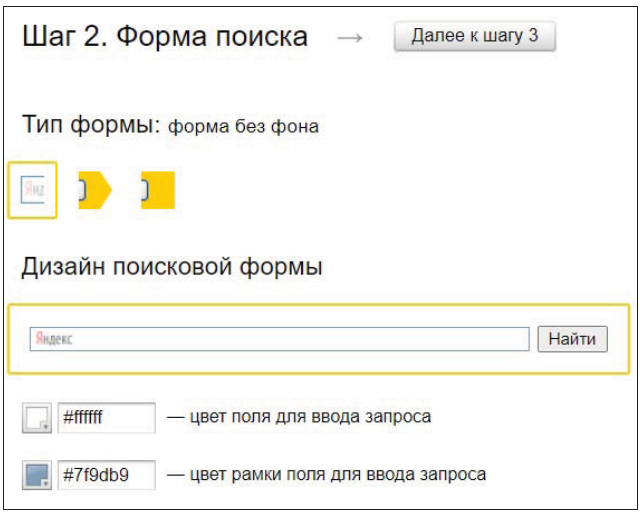


Рис. 8.23. Здесь можно настроить внешний вид поисковой формы

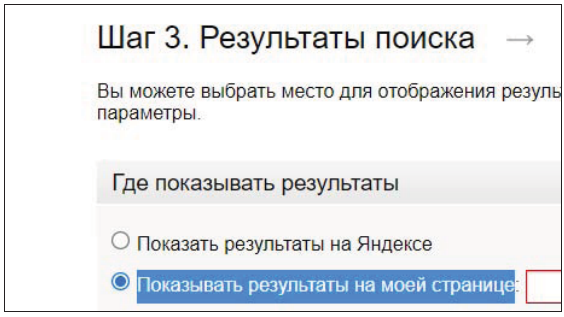


Рис. 8.24. Активируем переключатель **Показывать результаты на моей странице**



Рис. 8.25. На этой странице будут отображаться результаты поиска по сайту

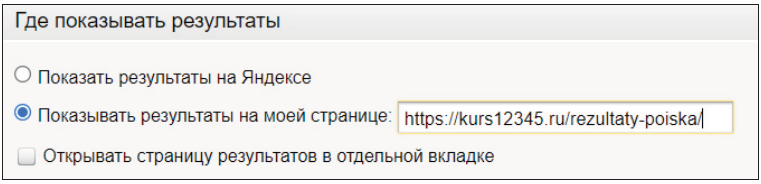


Рис. 8.26. Копируем сюда адрес страницы **Результаты поиска** для отображения результатов поиска

- На шаге 4 мы ничего не меняем и уходим на шаг 5, где нам будут представлены два кода: **Код формы поиска** и **Код результатов поиска** (рис. 8.27). Скопируйте код результатов поиска в буфер обмена, вставьте его в блок **HTML** созданной нами ранее страницы **Результаты поиска** и обновите страницу (рис. 8.28). Это нужно, чтобы результаты поиска были видны на этой странице.

  Затем скопируйте в буфер обмена код формы поиска. Выполните в консоли команду **Внешний вид | Виджеты**, вставьте скопированный код формы поиска в блок **HTML** в сайдбар или, например, в подвал (рис. 8.29) и нажмите на кнопку **Обновить**. Это нужно, чтобы сама форма **Поиск по сайту** была в нем размещена (рис. 8.30).

Форма поиска будет работать корректно после индексирования Яндексом вашего сайта.



Рис. 8.27. Коды созданной нами формы поиска

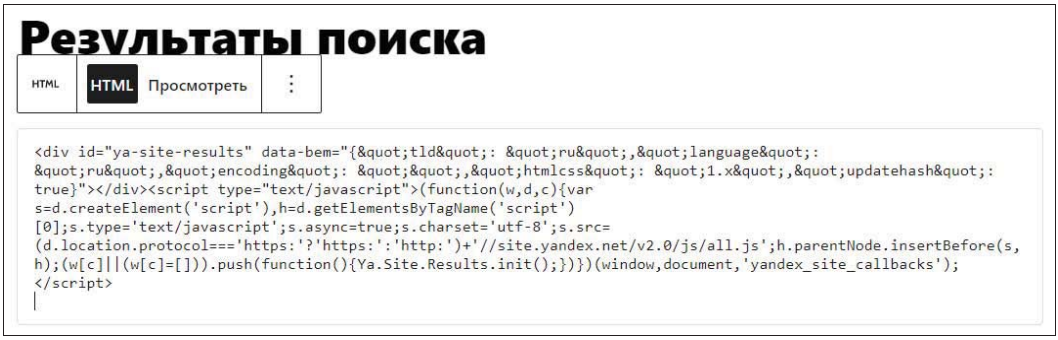


Рис. 8.28. Код результатов поиска вставляем в блок **HTML** на странице результатов поиска

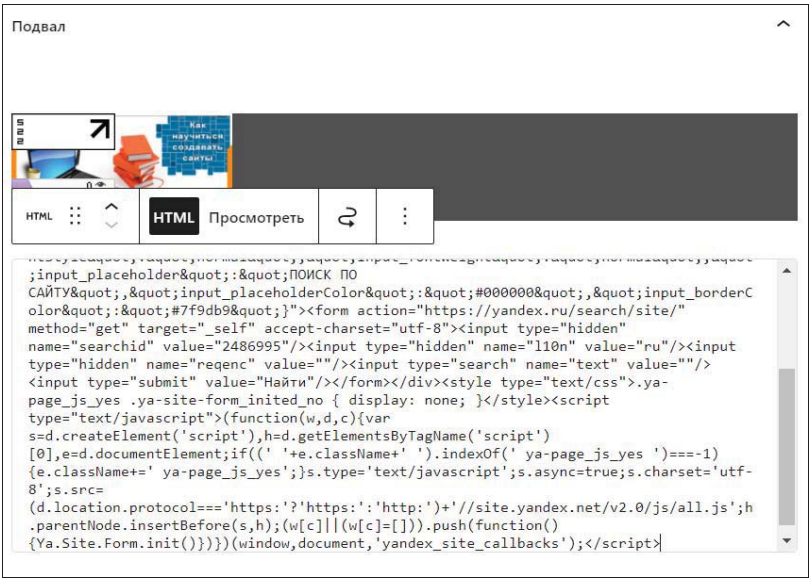


Рис. 8.29. Код формы поиска копируем в подвал сайта



Рис. 8.30. Форма поиска размещена в подвале сайта

Плагин «турбо-страницы» для WordPress

Яндекс запустил в поиске турбо-страницы, которые ускоряют загрузку контента сайта на мобильных устройствах. Настроить турбо-страницы на сайте можно с помощью плагина **Яндекс.Турбо** (рис. 8.31).

Чтобы работать в режиме турбо-страниц, создадим на сайте RSS-ленту и добавим ее в Яндекс. На Яндексе эти страницы модифицируются под мобильные устройства —



Рис. 8.31. Плагин **Яндекс.Турбо**

становятся легкими по «весу» и быстрыми для загрузки. В мобильной выдаче эти страницы будут помечены значком ракеты.

> ***Новый термин***
>
> *RSS-лента* представляет собой файл в формате RSS, подключенный к сайту. В таком файле размещаются заголовки статей, ссылки на их полную версию и дату публикации. При добавлении на сайт нового контента обновляется и этот файл. Информация из RSS-ленты транслируется в программы для чтения RSS-лент (RSS-ридеры) либо на e-mail подписчикам.

После установки и активации плагина **Яндекс.Турбо** выполняем в консоли команду **Настройки | Яндекс.Турбо**, переходим на вкладку **Оформление**, устанавливаем два флажка, как показано на рис. 8.32, и нажимаем на кнопку **Сохранить настройки**. Затем переходим на вкладку **Блоки Яндекс.Турбо**, выполняем там настройки, как показано на рис. 8.33 и 8.34, и также нажимаем на кнопку **Сохранить настройки**.

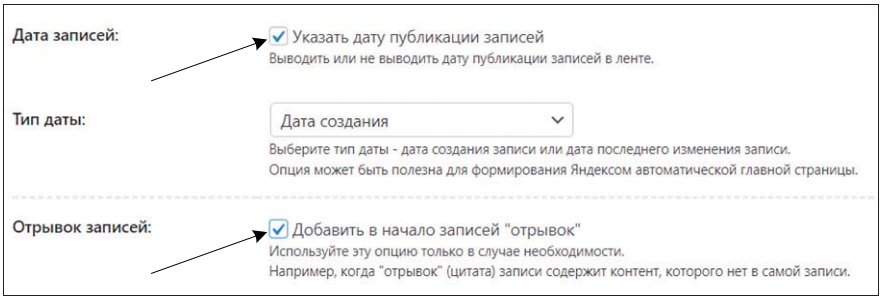


Рис. 8.32. Устанавливаем флажки **Дата записей** и **Отрывок записей**

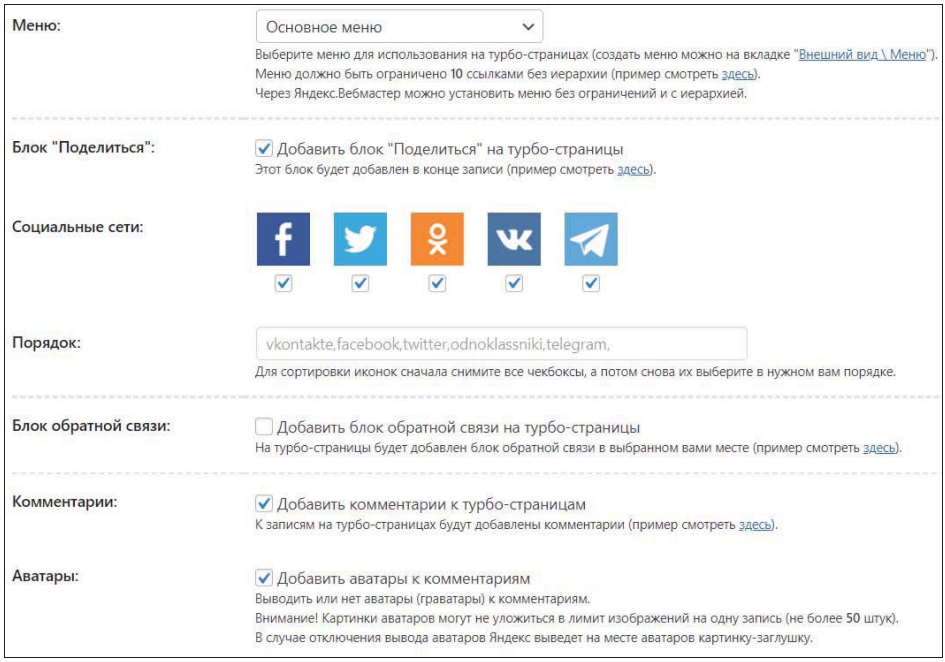


Рис. 8.33. Настраиваем вкладку **Блоки Яндекс.Турбо** (показана верхняя часть этой вкладки)

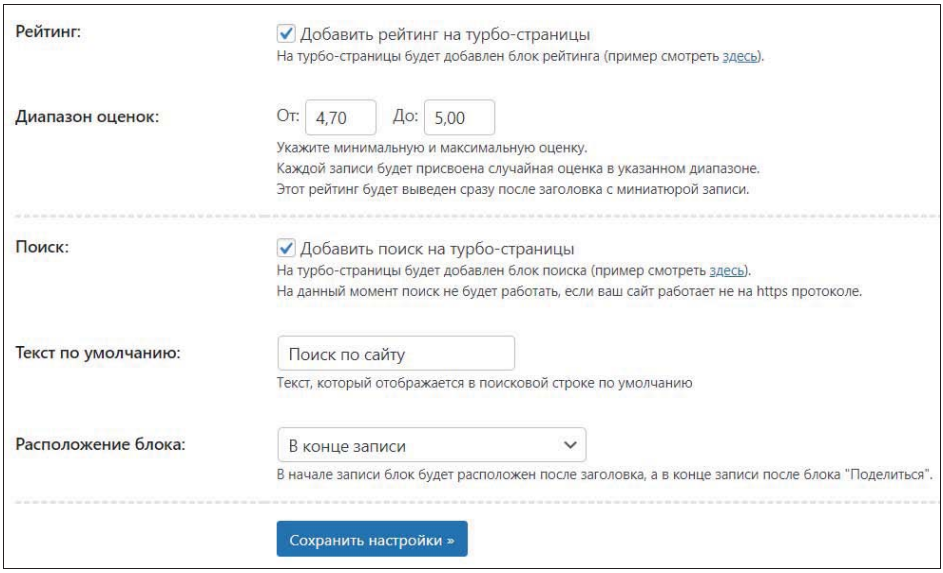


Рис. 8.34. Настраиваем вкладку **Блоки Яндекс.Турбо** (показана нижняя часть этой вкладки)

Далее заходим в Яндекс.Метрику (см. ранее *разд. «Работаем с Яндекс.Метрикой»*), копируем там в буфер обмена числовой идентификатор нашего счетчика (рис. 8.35), после чего переходим на вкладку **Счетчики** плагина **Яндекс.Турбо** и вставляем этот идентификатор (здесь: **83609623**) в соответствующее поле (рис. 8.36). Настройку вкладки **Счетчики** завершаем нажатием на кнопку **Сохранить настройки**.

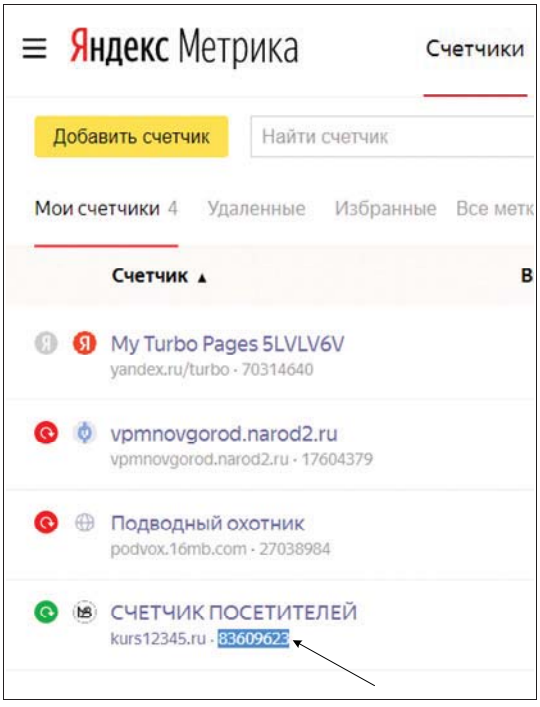


Рис. 8.35. Идентификатор счетчика для нашего сайта на Яндекс.Метрике

Следующей настраиваем вкладку **Типы записей и исключения** (рис. 8.37) и завершаем ее настройку также нажатием на кнопку **Сохранить настройки**.

На вкладке **RSS-лента** копируем в буфер обмена ссылку **https://kurs12345.ru/feed/turbo/** (рис. 8.38), идем на Яндекс.Вебмастер (см. ранее *разд. «О сервисе Яндекс.Вебмастер»*) и выполняем команду **Турбо-страницы для контентных сайтов | Источники** (рис. 8.39). После чего вставляем в соответствующее поле открывшейся страницы

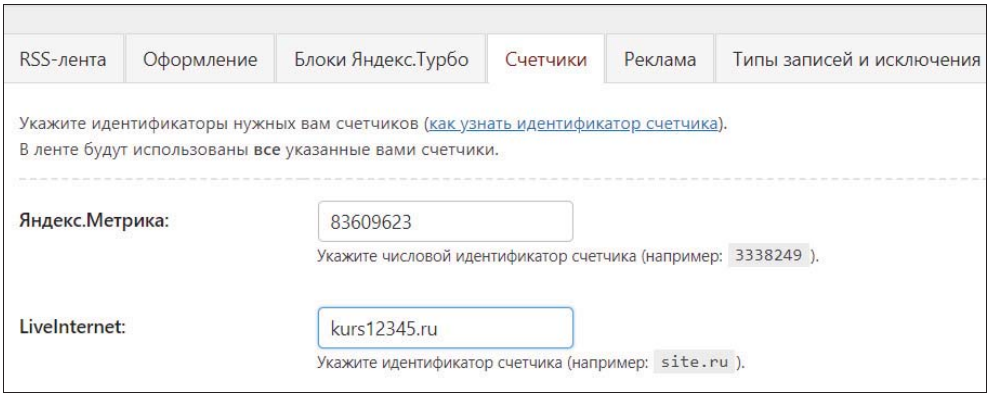


Рис. 8.36. Настройки вкладки **Счетчики**

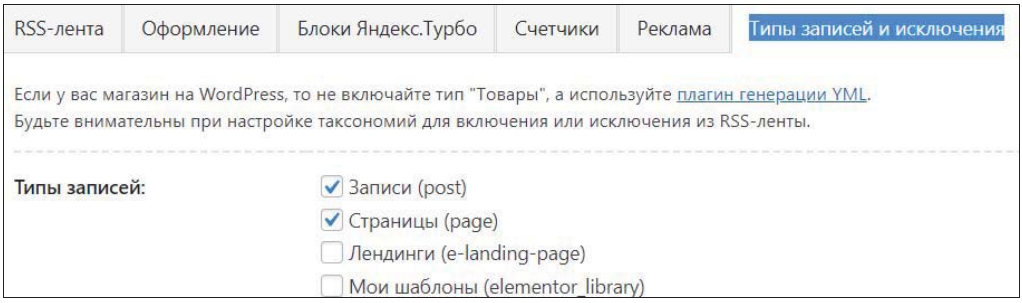


Рис. 8.37. Настройки вкладки **Типы записей и исключения**

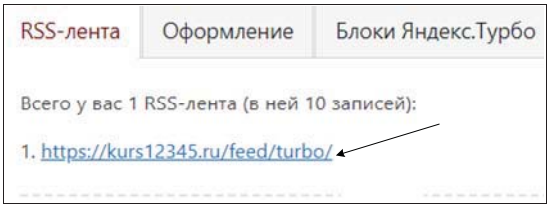


Рис. 8.38. На вкладке **RSS-лента** копируем эту ссылку

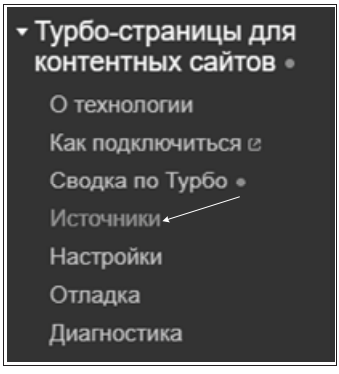


Рис. 8.39. Команда **Турбо-страницы для контентных сайтов | Источники**

Источники Турбо-страниц скопированную RSS-ссылку и нажимаем на кнопку **Добавить** (рис. 8.40). Затем переводим выключатель (рис. 8.41) в положение **Вкл** и ждем окончания проверки.

Пример работы сайта в режиме турбо-страниц показан на рис. 8.42.

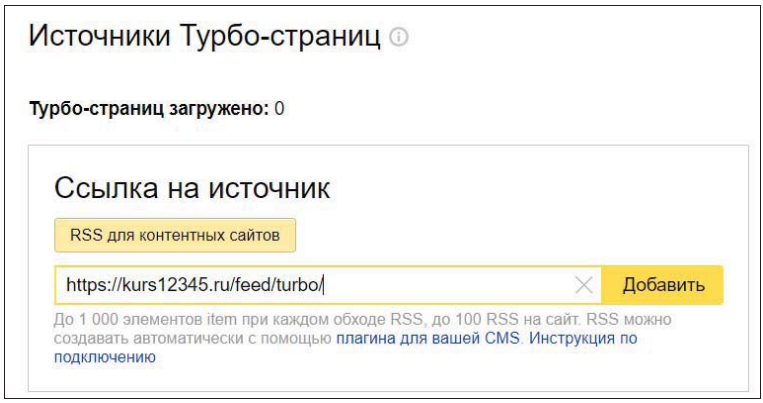


Рис. 8.40. Указываем на источник турбо-страниц

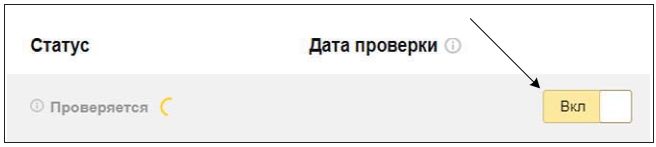


Рис. 8.41. Наши данные проверяются

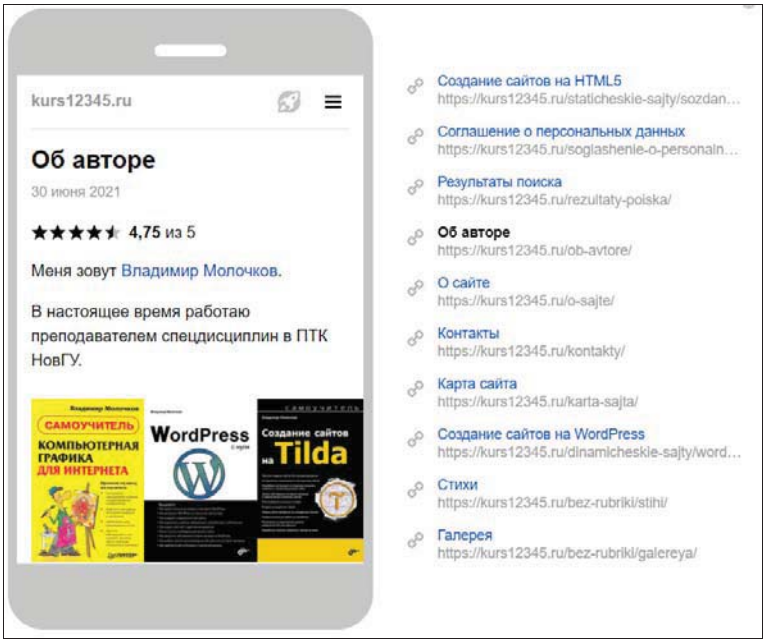


Рис. 8.42. Домен **kurs12345.ru** работает в режиме турбо-страниц

Привязка Яндекс.Метрики к Яндекс.Вебмастеру

Чтобы ускорить процесс индексации страниц поисковым роботом Яндекса, нужно привязать счетчик Яндекс.Метрики к сайту в Яндекс.Вебмастере. Тогда поисковый робот Яндекса сможет быстрее узнавать о новых страницах сайта и об изменениях на них. Ускоренный обход и индексацию запускает команда **Индексирование | Обход по счётчикам** в Вебмастере.

Привязка выполняется следующим образом:

- сначала осуществляется *привязка счетчика к сайту*. Хозяин счетчика Яндекс.Метрики запрашивает привязку к Вебмастеру в настройках счетчика. Когда запрос на привязку подтвердит пользователь Вебмастера, счетчик и сайт будут связаны. Привязку можно запрашивать и в обратном порядке — т. е. из Вебмастера, а подтверждать — в Метрике;
- затем производится *подключение обхода по счетчику*. Эта операция разрешает поисковому роботу Яндекса получать из Метрики сигналы о том, что на сайте появились новые страницы, и быстрее начинать их обход и индексирование.

Мы осуществим привязку счетчика к сайту с запросом из Вебмастера и подтверждением в Метрике. С этой целью в Яндекс.Вебмастере выполните команду **Настройки | Привязка к Яндекс.Метрике** (рис. 8.43) — в результате у нас в Яндекс.Вебмастере появится кнопка **Привязать счётчик** (рис. 8.44). Теперь зайдите на Яндекс.Метрику Ъи скопируйте в буфер обмена идентификатор счетчика (рис. 8.45). Затем вернитесь в Яндекс.Вебмастер, нажмите на кнопку **Привязать счётчик** (см. рис. 8.44), введите идентификатор счетчика в открывшееся окно **Привязка к Яндекс.Метрике** и нажмите на кнопку **Добавить счётчик** (рис. 8.46).

Добавив счетчик, нажмите на кнопку **Включить обход** (рис. 8.47) и переведите переключатель **Обход** во включенное положение (рис. 8.48).

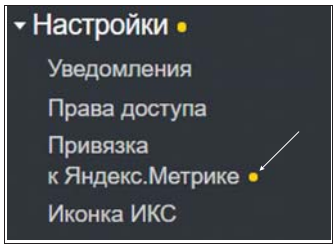


Рис. 8.43. Выполняем в Яндекс.Вебмастере команду **Настройки | Привязка к Яндекс.Метрике**

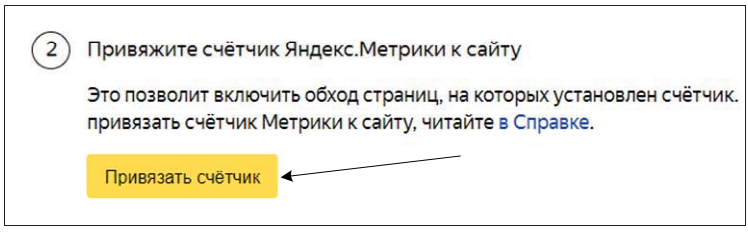


Рис. 8.44. Кнопка **Привязать счётчик**

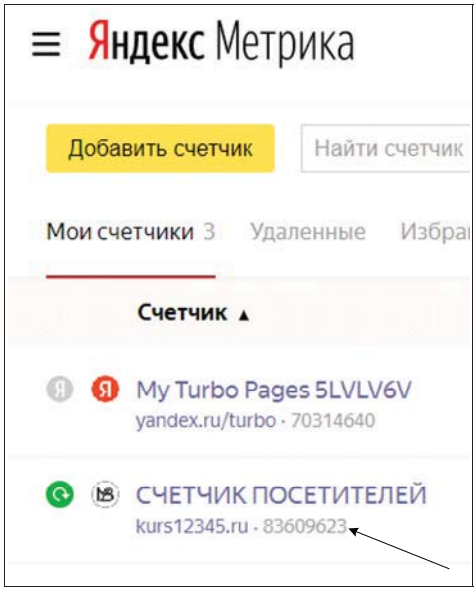


Рис. 8.45. Идентификатор счетчика на Яндекс.Метрике

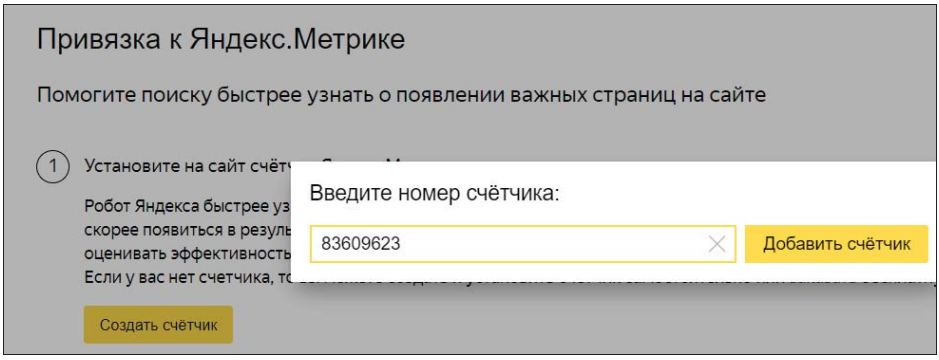


Рис. 8.46. Вводим номер счетчика и нажимаем на кнопку **Добавить счётчик**

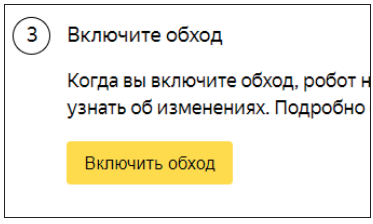


Рис. 8.47. Включаем обход

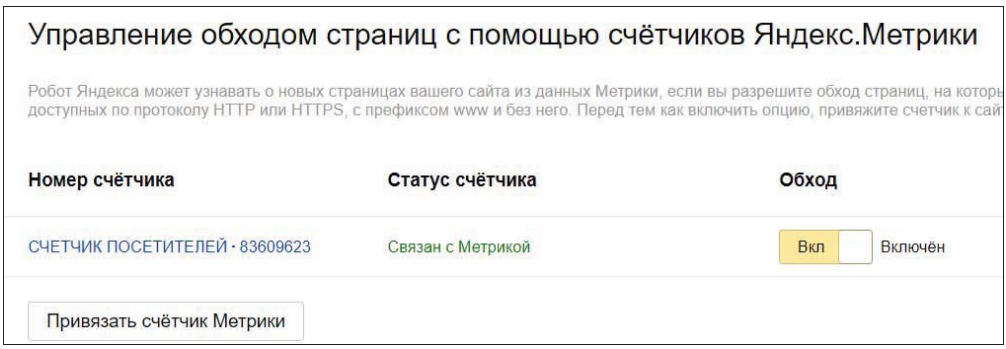


Рис. 8.48. Активируем переключатель **Обход**

После выполнения описанной процедуры на нашу почту придет письмо от Яндекс.Метрики. Нажатие на ссылку в этом письме (рис. 8.49) завершает работу по привязке счетчика Яндекс.Метрики к сайту в Яндекс.Вебмастере.

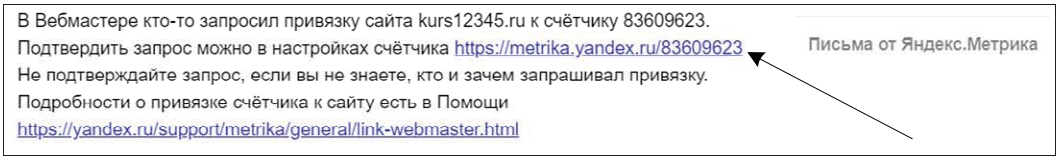


Рис. 8.49. Нажмите мышью на указанную ссылку — это и будет подтверждением запроса на привязку

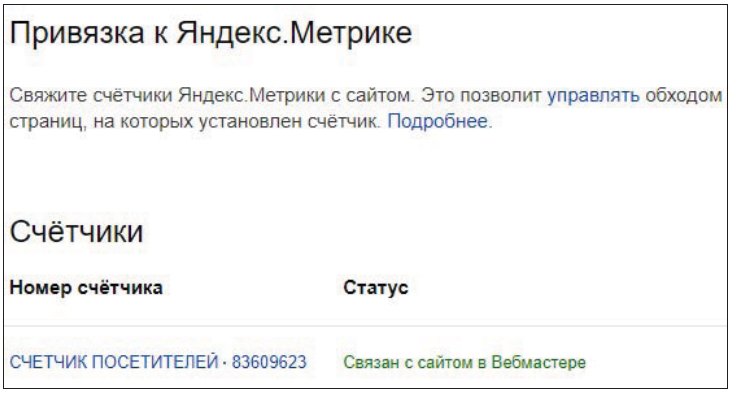


Рис. 8.50. Счетчик на Яндекс.Метрике связан с сайтом на на Яндекс.Вебмастере

Ускорение индексирования сайта вручную

Для ускорения индексирования сайта вручную выполните в Яндекс.Вебмастере для нашего сайта команду **Индексирование | Переобход страниц** (рис. 8.51), вставьте ссылку на новую и еще непроиндексированную запись на нашем сайте в блок **Переобход страниц** открывшейся панели (рис. 8.52) и нажмите на кнопку **Отправить**. Так мы вручную поставим нашу новую запись в очередь на индексирование, что значительно ускорит этот процесс (рис. 8.53).

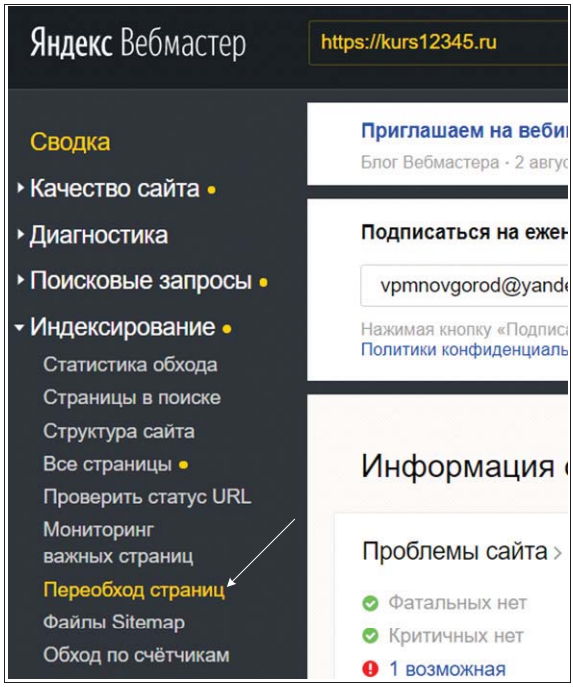


Рис. 8.51. Выполняем в Яндекс.Вебмастере команду **Индексирование | Переобход страниц**

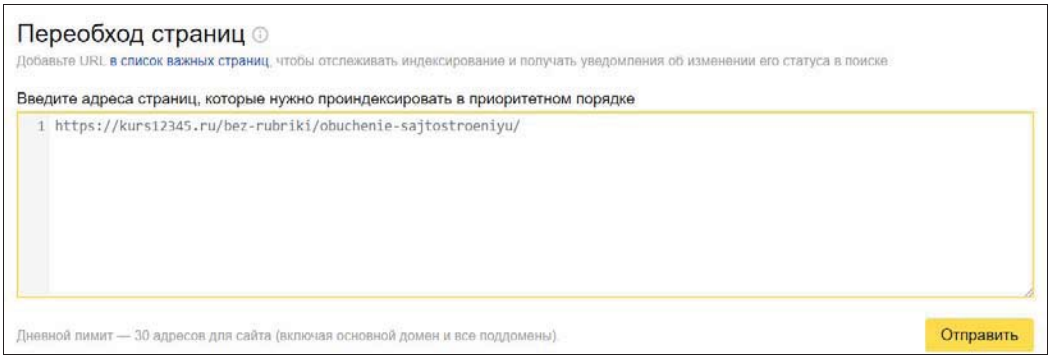


Рис. 8.52. В блоке **Переобход страниц** нажимаем на кнопку **Отправить**

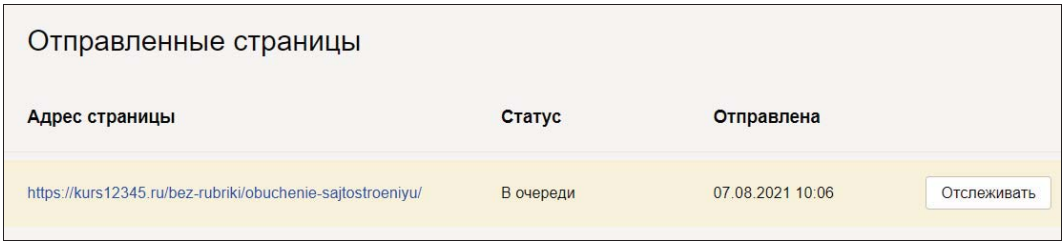


Рис. 8.53. Наша новая статья вручную поставлена в очередь на индексирование

Добавление на сайт географической карты с Яндекса

Здесь мы познакомимся с еще одним сервисом от Яндекса — добавлением географической карты на сайт.

> ***Пояснение***
>
> *Конструктор карт Яндекса* — это графический редактор для нахождения и редактирования географических карт. Принцип работы с ним такой: авторизуйтесь и нарисуйте на выбранной вами в Сети карте нужные объекты. Затем сохраните карту и выберите свои дальнейшие действия: получить код карты для вставки ее на сайт, скачать изображение карты для печати либо скопировать ссылку для просмотра карты.

Зайдите на сервис **Конструктор карт Яндекса** (**https://yandex.ru/map-constructor/**) и нажмите на кнопку **Создать карту** (рис. 8.54). В поле поиска открывшейся панели (рис. 8.55) введите нужный вам адрес и нажмите на кнопку **Готово**. Редактирование карты завершите нажатием на кнопку **Сохранить и продолжить** (рис. 8.56).

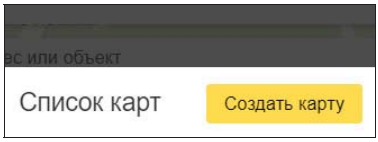


Рис. 8.54. Создаем карту для вставки ее на сайт

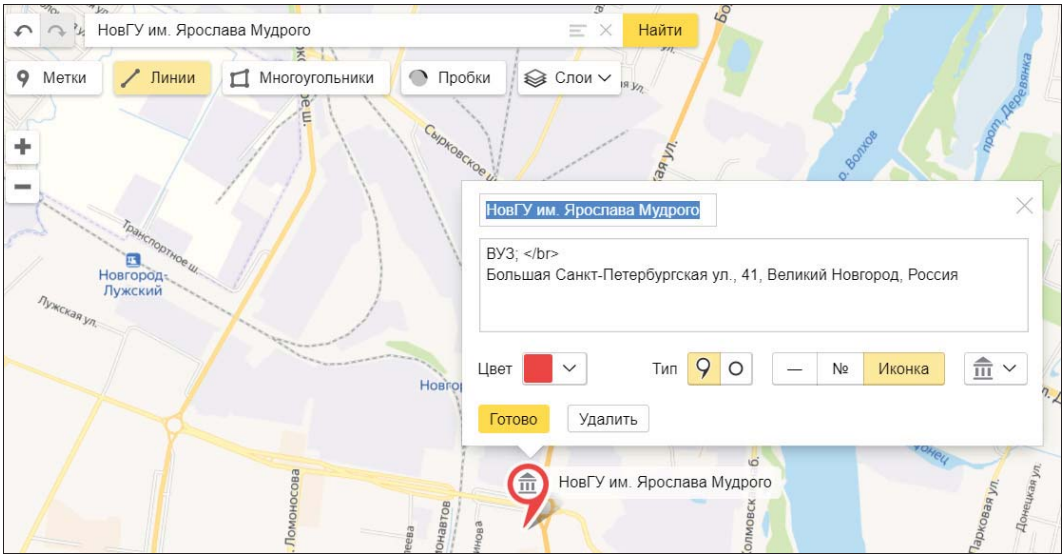


Рис. 8.55. Находим карту с нужным нам адресом

На следующем шаге надо определиться, какая карта нам нужна: **Интерактивная** или **Статическая**. Выберите **Интерактивная карта** и нажмите на кнопку **Получить код карты** (рис. 8.57).

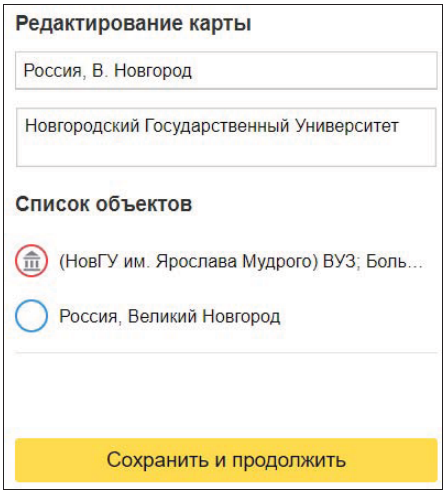


Рис. 8.56. Окно редактирования карты



Рис. 8.57. Нажимаем на кнопку **Получить код карты**

В открывшейся панели (рис. 8.58) скопируйте в буфер обмена приведенный там код и вставьте его в блок **HTML** записи или страницы нашего сайта, где мы размещаем карту от Яндекса (рис. 8.59). Осталось нажать на кнопку **Обновить**, и результат не заставит себя ждать (рис. 8.60).

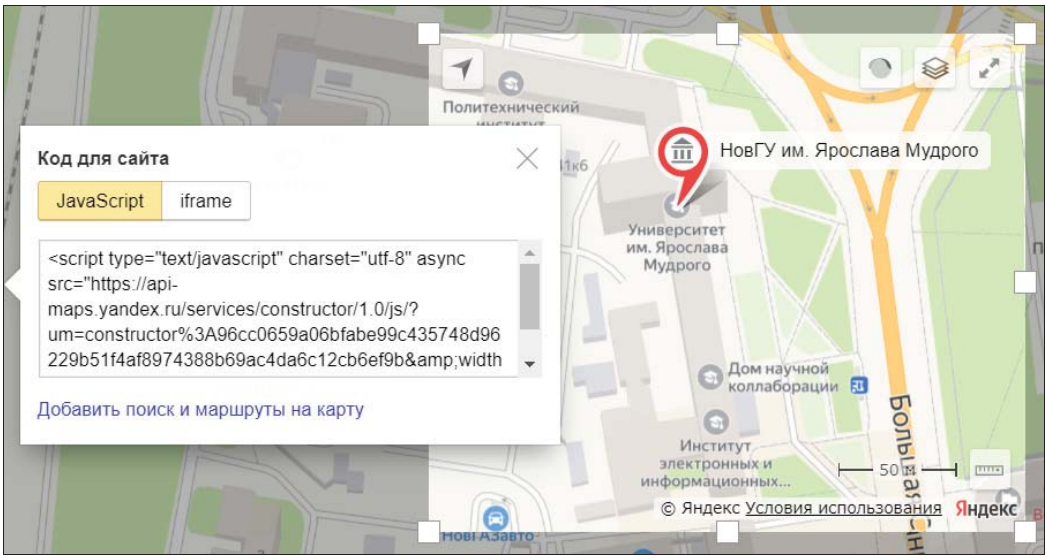


Рис. 8.58. Код карты для сайта получен

HTML Просмотреть

```
<script type="text/javascript" charset="utf-8" async src="https://api-
maps.yandex.ru/services/constructor/1.0/js/?
um=constructor%3A96cc0659a06bfabe99c435748d96229b51f4af8974388b69ac4da6c12cb6ef9b&amp;width=413&amp
;height=347&amp;lang=ru_RU&amp;scroll=true"></script>
```

Рис. 8.59. Код карты вставляем на страницу сайта в блок **HTML**

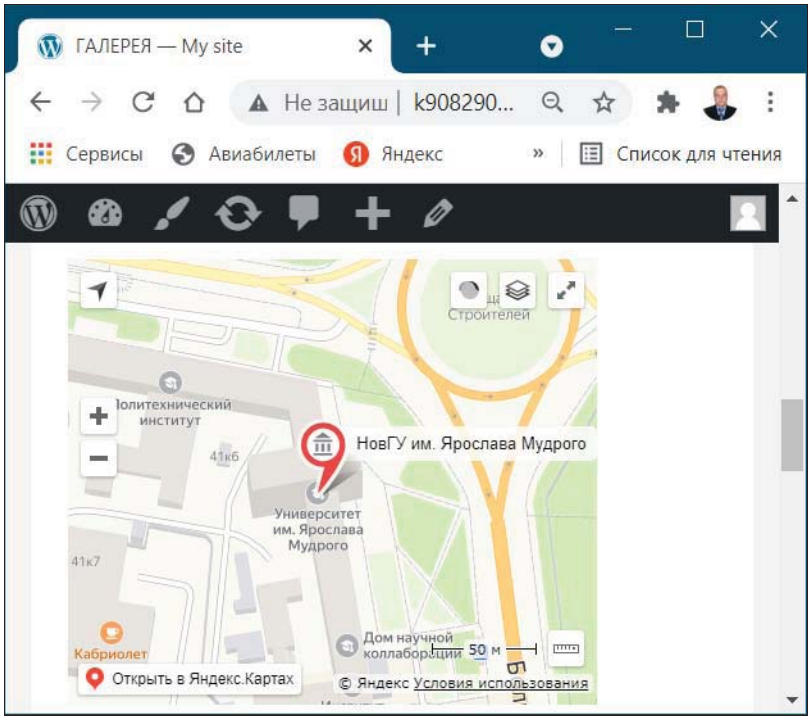


Рис. 8.60. Интерактивная карта вставлена на сайт

ГЛАВА 9



Сервисы Google для веб-мастера

Google — это крупнейшая американская компания, которая занимается разработкой информационных технологий для работы в Интернете. В этой главе мы изучим сервисы, предлагаемые Google для веб-мастеров.

Добавление сайта в *Google Search Console*

От того, как позиционируется ваш сайт в поиске Google, напрямую зависит его посещаемость. На первые места в поисковой выдаче влияет релевантность контента поисковому запросу, скорость загрузки страниц, наличие технических ошибок на сайте и многое другое. Получить информацию об эффективности вашего веб-проекта в Google-поиске можно с помощью сервиса **Search Console**.

> ***Новый термин***
>
> *Google Search Console* — бесплатный сервис от Google для владельцев сайтов. Инструменты и отчеты Search Console позволяют оценивать для сайта количество переходов на него из Google, устранять ошибки и добиваться высоких позиций в результатах поиска.

Алгоритм настройки **Google Search Console** для работы с вашим сайтом следующий:

1. Подтвердите право владения сайтом.
2. Отправьте в **Google Search Console** файл Sitemap (карту вашего сайта) — это ускорит поиск вашего сайта роботом Google.
3. Если ваш сайт доступен для Google, то в отчете об индексировании можно увидеть все страницы вашего сайта, которые робот Google проиндексировал (или пытался проиндексировать). Посмотрите такие страницы и устраните ошибки в них.

Шаг 1: подтверждаем право владения сайтом

Для работы с сервисом **Google Search Console** зайдите на **https://search.google.com/u/0/search-console/welcome**, в разделе **Ресурс с префиксом в URL** введите в предусмотренное поле интернет-адрес (URL) вашего сайта и нажмите на кнопку **Продолжить** (рис. 9.1). Затем нажмите на ссылку, указанную стрелкой на рис. 9.2, и скачайте предложенный HTML-файл.

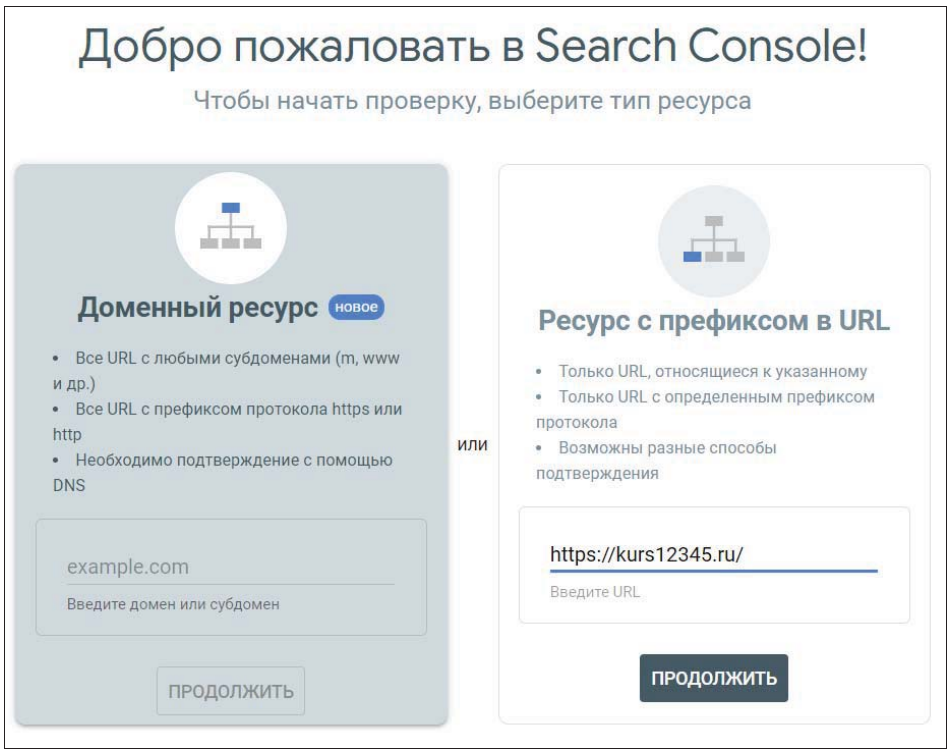


Рис. 9.1. Главная страница сервиса **Google Search Console**

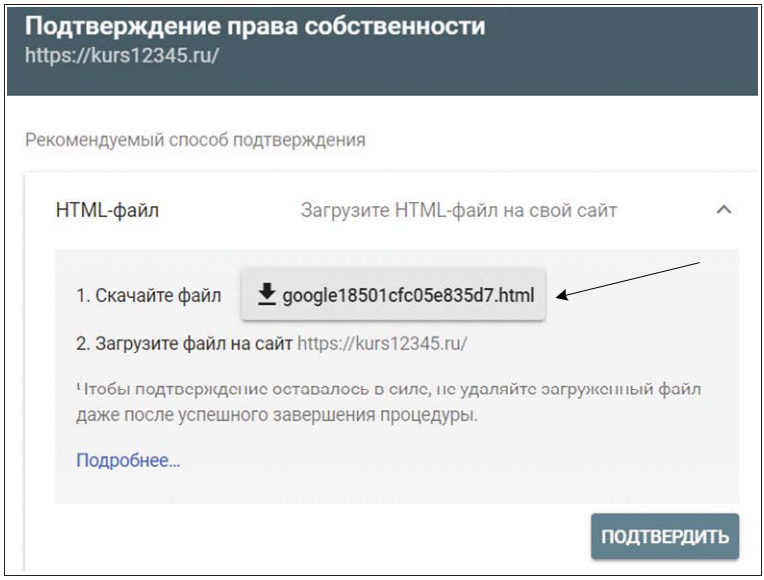


Рис. 9.2. Скачиваем указанный файл

После этого перейдите на хостинг, где размещен ваш сайт, отыщите его (рис. 9.3) и загрузите скачанный с сервиса **Google Search Console** HTML-файл на хостинг в папку public_html (рис. 9.4).



Рис. 9.3. Ищем на хостинге свой сайт

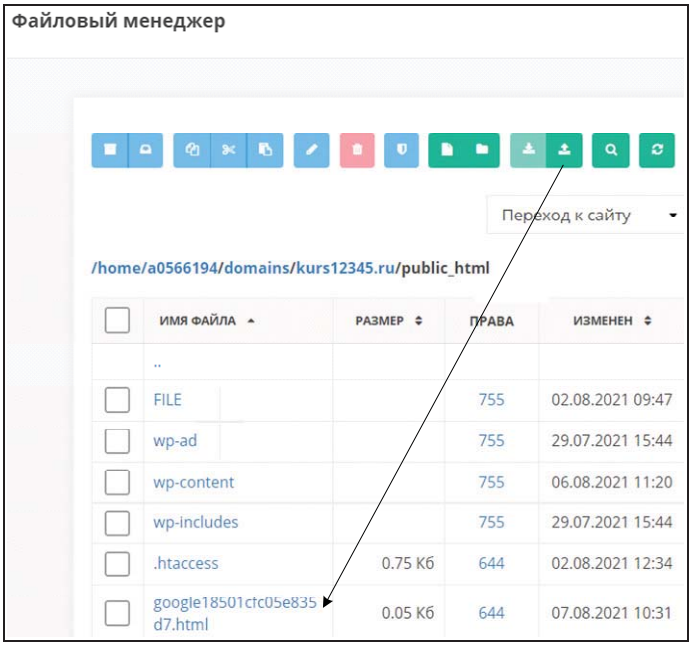


Рис. 9.4. HTML-файл копируем в папку **Public_html**

Теперь вернитесь в **Google Search Console** и нажмите на кнопку **Подтвердить** (рис. 9.5). В ответ будет получено следующее сообщение (рис. 9.6).

Шаг 2: отправляем в *Google Search Console* файл *Sitemap*

Чтобы отослать в **Google Search Console** файл Sitemap (карту вашего сайта), нажмите в сообщении, показанном на рис. 9.6, кнопку **Перейти к ресурсу** и в открывшейся панели укажите на место в **Google Search Console**, предназначенное для хранения файлов Sitemap (рис. 9.7).

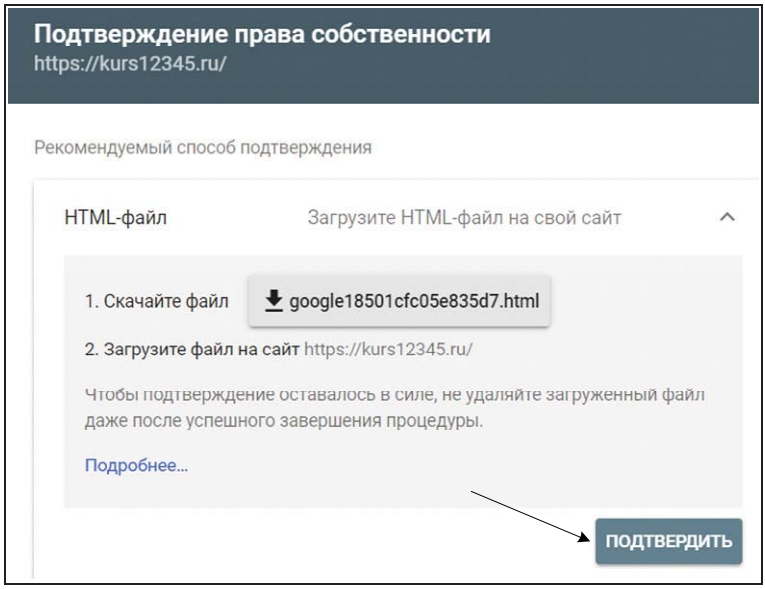


Рис. 9.5. Подтверждаем свое право владения сайтом

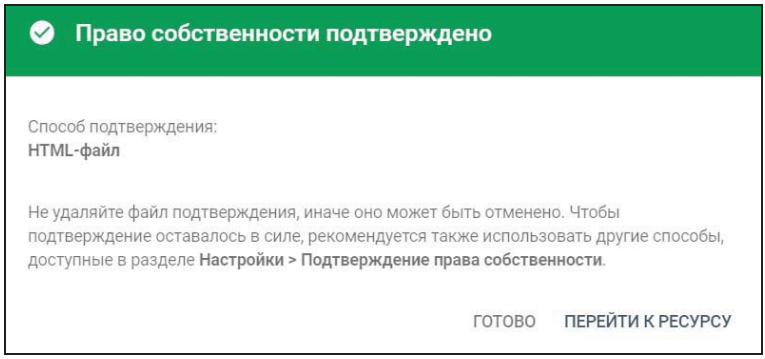


Рис. 9.6. Право на сайт подтверждено



Рис. 9.7. Место в **Google Search Console**, предназначенное для хранения файлов Sitemap

Затем в консоли сайта WP выполните команду **Настройки | XML Sitemap** и скопируйте в буфер обмена часть URL-карты сайта с именем файла Sitemap, выделенную на рис. 9.8 рамкой. После этого вернитесь в **Google Search Console**, вставьте в предусмотренное место скопированную часть URL-карты сайта с именем файла Sitemap (рис. 9.9) и нажмите на кнопку **Отправить**.

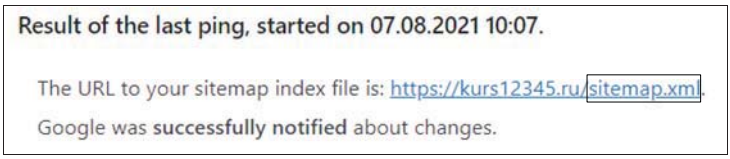


Рис. 9.8. Ссылка на карту сайта



Рис. 9.9. Добавляем файл Sitemap в **Google Search Console**

Как уже отмечалось ранее, добавление файла Sitemap в **Google Search Console** ускорит поиск вашего сайта роботом Google, и индексация сайта будет проходить быстрее.

Подключение Google Аналитики

Сначала давайте кратко разберемся в том, что такое Google Аналитика и зачем ее подключать к сайту.

> ***Новый термин***
>
> *Google Аналитика (Google Analytics)* — бесплатный сервис для анализа поведения пользователей на сайтах. Google Аналитика активируется при каждом посещении вашего сайта пользователем. Метрики этой аналитики определяют пол посетителя, возраст, интересы, место жительства, длительность посещения и другие параметры. Собранные данные можно наблюдать в панели управления Google Аналитика. Такая информация позволяет отслеживать продажи, понять, откуда приходят покупатели, какой контент их интересует. Проанализировав полученные данные, веб-мастер может перенастроить свой сайт и его рекламу.

Как мы узнали ранее, Яндекс.Метрика тоже показывает поисковые запросы пользователей. Так что в этом Google Аналитика и Яндекс.Метрика похожи, но Яндекс.Метрика — инструмент более простой.

Шаг 1: создание аккаунта

Зайдите на сервис Google Аналитика (**https://analytics.google.com/**) и нажмите на кнопку **Создать аккаунт** (рис. 9.10). Впишите в соответствующее поле открывшейся панели название аккаунта и нажмите на кнопку **Следующий** (рис. 9.11).

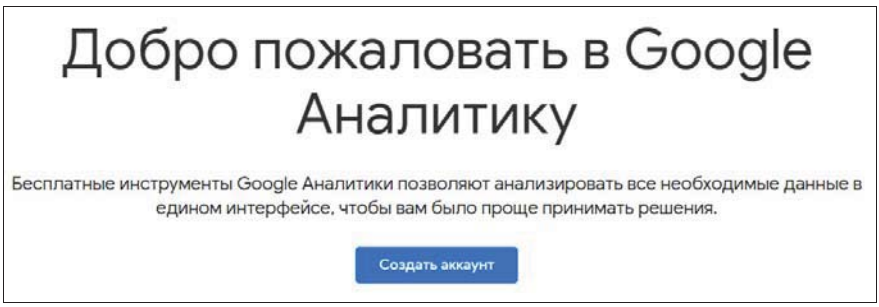


Рис. 9.10. Окно приветствия сервиса Google Аналитика

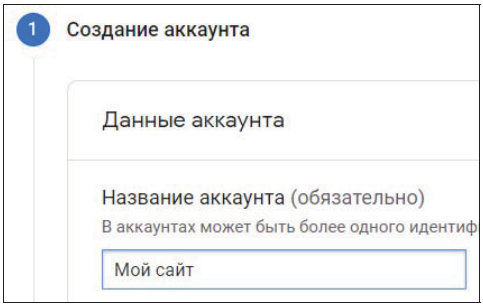


Рис. 9.11. Название аккаунта необязательно должно точно совпадать с названием вашего сайта

Шаг 2: настройка ресурса

Настройте на этом шаге часовой пояс, укажите валюту (рис. 9.12) и нажмите на кнопку **Далее**.

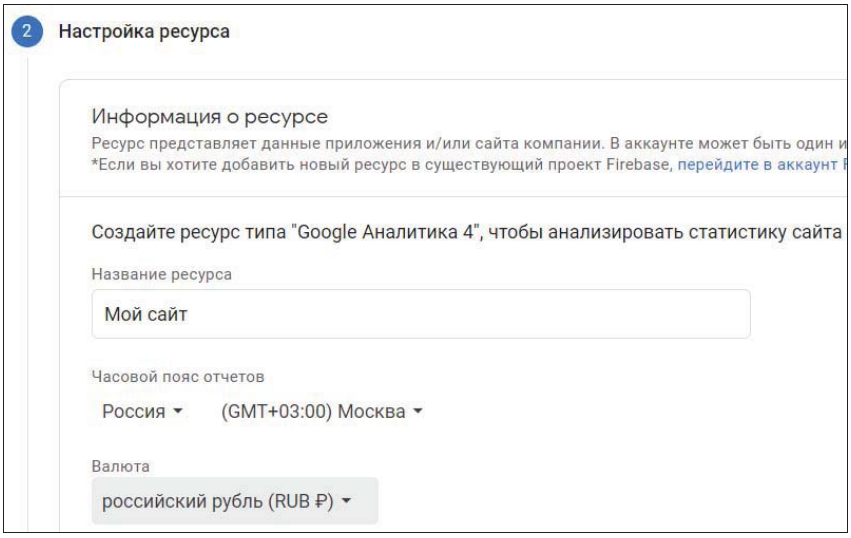


Рис. 9.12. Выбираем **Россия**, **Москва** и **рубль**

Шаг 3: информация о компании

Заполните здесь данные на свою компанию, активируйте три имеющихся флажка и нажмите на кнопку **Создать** (рис. 9.13). Выберите также страну проживания и примите условия использования сервиса, нажав на соответствующую кнопку (рис. 9.14). От рассылки мы отказываемся — т. е. снимаем все флажки в панели, показанной на рис. 9.15, и нажимаем на кнопку **Сохранить**.

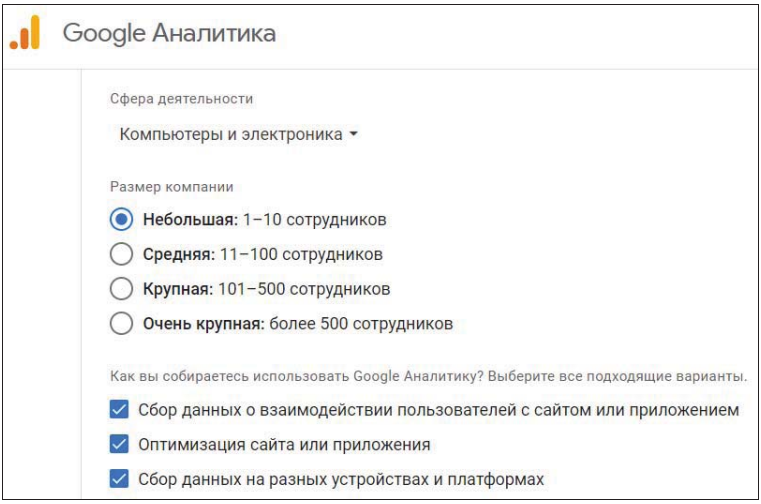


Рис. 9.13. Заполняем информацию о компании

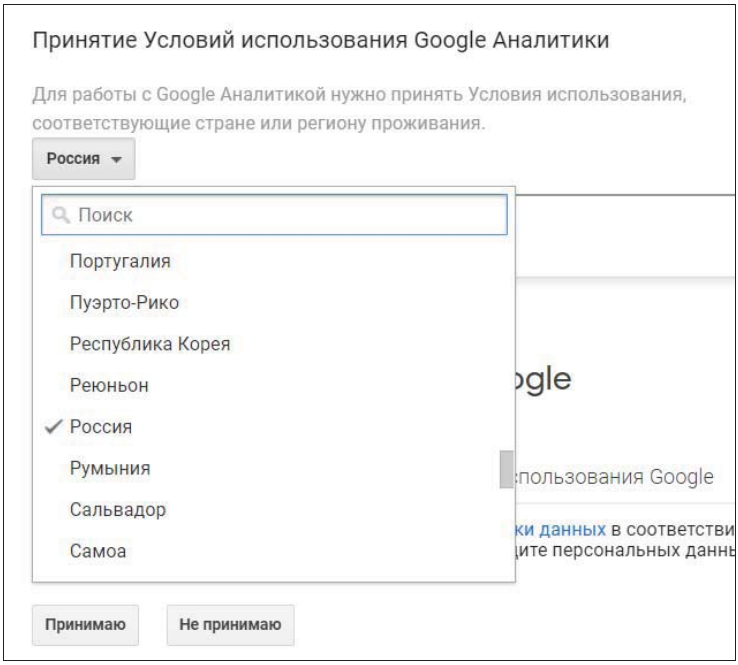


Рис. 9.14. Соглашаемся с условиями использования Google Аналитики

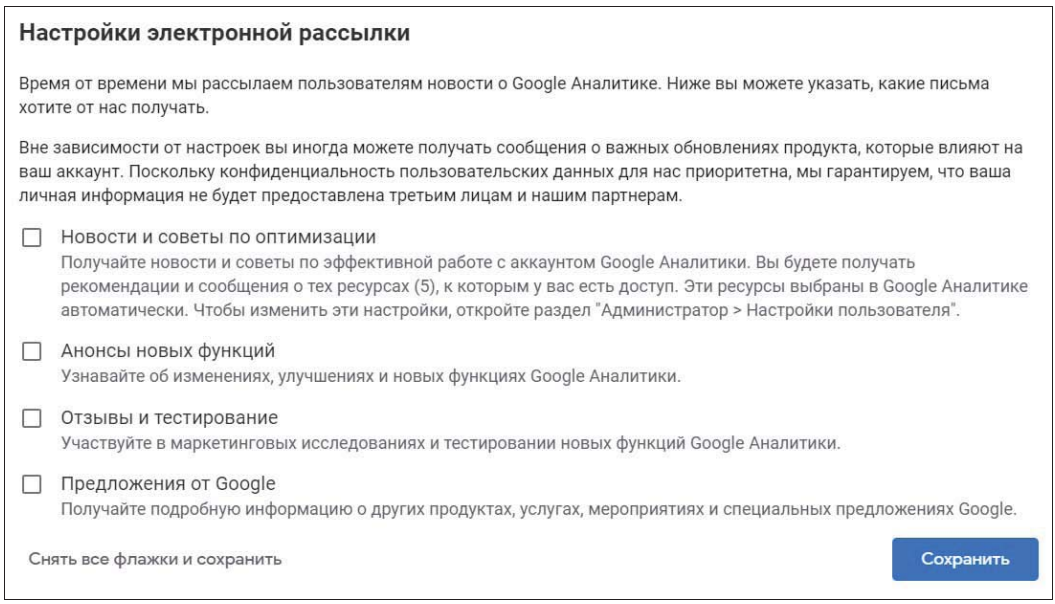


Рис. 9.15. Отказ от рассылки

Шаг 4: настройка потока данных

На этом шаге в панели, показанной на рис. 9.16, нажмите на кнопку **Веб,** после чего в соответствующие поля открывшейся панели (рис. 9.17) впишите URL своего веб-сайта и название потока (любое) и нажмите на кнопку **Создать поток**.

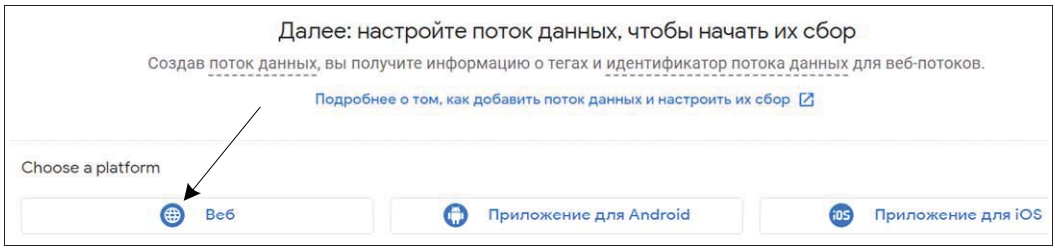


Рис. 9.16. Выбираем нашу платформу

Затем щелкните мышью на стрелке **Глобальный тег** (рис. 9.18) и, нажав на кнопку, указанную на рис. 9.19 стрелкой, скопируйте в буфер обмена приведенный на этой панели код.

Теперь в консоли сайта выполните команду **Внешний вид | Редактор тем**, вставьте скопированный код в файл header.php между тегами `<head>` и `</head>`, как показано на рис. 9.20, и нажимите на кнопку **Обновить файл**.

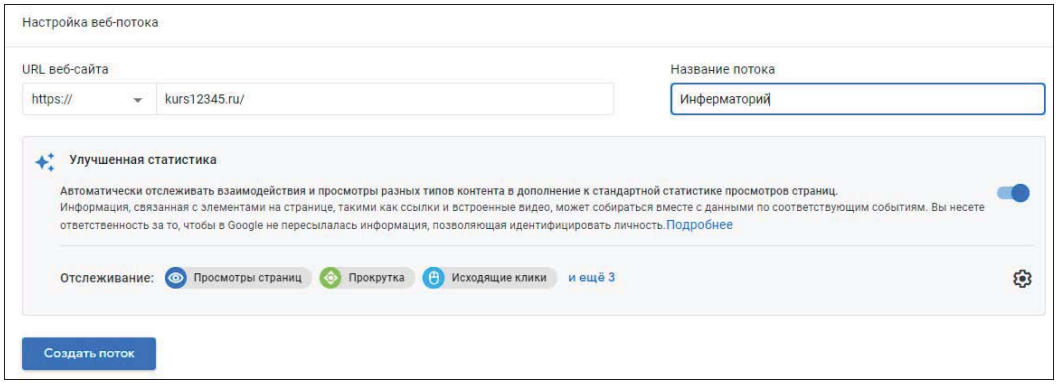


Рис. 9.17. Нажимаем на кнопку **Создать поток**

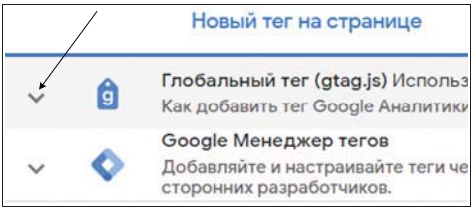


Рис. 9.18. Используйте этот вариант, если вы работаете с конструктором сайтов или системой управления контентом

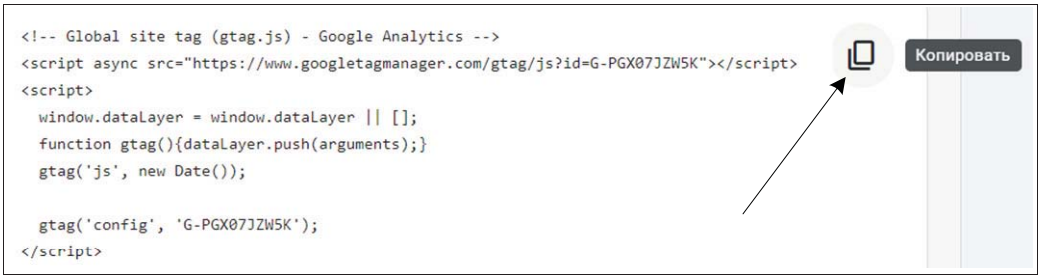


Рис. 9.19. Копируем этот код в буфер обмена

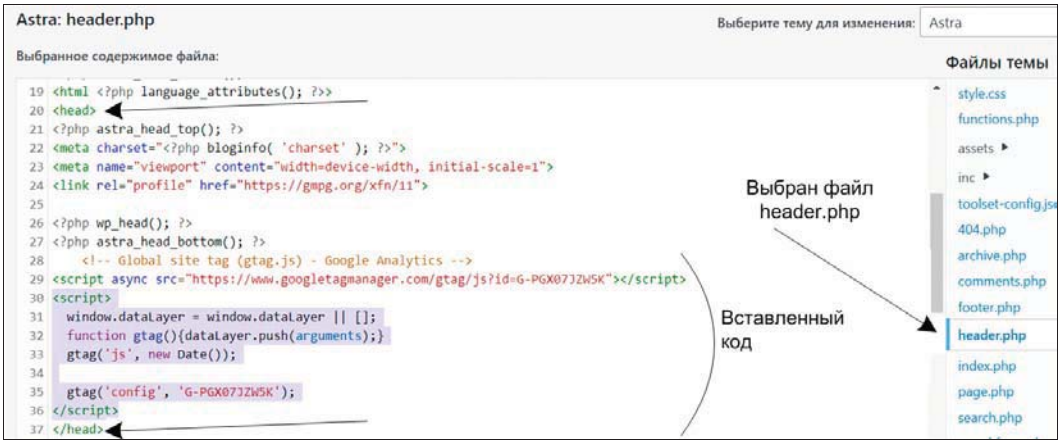


Рис. 9.20. Вставляем код в файл **header.php**

Шаг 5: проверка работы Google Аналитики

На сайте Google Аналитика нажмите мышью на значок **Отчеты (**рис. 9.21), и вы увидите, что за последние 30 мин на нашем сайте никого не было (рис. 9.22). Однако если мы теперь посетим наш сайт, например дважды, то это тут же будет отражено (рис. 9.23).

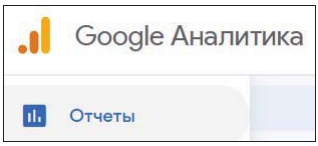


Рис. 9.21. Открываем **Отчеты** Google Аналитики

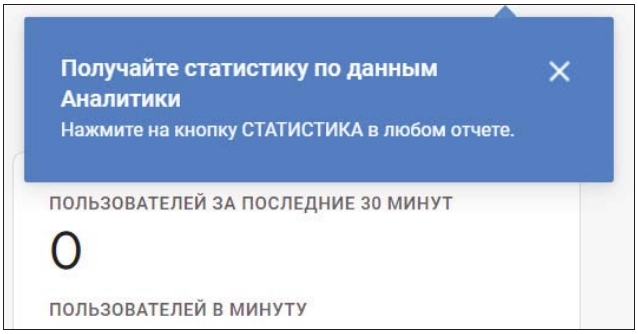


Рис. 9.22. Согласно Google Аналитике в течение 30 мин сайт никто не посещал

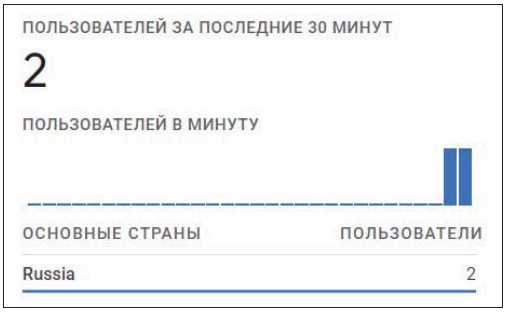


Рис. 9.23. Google Аналитика настроена верно

Подключение поиска от Google

Чтобы пользователи могли найти информацию из Google на вашем сайте, мы добавим в него окно поиска. Для этого нам придется создать программируемую поисковую систему **Google Custom Search**. Зайдите на сервис **https://cse.google.ru/cse/all**, нажмите на кнопку **Добавить**, впишите в соответствующее поле открывшейся панели интернет-адрес (URL) сайта, на котором будет выполняться поиск, и нажмите на кнопку **Создать** (рис. 9.24).

На следующем шаге (рис. 9.25) нам предлагается получить код созданной поисковой системы — нажмите здесь на кнопку **Получить код**, и на следующей панели (рис. 9.26) этот код будет представлен. Мы могли бы вставить его в тело сайта, как сделали на *шаге 4 разд. «Подключение Google Аналитики»*, — т. е. в консоли перейти в **Редактор тем** и в файле header.php вставить его между тегами `<head>` и `</head>`. Но мы поступим иначе:

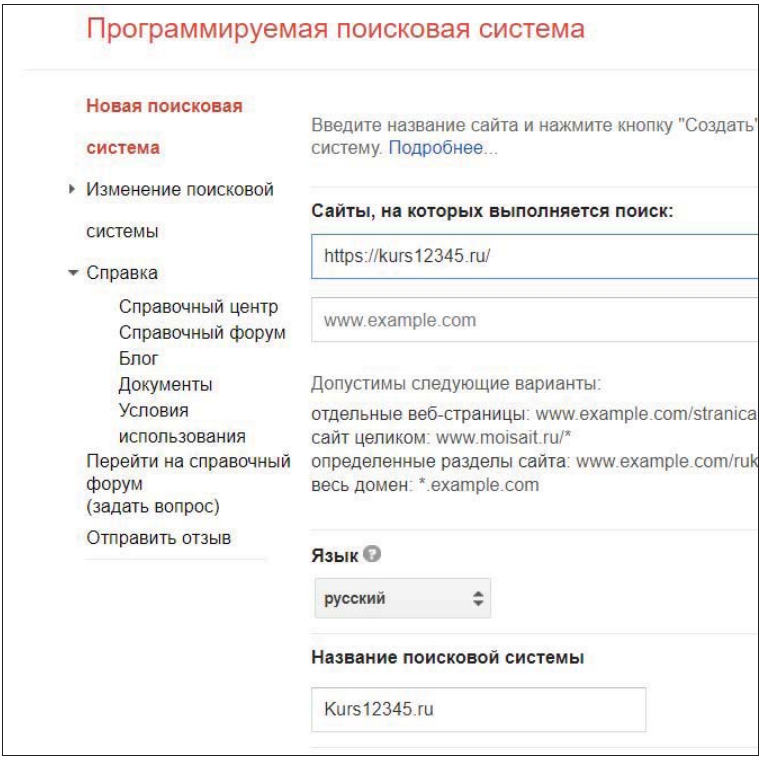


Рис. 9.24. Начинаем создавать новую поисковую систему

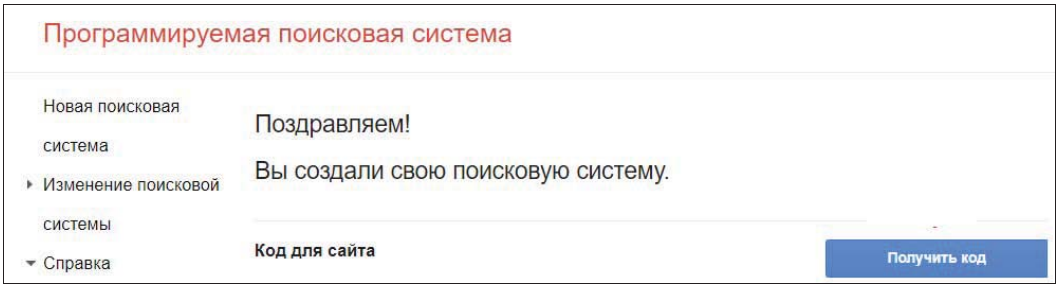


Рис. 9.25. Нажимаем на кнопку **Получить код**

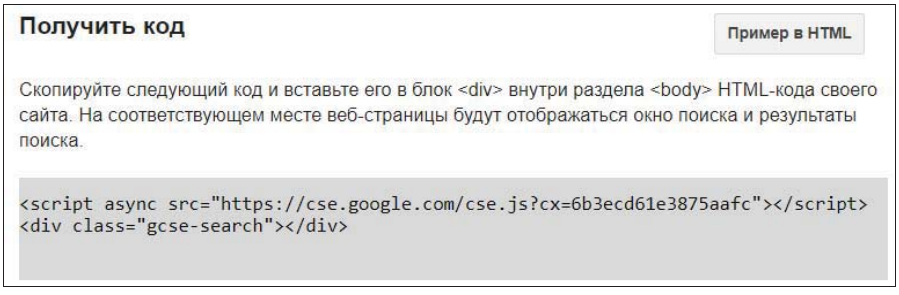


Рис. 9.26. Код поисковой системы

1. В консоли сайта выполните команду **Внешний вид | Виджеты** и в правый сайдбар вставьте блок HTML (рис. 9.27).
2. Скопируйте в буфер обмена код из панели, показанной на рис. 9.26, вставьте его в созданный блок HTML и нажмите на клавишу <Enter> (рис. 9.28).



Рис. 9.27. Нажатие мышью на значок «плюс» откроет нам доступ к блоку HTML



Рис. 9.28. Вставляем код поисковой системы в блок **HTML**

В результате в правом сайдбаре появилось окно поиска от Google (рис. 9.29). Однако его настройки по умолчанию нас не устраивают, и нам придется вернуться в Google (см. рис. 9.25) для изменения настроек этой поисковой системы (рис. 9.30).



Рис. 9.29. Вид поисковой системы от Google с настройками по умолчанию

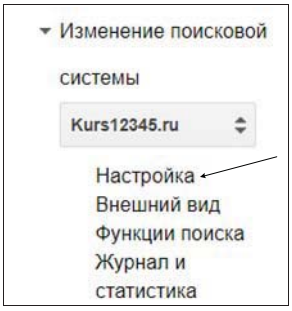


Рис. 9.30. Меню окна изменения настроек поисковой системы **Google Custom Search**

Все ваши настройки в окне изменения поисковой системы сразу будут отображаться справа от области меню (рис. 9.31). Например, можно выбрать команду **Внешний вид | Серебристый**, затем нажать на кнопку **Сохранить и получить код**. Далее — как уже было описано ранее: т. е. вставляете новый вариант кода или внутрь раздела `<body>`, или через виджеты в блок HTML.

Или, если вам не нравится текст **ENHANCED BY Google** в окне поиска, — его можно оттуда удалить (рис. 9.32).

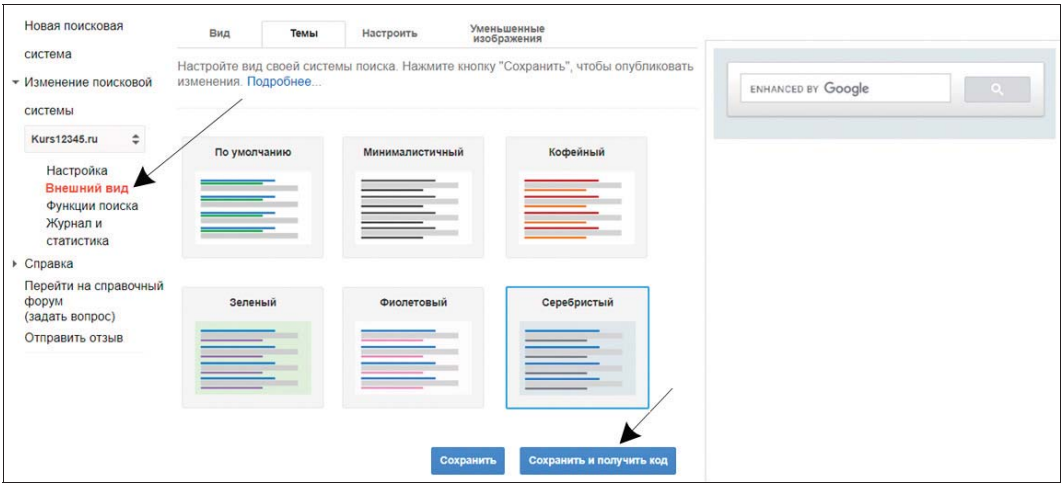


Рис. 9.31. Меняем внешний вид для **Google Custom Search** на серебристый

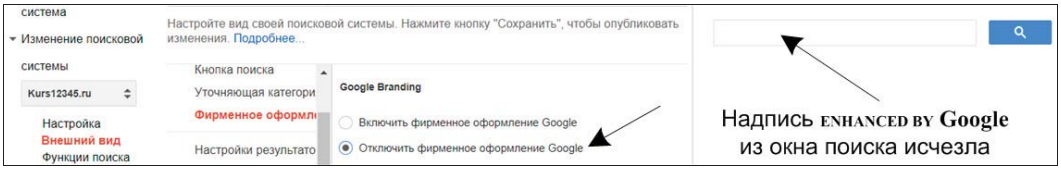


Рис. 9.32. Активируем переключатель **Отключить фирменное оформление Google**

Ускорение загрузки мобильных страниц сайта: плагин *AMP*

Согласно исследованиям, проводимым Google, более 50% поисковых запросов по всему миру производятся с мобильных телефонов. Поэтому быстрое время загрузки сайта крайне актуально и повышает рейтинг вашего сайта в поисковиках. Технология Google AMP (Ускоренные мобильные страницы) как раз и направлена на более быструю загрузку веб-страниц на мобильных устройствах. Суть метода AMP заключается в создании упрощенной версии ваших веб-страниц, подаваемых для просмотра на мобильные устройства. Иными словами, Google AMP создает HTML-копию вашего сайта с использованием каскадных таблиц стилей (CSS3), но без скриптов JavaScript и PHP.

Для ускорения загрузки мобильных страниц мы воспользуемся плагином **AMP** (рис. 9.33) — выполним в консоли WP команду **Плагины | Добавить** новый, найдем этот плагин, скачаем его, установим и активируем. Затем выполним в той же консоли для активированного плагина **AMP** команду **AMP | Настройки** и приступим к его настройкам: зададим типы контента (рис. 9.34), активируем переключатель **Path suffix** (рис. 9.35) и нажмем на кнопку **Сохранить**.

Для проверки работы плагина в конец интернет-адреса (URL) любой нашей статьи добавим каталог **/amp** — чтобы, например, адрес **https://kurs12345.ru/ob-avtore/** стал таким: **https://kurs12345.ru/ob-avtore/amp**. В результате указанная страница будет выглядеть на экране смартфона, как показано на рис. 9.36.



Рис. 9.33. Плагин **AMP** (Ускоренные мобильные страницы)

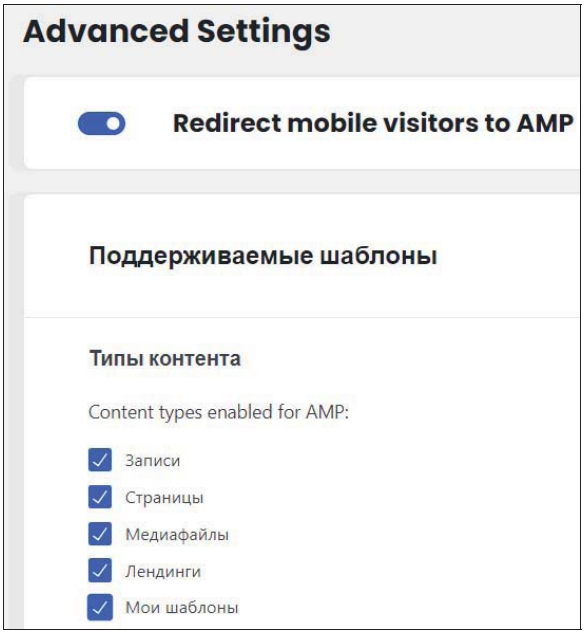


Рис. 9.34. Задаем типы контента

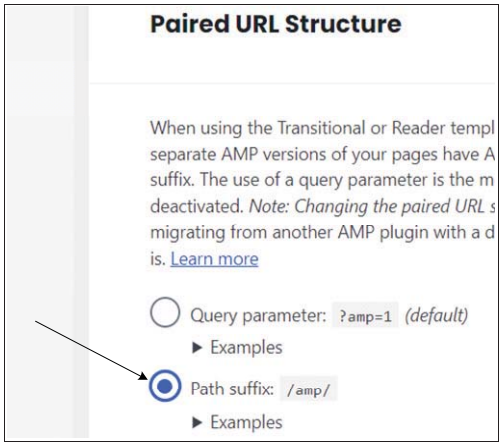


Рис. 9.35. Активируем переключатель **Path suffix**



Рис. 9.36. Вид нашей страницы на мобильном устройстве

Но есть и другой вариант проверки работы технологии Google AMP — зайдите на сайт **https://search.google.com/test/amp?hl=ru**, введите в имеющееся там поле подготовленный для работы по технологии AMP адрес страницы из вашего сайта (рис. 9.37) и нажмите кнопку **Проверить страницу**. В ответ вы получите соответствующее сообщение (рис. 9.38).

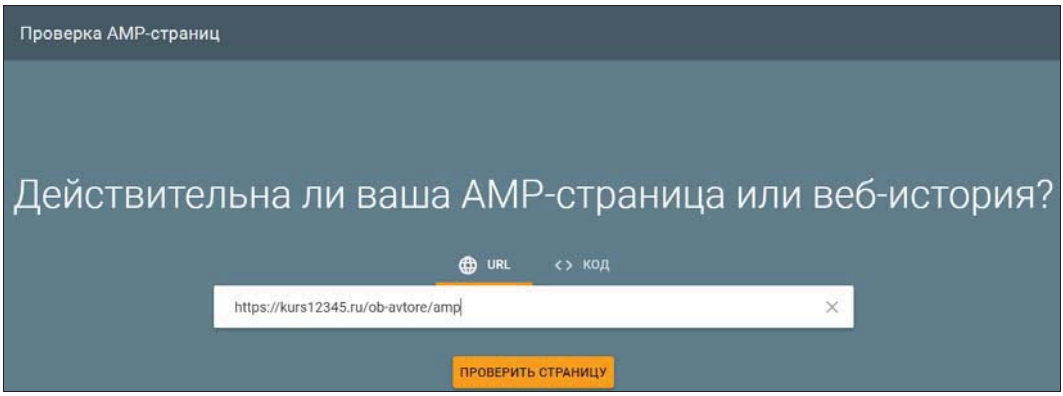


Рис. 9.37. Сайт для проверки AMP-страниц

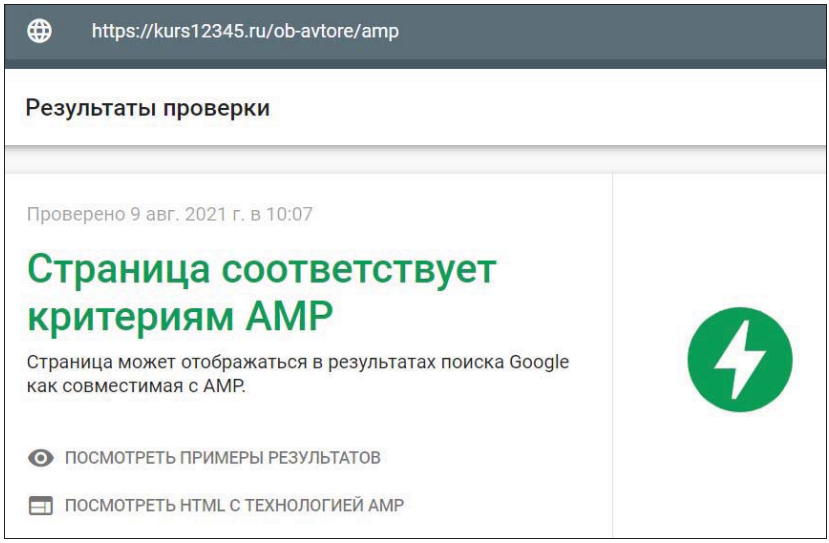


Рис. 9.38. Страница работает на технологии Google AMP

Ускорение индексации Google вручную

Ускорение индексации защищает сайт от кражи статей. Из двух одинаковых текстов, опубликованных на двух сайтах в Сети, уникальным будет признан тот текст, который проиндексирован в первую очередь. А если на сайте есть технические ошибки, то процесс ранжирования материала может занять недели или даже месяцы.

Новый термин

Ранжирование — сортировка сайтов в поисковой выдаче. Зависит от рейтинга сайта, количества и качества внешних ссылок, степени соответствия текста поисковому запросу — тех показателей, на основании которых поисковая система формирует топ сайтов в поисковой выдаче (от *англ.* top — верхушка). А пользователь чаще всего ищет ответ на свой запрос на первых страницах поисковой выдачи, не углубляясь дальше, а просто меняя запрос.

Для ускорения индексации Google вручную заходим на сервис **https://search.google.com/u/0/search-console/** и адрес новой и еще непроиндексированной статьи с нашего сайта вводим в строку поиска, завершая ввод нажатием клавиши <Enter> (рис. 9.39). Получив ответ, что страница еще не представлена в индексе, нажмите на кнопку **Запросить индексирование** (рис. 9.40). Так мы вручную поставим нашу статью в очередь на индексирование, что значительно ускорит этот процесс (рис. 9.41).



Рис. 9.39. Адрес нового (свежего) контента помещаем в **Google Search Console**

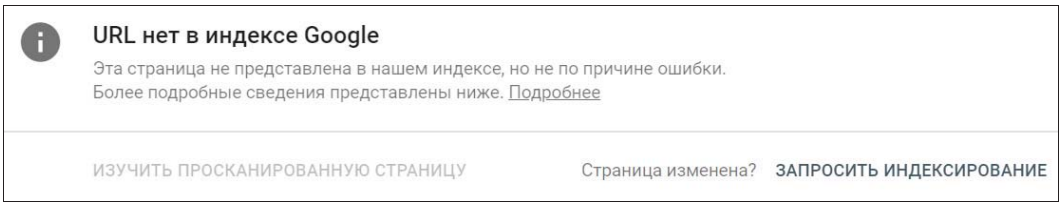


Рис. 9.40. Запрашиваем индексирование

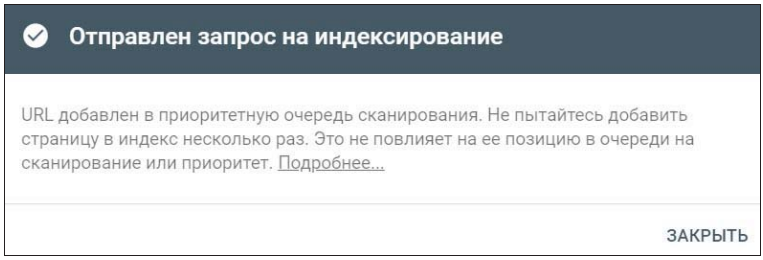


Рис. 9.41. Наша статья вручную поставлена в очередь на индексирование

Добавление на сайт географической карты от Google

Мы можем разместить у себя на сайте географическую карту от Google, предназначенную для поиска местоположения. Зайдите для этого на сервис **https://www.google.com.ru/maps/**, введите в строку поиска нужный вам адрес (рис. 9.42) и запустите поиск. Получив результат (рис. 9.43), нажмите в его окне кнопку **Поделиться**, в открывшемся окне **Поделиться** (рис. 9.44) перейдите на вкладку **Встраивание карт** (рис. 9.45) и нажмите там на кнопку **Копировать HTML**.

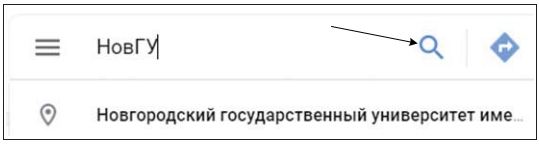


Рис. 9.42. Вводим в строку поиска искомое местоположение и запускаем поиск

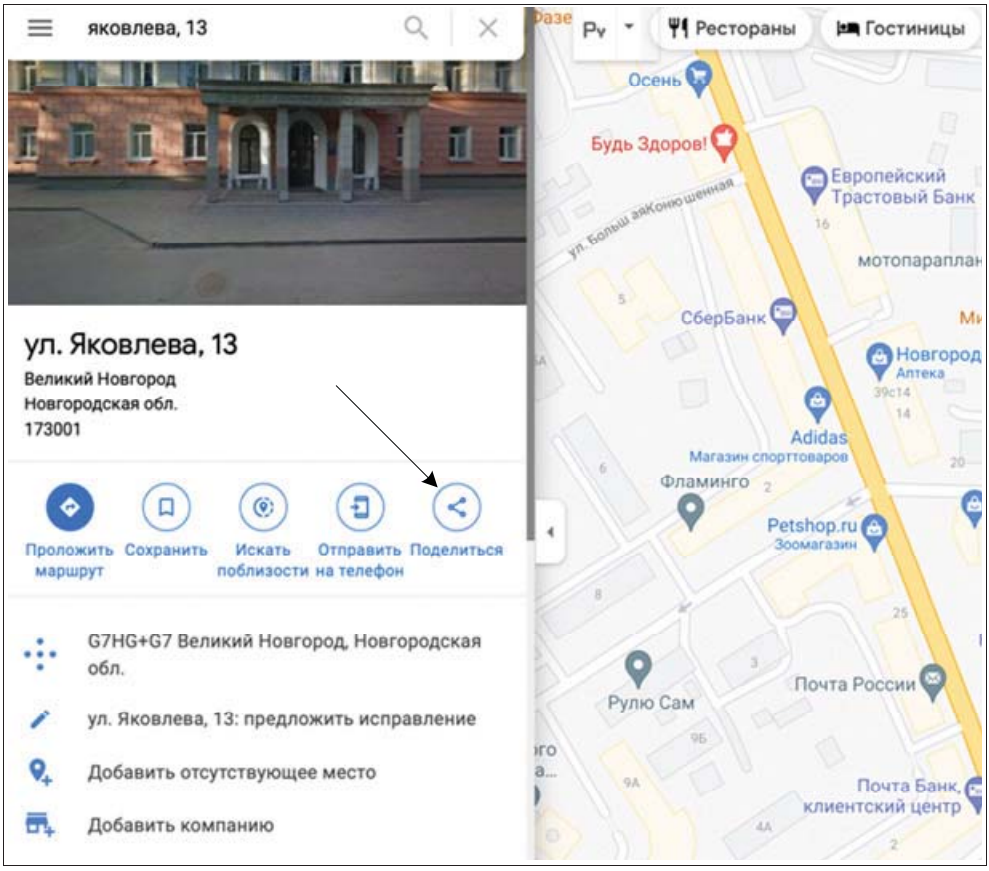


Рис. 9.43. Нажмите кнопку **Поделиться**

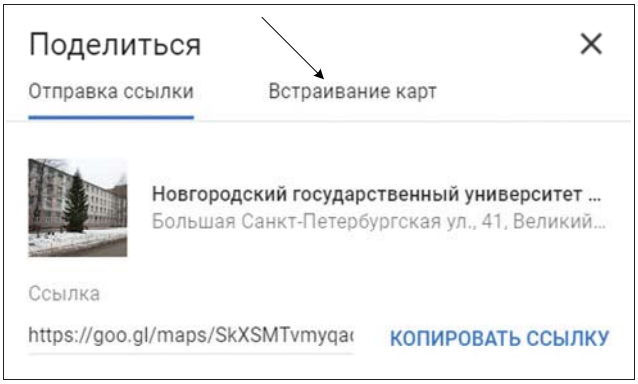


Рис. 9.44. В окне **Поделиться** перейдите на вкладку **Встраивание карт**

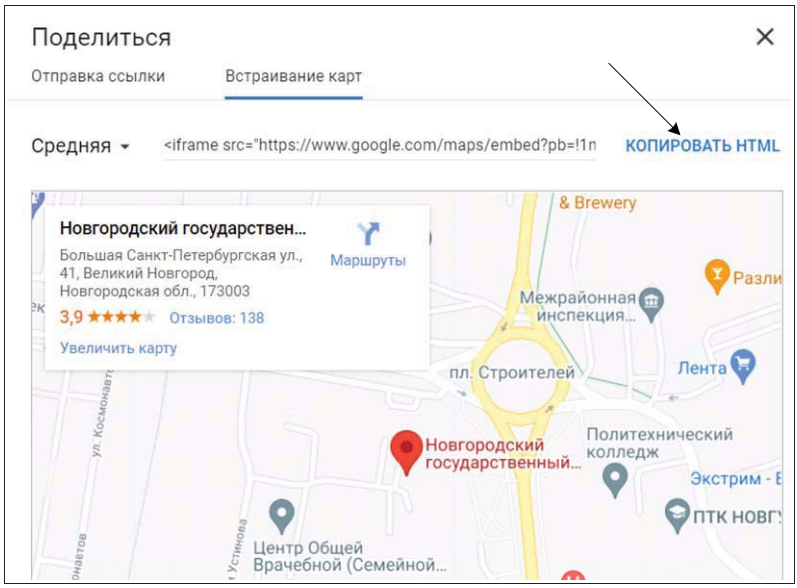


Рис. 9.45. Вкладка **Встраивание карт** окна **Поделиться**



Рис. 9.46. Код карты вставлен в блок **HTML**

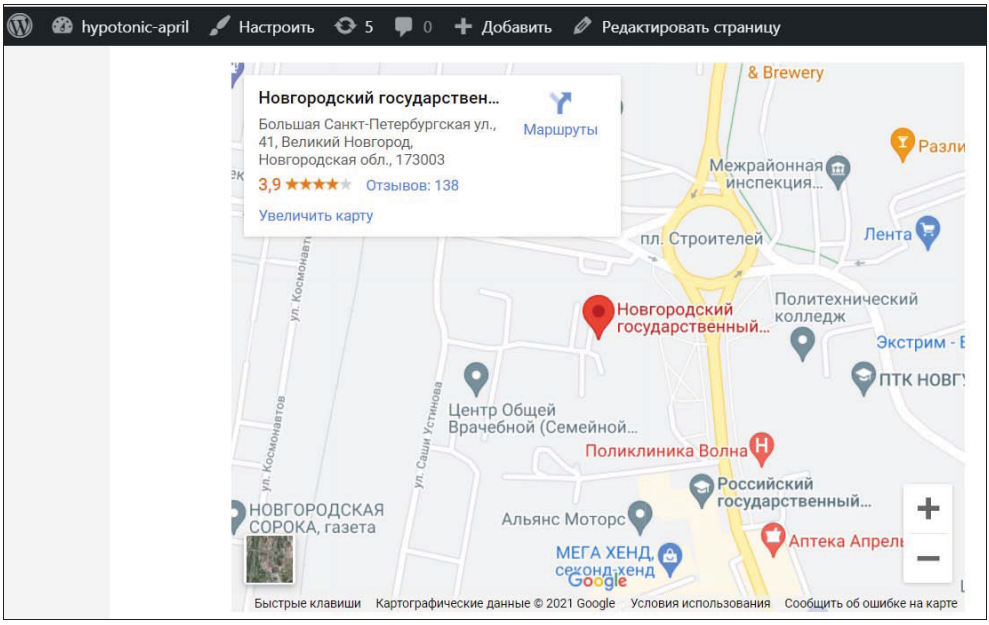


Рис. 9.47. После обновления страницы карта размещена на сайте

Осталось только вставить скопированный HTML-код карты в блок HTML нашего сайта (рис. 9.46) и выполнить команду **Обновить** (рис. 9.47).

Проверка кроссбраузерности сайта

Новый термин

Кроссбраузерность — это способность сайта одинаково отображаться в разных браузерах.

Чтобы узнать, корректно ли отображается ваш сайт в разных браузерах, можно, конечно, вручную проверить его работу в браузерах Google Chrome, Atom, Opera, Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Yandex и пр. Однако существует бесплатный сервис **http://browsershots.org/**, облегчающий эту работу (рис. 9.48). Он предлагает веб-мастерам проверить внешний вид дизайна своего сайта в разных операционных системах и во множестве браузеров.



Рис. 9.48. Главная страница сервиса Browsershots

После нажатия на кнопку **Submit** ваш сайт будет добавлен в очередь заданий, и через некоторое время вы получите результат его тестирования по 65 разным браузерам. Задержка возникает из-за нагрузки на сервер, поэтому проверка сайтов и идет в порядке очереди (платная версия предполагает проверку вне очереди). Когда система завершит проверку, кроссбраузерность вашего сайта сервис покажет на скриншотах.

Проверка оптимизации сайта для мобильных устройств

В заключение этой главы давайте проверим ваш сайт на удобство его просмотра на мобильных устройствах по двум параметрам.

Адаптивность сайта

Адаптировать (оптимизировать) сайт для просмотра на небольшом экране очень важно, поскольку большинство пользователей будут переходить на ваш сайт именно с помощью мобильного устройства: смартфона или планшета. Мы уже обращались к этой теме в *разд. «Адаптивность шаблона» главы 2*, но, как говорится, «повторение — мать учения...».

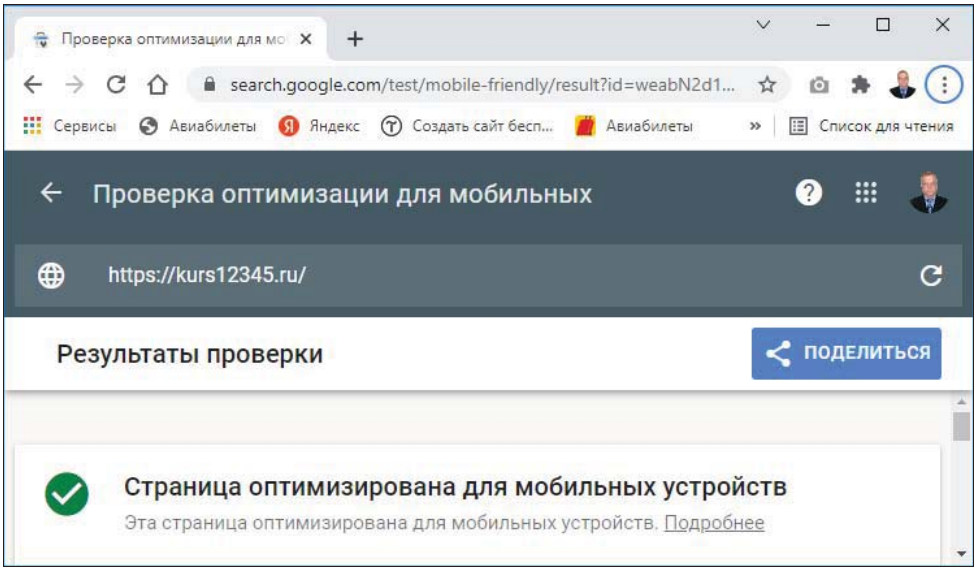


Рис. 9.49. Сервис **https://search.google.com/test/mobile-friendly** подтверждает, что сайт оптимизирован для мобильных устройств

Итак, для проверки адаптивности сайта Google предлагает протестировать его на сервисе **https://search.google.com/test/mobile-friendly** (рис. 9.49).

Скорость сайта

Понятно, что ни пользователи (особенно мобильных устройств), ни поисковые роботы не любят, когда сайт долго грузится (об этом мы тоже упоминали ранее — в *разд. «Никто не любит медленные веб-сайты» главы 2*). Проверить скорость загрузки вашего сайта можно на сервисе **PageSpeed Insights** по адресу: **https://pagespeed.web.dev**.

При низкой скорости сайта сервис поможет вам устранить имеющиеся на нем проблемы (рис. 9.50).

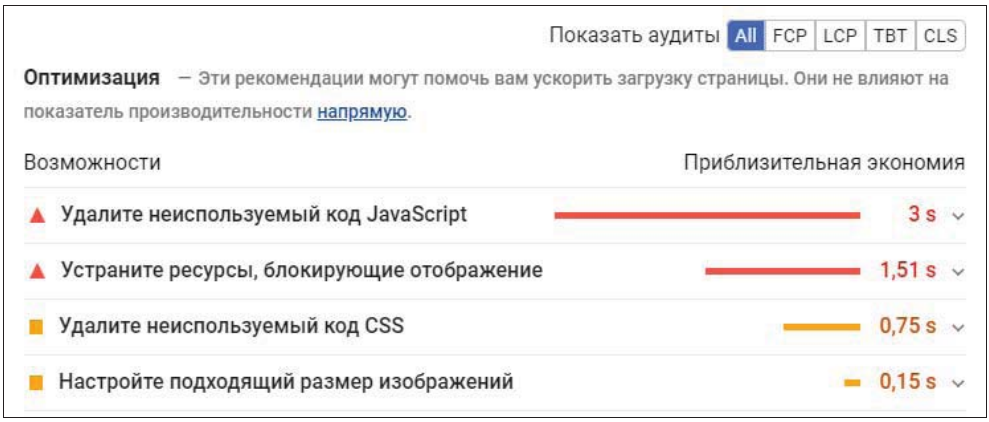


Рис. 9.50. Следуйте этим рекомендациям для того, чтобы повысить скорость загрузки вашего сайта

ГЛАВА 10



Анализ работы сайта

В этой главе мы рассмотрим, как выполняется анализ (аудит) сайта, — т. е. изучение аналитики поисковых запросов и статистики посещаемости сайта.

Посещаемость сайта

На сайте могут быть посетители, визиты и просмотры.

Новый термин

Посетитель — это пользователь, который зашел на сайт один или несколько раз за одни сутки.

Новый термин

Визит — активность одного посетителя на сайте на одном счетчике. Иными словами, если посетитель зашел и вышел, то это один визит. Но если через 30 минут он еще раз зашел — это уже второй визит. Здесь 30 минут — время тайм-аута визита.

Новый термин

Просмотр — загрузка пользователем страницы сайта. Переходы посетителя по страницам сайта — это все просмотры.

Новый термин

Посещаемость сайта — число его уникальных (неповторяемых) посетителей в отрезок времени (обычно это сутки).

Аналитический сервис Яндекс.Метрика

Яндекс.Метрика — сервис веб-аналитики от поисковой системы Яндекс, который позволяет отслеживать и анализировать эффективность сайта (рис. 10.1).

Перейдя на этом сервисе по ссылке **Счетчик посетителей**, можно получить разную полезную информацию о нашем сайте — в частности, узнать, откуда на него заходят посетители (рис. 10.2).

Здесь:

- **Прямые заходы** — ситуация, когда в адресную строку браузера заносится интернет-адрес (URL) нашего сайта. Иными словами, это переход посетителя на сайт по

введенному в строку браузера адресу или сохраненной ссылке, а также визиты, для которых Метрика не распознала источник;

- **Переходы по ссылкам на сайтах** — трафик, в конце которого имеется адрес сайта, на котором была ссылка на наш сайт. Иначе говоря, переходы по ссылкам — это заходы с других сайтов на наш.

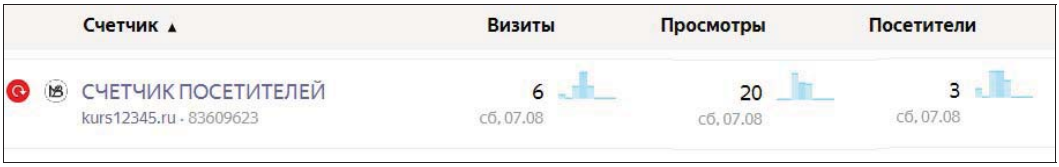


Рис. 10.1. На Яндекс.Метрике мы для примера открыли показ визитов, просмотров и посетителей нашего сайта в субботу 07.08.2021 г.

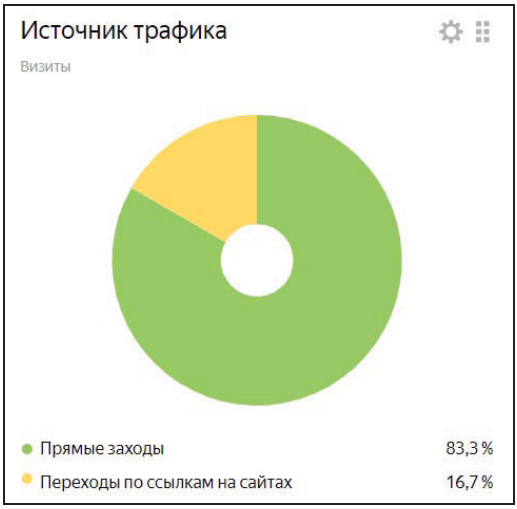


Рис. 10.2. Диаграмма **Источник трафика**

Аналитический сервис Google Аналитика

Google Аналитика (Google Analytics) — это аналитический сервис от поисковой системы Google, который собирает статистику о посетителях сайта после регистрации вашего сайта на этом сервисе. Здесь терминология немного другая, но смысл ее тот же. Так, *пользователи* в Google Аналитике — это уникальные посетители (рис. 10.3). А визиты в Google Аналитике называются *сеансами*. Сеанс — это период, в течение которого пользователь работает с сайтом (рис. 10.4).

Пояснение

Уникальность посетителя в Google Аналитике определяется по IP-адресу, операционной системе, браузеру, файлам *cookies* и другим параметрам. То есть если на сайт заходит человек с уникальным набором таких параметров, то он считается *пользователем*. Но если этот же человек с таким же уникальным набором параметров зайдет на сайт второй раз за сутки, то он пользователем считаться уже не будет. Такой заход будет засчитан как визит (*сеанс*).

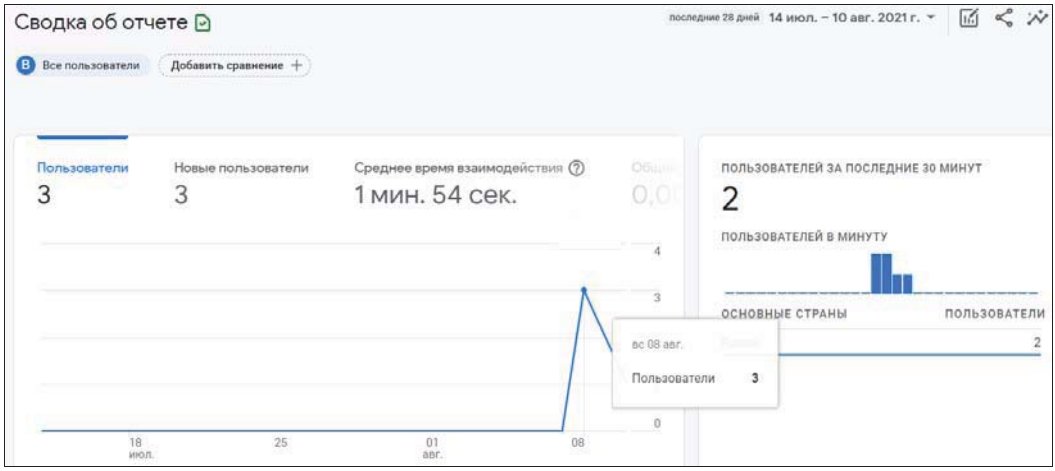


Рис. 10.3. Пример сводки в Google Аналитике

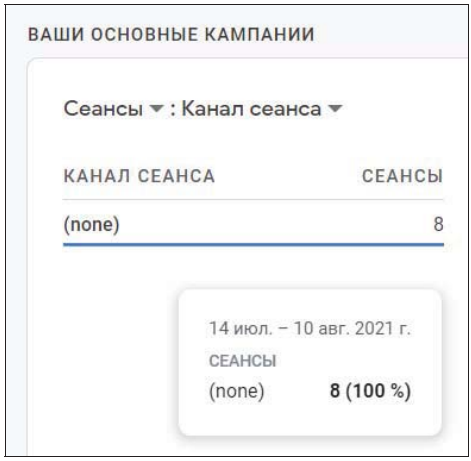


Рис. 10.4. Сеансы: повторные заходы на сайт за сутки

Google Аналитика также предоставляет анализ сайта по *просмотрам* (рис. 10.5) и показывает, откуда на ваш сайт пришли пользователи (рис. 10.6). Эту информацию можно использовать, чтобы модифицировать сайт для повышения *трафика*. Поясним здесь два новых термина:

- **трафик —** это количество людей, которые зашли на ваш сайт;
- **источники трафика** — это сайты, где есть пользователи. Оттуда они попадают на ваш сайт по ссылкам.

Источники трафика подразделяются на несколько категорий (см. рис. 10.6):

- **referral** (реферальные ссылки) — трафик возникает из упоминаний о вашем сайте на сторонних сайтах. Это переходы по ссылкам на ваш сайт с других сайтов;
- **none** — трафик, источник которого определить нельзя;
- **organic search** — переходы на ваш сайт из поисковиков;

- **direct** — прямые заходы по набору URL вашего сайта. Такие пользователи попадают на ваш сайт по прямой ссылке на него, и каждому владельцу сайта хочется, чтобы прямые заходы составляли как можно большую долю трафика в общей его массе;
- **social** — заходы на сайт из соцсетей. Здесь речь идет о пользователях, попавших на сайт через ссылки, размещенные в сообществах, постах и анонсах в соцсетях.

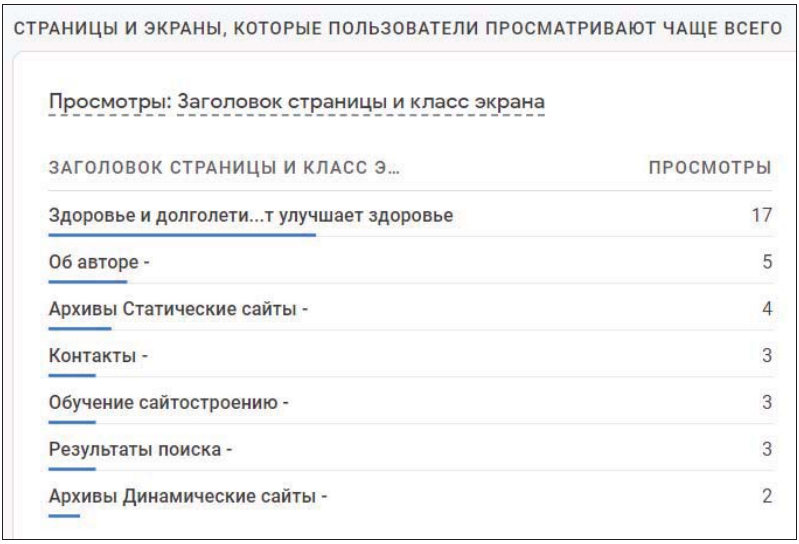


Рис. 10.5. Анализ сайта по просмотрам его разделов

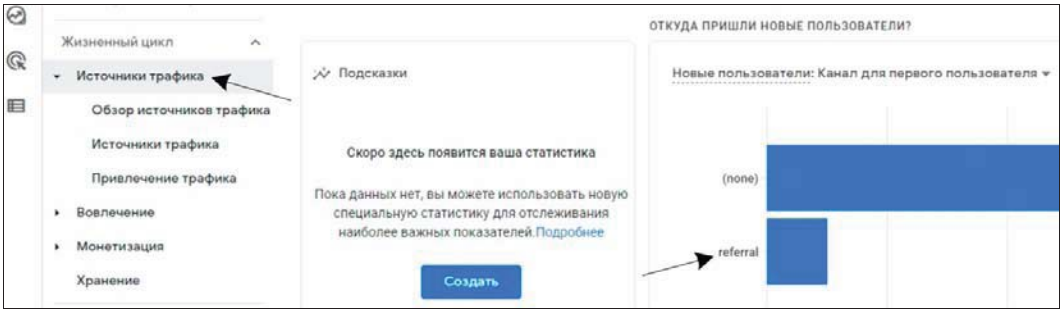


Рис. 10.6. Источники трафика на новый сайт

Как узнать целевую аудиторию по Яндекс.Метрике?

Новый термин

Целевая аудитория — это те, для кого создавался сайт. На коммерческих сайтах целевой аудиторией будет группа людей, у которых есть потребность в коммерческом продукте, рекламируемом на сайте, и возможность его купить.

Зайдите на Яндекс.Метрику по адресу **https://metrika.yandex.ru/list** и на странице **Счетчик посетителей** своего сайта выполните команду **Отчеты | Стандартные отчеты | Аудитория | География** (рис. 10.7) — вы увидите, откуда у вас посетители по странам мира (рис. 10.8).

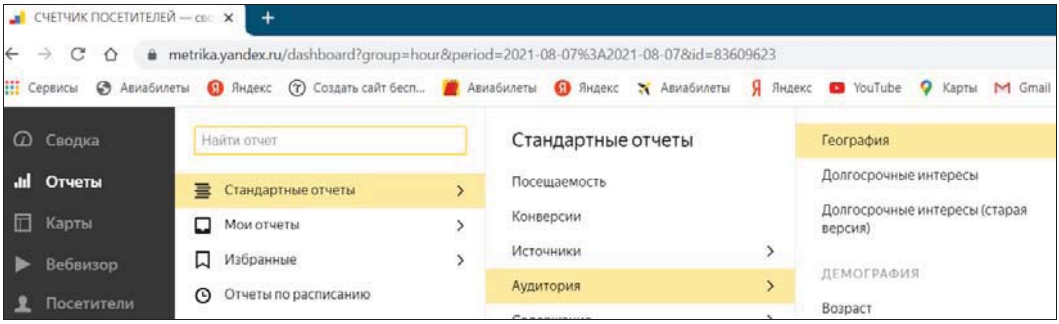


Рис. 10.7. По этой цепочке команд мы узнаем географию стран, откуда наш сайт посещается

Страна, Область, Город	Визиты ▼	Посетители	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	6	3	33,3 %	3,33	11:32
Россия	5	2	20 %	3,8	13:51
Беларусь	1	1	100 %	1	0:00

Рис. 10.8. Мы видим, что сайт посещался посетителями из двух стран

Здесь также требуется пояснить новые термины:

- **Отказы** в Яндекс.Метрике — показатель, когда пользователь за один визит проводит на сайте менее 15 секунд, разочаровывается и уходит;
- **Глубина просмотра** — среднее количество страниц сайта, просмотренных посетителями из конкретного источника трафика.

Выполнив на странице Метрики **Счетчик посетителей** команду **Отчеты | Стандартные отчеты | Аудитория | Демография**, вы увидите градацию ваших посетителей по демографии: возрасту и полу (рис. 10.9). Команда **Отчеты | Стандартные отчеты | Технологии | Устройства** позволяет выявить устройства, с которых чаще всего заходили на ваш сайт (рис. 10.10).

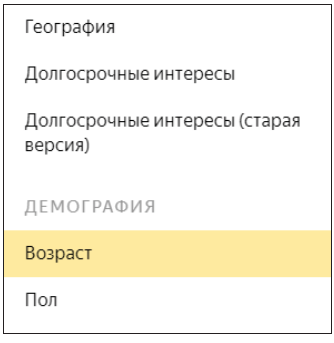


Рис. 10.9. Раздел **Демография**

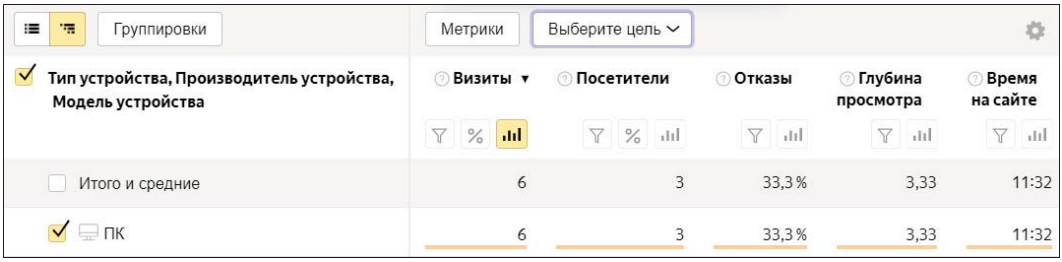


Рис. 10.10. Здесь мы видим, что все заходы на этот сайт были с ПК

Веб-визор от Яндекс.Метрики

Сервис Яндекс.Метрики, называемый *веб-визором*, записывает действия посетителей на вашем сайте и показывает их в формате видео. Эта технология позволяет проанализировать поведение посетителей вашего сайта, узнать, что им интересно, а что — нет. Анализ поведения посетителей веб-визором помогает выявить проблемы в навигации сайта, его структуре и повысить конверсию сайта.

> ***Новый термин***
>
> *Конверсия сайта* — это соотношение общего числа людей, посетивших сайт, к количеству людей, совершивших целевое действие. Например, на сайт интернет-магазина зашло 100 уникальных посетителей, при этом 95 из них ушли без покупок, а 5 человек купили товар. Это значит, что конверсия будет 5%.

Выполните в Яндекс.Метрике команду **Счетчик посетителей | Веб-визор** (рис. 10.11). Веб-визор хранит о визитах всех пользователей на сайт за последние две недели следующую информацию:

- дата и время визита;
- время на сайте;
- регион;
- операционная система, браузер и разрешение экрана;
- просмотры — сколько страниц сайта пользователь посетил;
- источник трафика (захода на сайт);
- метки для анализа заходов с рекламных источников;
- тип устройства: мобильный телефон, планшет и компьютер.

Видеозапись посещения фиксирует все действия пользователя с мышью на сайте (рис. 10.12). Веб-визор покажет:

- перемещение курсора мыши — запись этих действий пользователя помогает определить, какие элементы сайта он просматривает более долго и внимательно.
- щелчки (клики) — вы увидите, как пользователь щелкает мышью в каком-либо месте на сайте;
- заполнение форм — в видео можно будет увидеть, что пользователь начал заполнять форму, но так и не отправил ее;

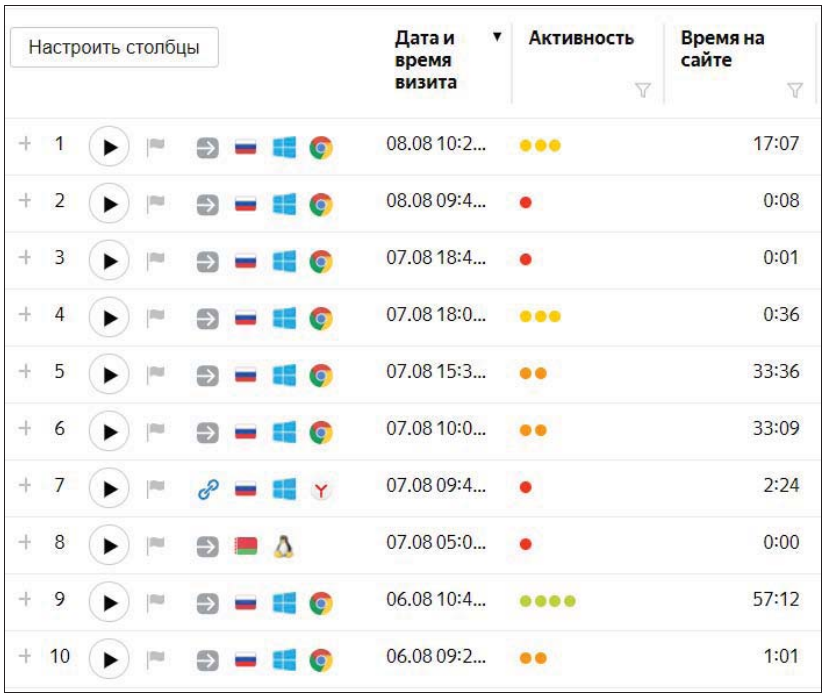


Рис. 10.11. Информация о визитах пользователей на сайт



Рис. 10.12. Так выглядит скриншот с информацией о поведении пользователя на сайте

- выделение и копирование текста — иногда при просмотре сайта пользователь копирует текст или изображение. Веб-визор зафиксирует и эту операцию;
- перемещение между страницами — если сайт многостраничный, то веб-визор запишет весь маршрут пользователя по сайту: от момента входа на сайт до момента его закрытия.

Карты Яндекс.Метрики

Новый термин

Карта кликов (щелчков) — инструмент для измерения и отображения статистики по щелчкам мышью на вашем сайте (рис. 10.13). Карта отображает клики по всем элементам страницы. Результаты, отображаемые картами кликов, похожи на видео от веб-визора, но только это статические картинки.

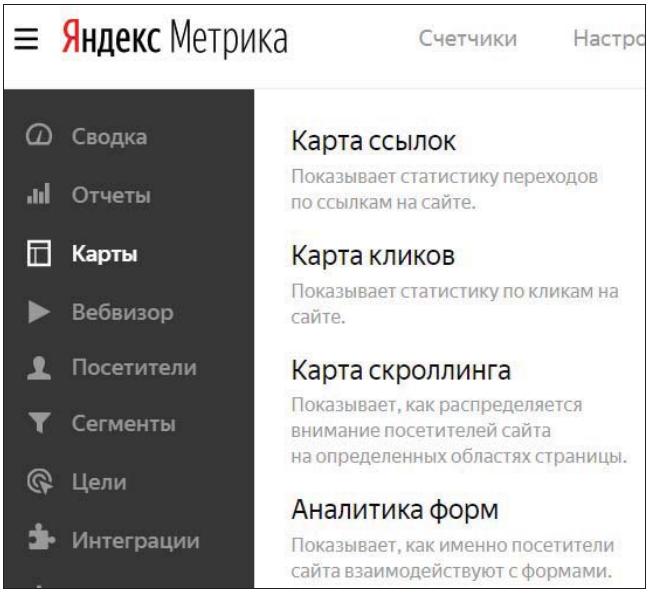


Рис. 10.13. Три карты от Яндекс.Метрики

Рассмотрим карты от Яндекс.Метрики на примерах. Так, на рис. 10.14 показана **Карта ссылок** для сайта **https://pp53zozh.ru/**. Ссылки на ней выделены сервисом Яндекс.Метрика цветом. Сервис подсвечивает ссылки на карте разными цветами в зависимости от их популярности — чем холоднее цвет (синий), тем менее популярна ссылка. Популярные ссылки выделяются красным.

Следующий инструмент — **Карта кликов**. Цветные точки на изображении сайта (рис. 10.15) показывают места на сайте, где пользователь щелкал мышью: это может быть и ссылка, и изображение.

Карта скроллинга (прокрутки) — это инструмент, позволяющий узнать распределение внимания пользователя сайта по разным частям страницы, которую он просматривает. Анализ такой карты поможет веб-мастеру правильно разместить важную информацию в определенных областях сайта. Так, на рис. 10.16 мы видим, что нижняя область страницы сайта просматривалась реже, чем верхняя, что вполне логично.

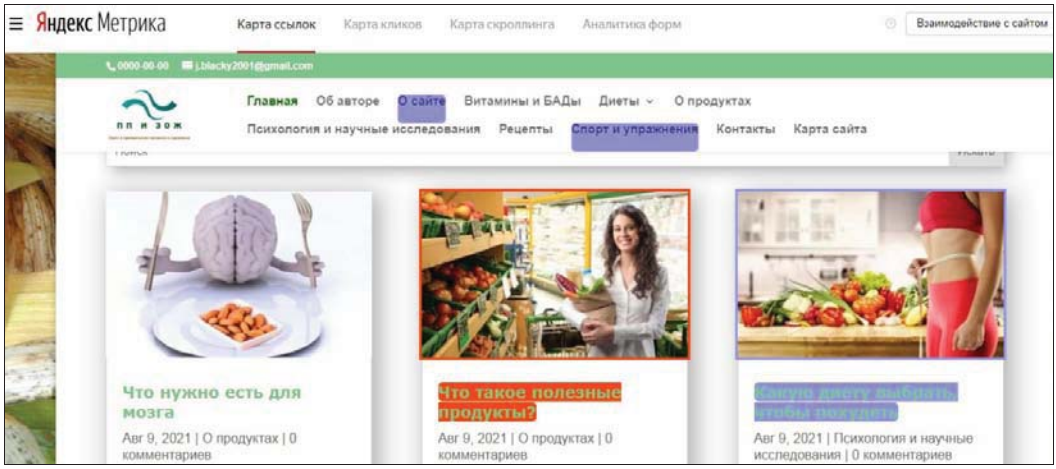


Рис. 10.14. Карта ссылок для сайта **https://pp53zozh.ru/**

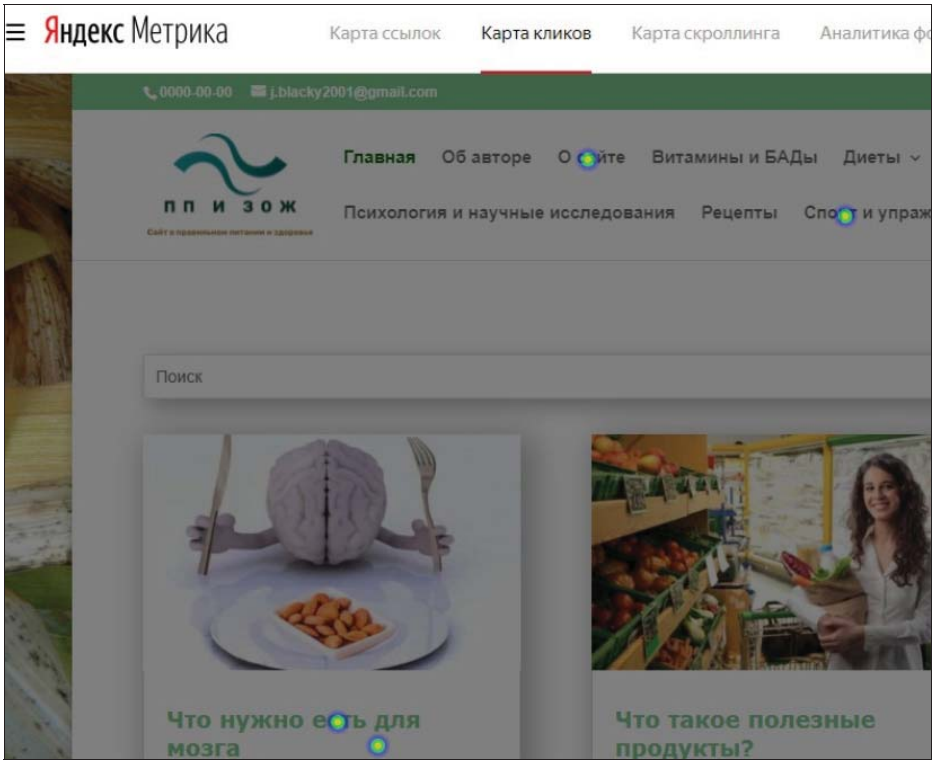


Рис. 10.15. Карта кликов для сайта **https://pp53zozh.ru/**

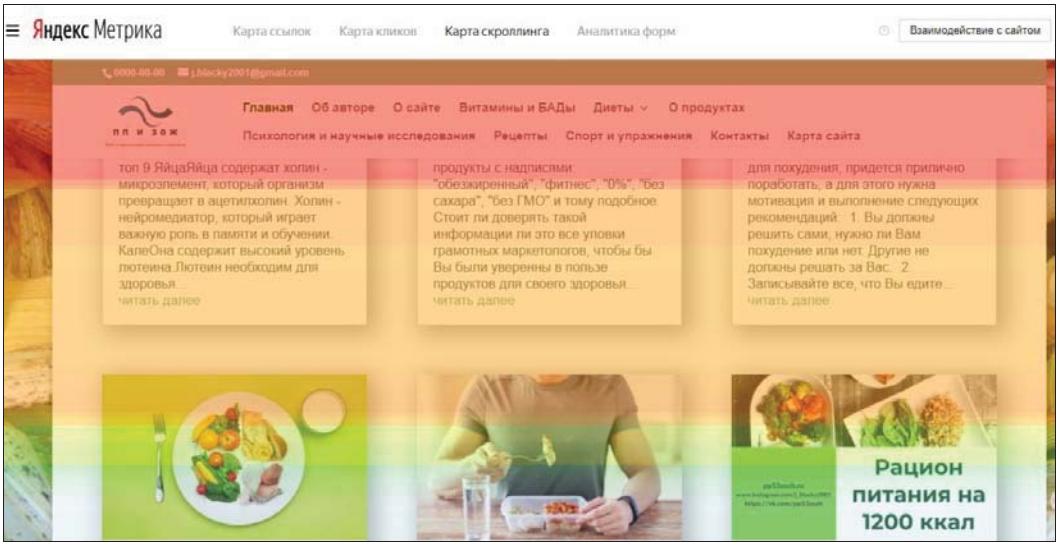


Рис. 10.16. Карта скроллинга для сайта **https://pp53zozh.ru/**

Отчет о посещаемости сайта в реальном времени на Google Аналитике

Зайдите в Google Аналитику и откройте **Отчет в реальном времени** (рис. 10.17). Такие отчеты позволяют отслеживать текущие действия пользователей на сайтах с задержкой

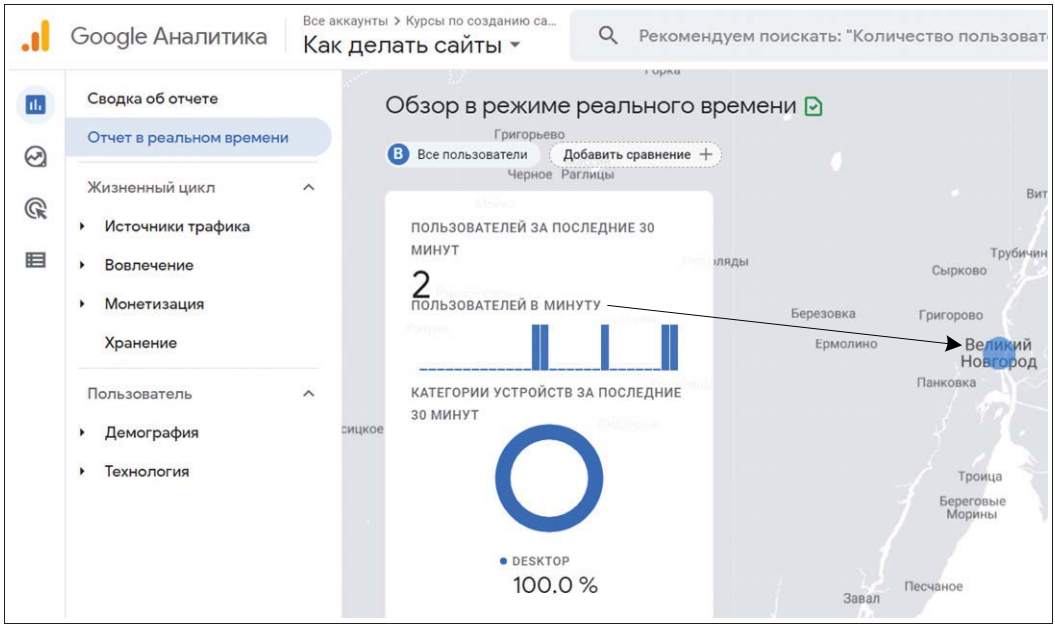


Рис. 10.17. На сайте в реальном времени два пользователя из Великого Новгорода

в несколько секунд. Часть информации дается на английском, а часть — на русском языке. К примеру, на рис. 10.18 присутствует показатель **user_engagement** — это вовлеченность (занятость, деятельность) пользователя. Очевидно, что чем больше **user_engagement** (взаимодействие посетителя с сайтом), тем лучше. Как можно видеть, вовлеченность измеряется в *событиях*.

Новый термин

Событие — это взаимодействие пользователя с контентом сайта. Понятие «событие» включает в себя загрузки, переходы по ссылкам, отправку формы, просмотр видео и пр.

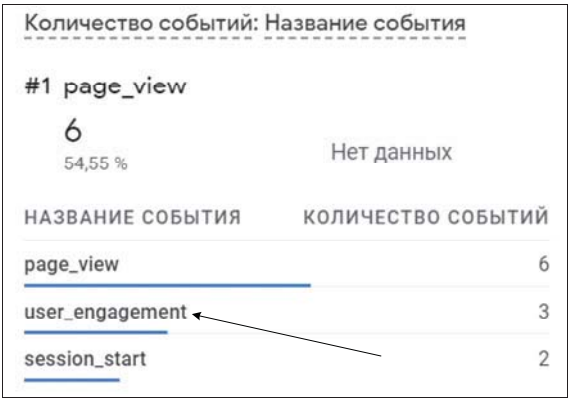


Рис. 10.18. User_engagement — вовлеченность (взаимодействие пользователя с сайтом)

Как узнать целевую аудиторию в Google Аналитике?

Выполните в Google Аналитике команду **Демография | Обзор | Страны** (рис. 10.19) — вы увидите, жители каких стран посещали ваш сайт.

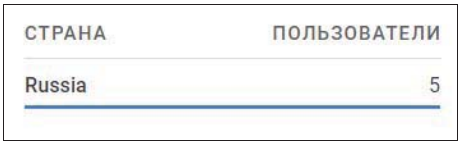


Рис. 10.19. Все пользователи сайта из России

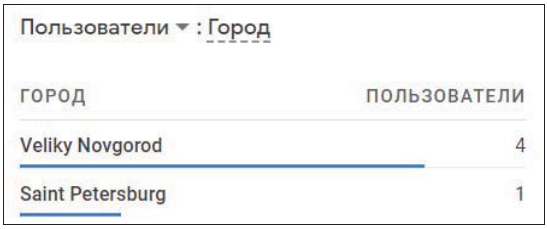


Рис. 10.20. Пользователи сайта пока только из двух городов

Затем выполните команду **Демография | Обзор | Города** (рис. 10.20) — здесь выводится информация о городах, в которых живут ваши пользователи.

А теперь перейдите на вкладку **Технология** (рис. 10.21) — вы узнаете, какими устройствами пользовались ваши посетители для посещения сайта.

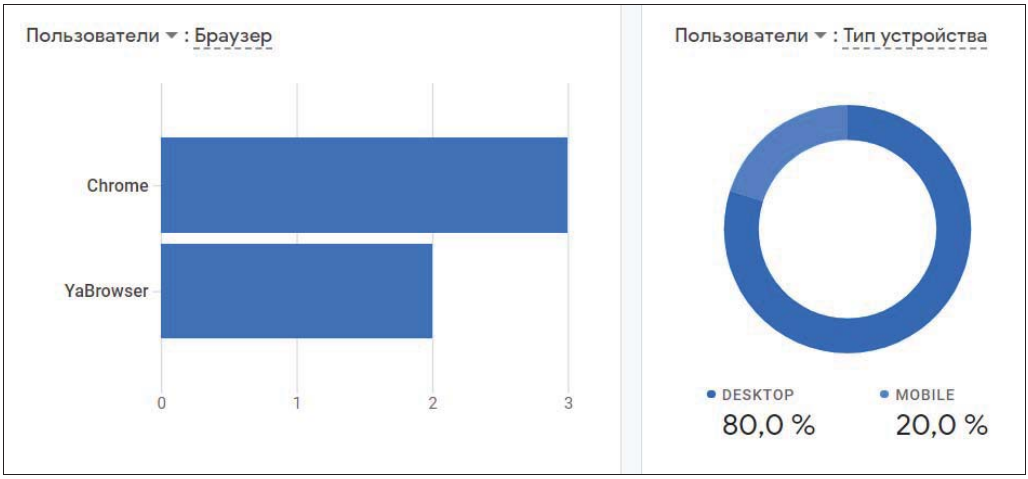


Рис. 10.21. Браузеры и устройства пользователей сайта

Анализ поведения пользователя на сайте в Google Аналитике

Выполните в Google Аналитике команду **Вовлечение | Обзор активности посетителей** (рис. 10.22). Здесь выводится график продолжительности взаимодействия пользователей с сайтом. Очевидно, что чем больше время, проведенное пользователем на сайте, тем лучше.

А на рис. 10.23 показана популярность страниц сайта по просмотрам — сколько раз ту или иную страницу сайта просматривали заинтересованные посетители.

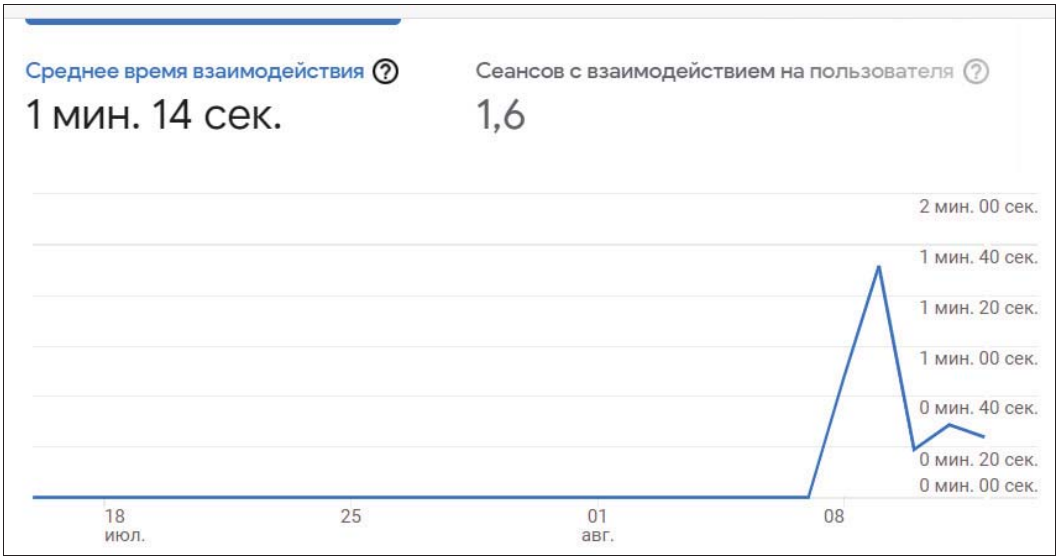


Рис. 10.22. Среднее время взаимодействия

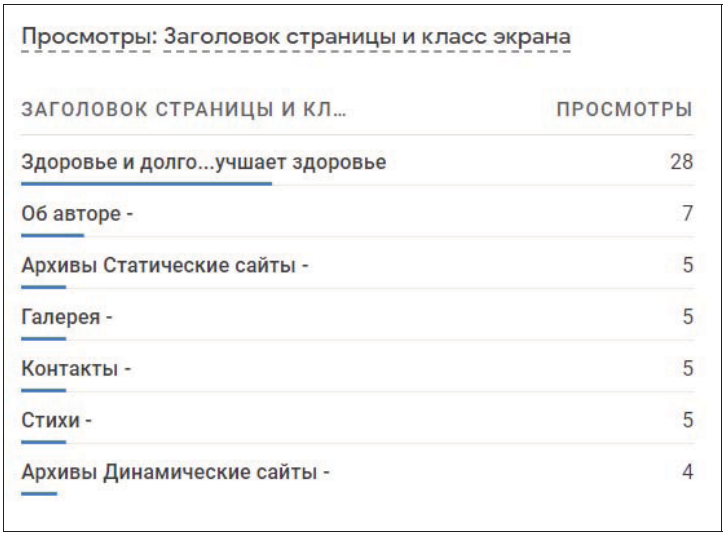


Рис. 10.23. Количество просмотров разных страниц на сайте

Проверка и оптимизация скорости загрузки сайта

К вопросам скорости загрузки сайта и ее оптимизации мы уже с той или иной степенью детализации обращались и в *главе 2*, и в *главе 9*. Но эти вопросы чрезвычайно важны для успешной работы сайта, поэтому давайте взглянем на них еще раз.

Итак, для проверки скорости своего сайта зайдите на сервис от Google **PageSpeed Insights** по адресу: **https://pagespeed.web.dev**, введите в предусмотренное для этого поле интернет-адрес (URL) какой-либо типичной для сайта страницы (не короткой, не длинной, с графикой и т. п) и нажмите на кнопку **Анализировать** (рис. 10.24). Результат анализа (рис. 10.25) показывает, что скорость загрузки этой страницы средняя — со скоростью 77 мы попадаем в диапазон средних скоростей 50–89.

Чтобы улучшить показатель скорости, сервис рекомендует оптимизировать сайт и предлагает для этого ряд конкретных мероприятий (рис. 10.26).

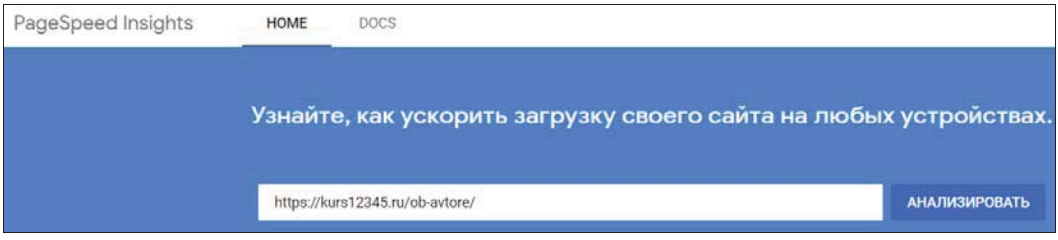


Рис. 10.24. Выполняем анализ типовой страницы сайта

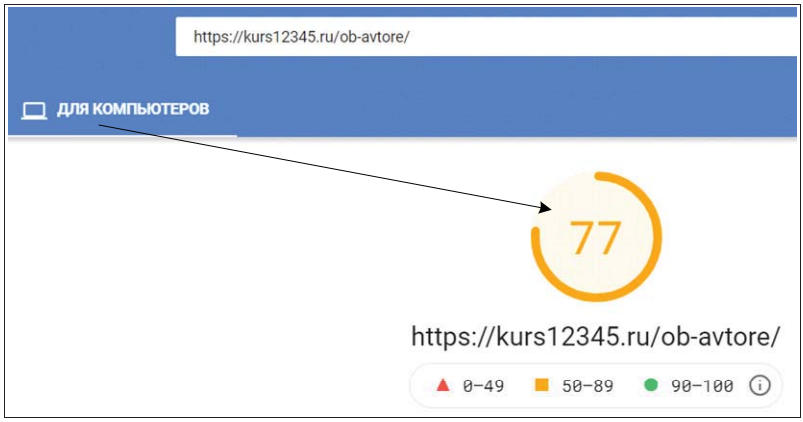


Рис. 10.25. Попадаем в средний диапазон скоростей

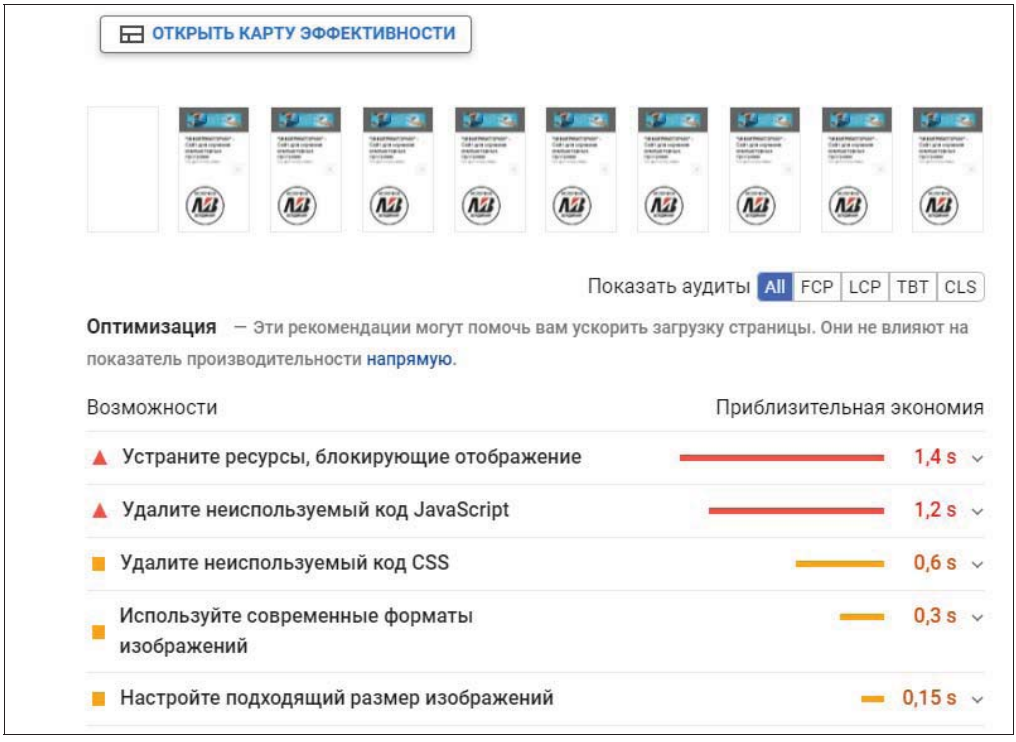


Рис. 10.26. Показаны возможности повышения скорости загрузки сайта

Ускорение загрузки сайта: плагин *WP-Optimize*

С помощью плагина WP-Optimize (рис. 10.27) можно производить оптимизацию базы данных сайта WP, т. е. удалять из его базы MySQL все лишнее. В результате скорость загрузки сайта, как на ПК, так и на мобильных устройствах должна возрасти.

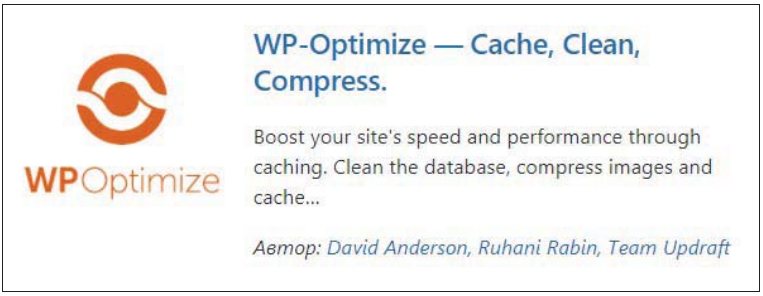


Рис. 10.27. Плагин **WP-Optimize**

Установив и активировав плагин, в административной панели выполните команду **WP-Optimize | Database**, перейдите на вкладку **Процессы оптимизации** и в разделе **Оптимизация** установите дополнительно два флажка, показанных стрелками на рис. 10.28. После чего у всех установленных на этой вкладке флажках поочередно нажмите на кнопку **Оптимизировать** и дождитесь результата (рис. 10.29).

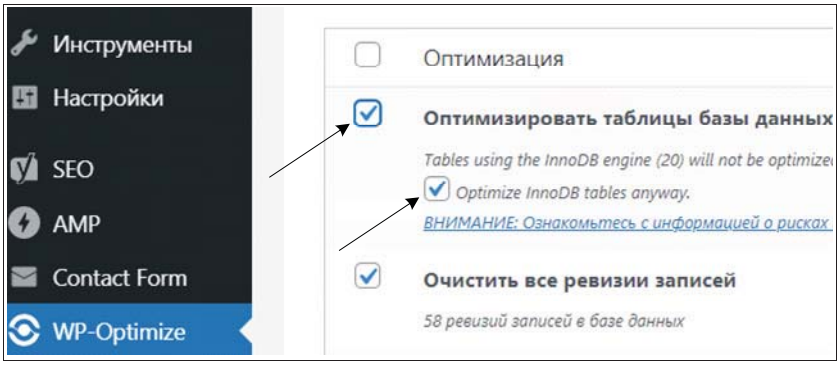


Рис. 10.28. Помимо установленных здесь флажков по умолчанию мы устанавливаем еще два

Затем перейдите на вкладку **Tables** (рис. 10.30), и если у какой-либо имеющейся там записи появится кнопка **Remove**, то эта запись лишняя и ее нужно удалить.

Теперь перейдите на вкладку **Настройки** и установите там дополнительные флажки, показанные стрелками на рис. 10.31, — этим мы включаем еженедельный планировщик очистки сайта и его оптимизацию.

Настроив указанные три вкладки, нажмите на кнопку **Сохранить настройки**.

Однако на этом настройка плагина не заканчивается: выполните команду **WP-Optimize | Cache**, активируйте выключатель **Enable page caching** (рис. 10.32) и нажмите на кнопку **Save changes**.

Затем выполните команду **WP-Optimize | Minify** и активируйте выключатель **Enable Minify** (рис. 10.33). Здесь же, в разделе **Minify**, активируйте на вкладке **Шрифты** два переключателя, показанные стрелками на рис. 10.34, и нажмите на кнопку **Сохранить настройки**.

Выполнив все указанные настройки плагина **WP-Optimize**, вернитесь в *разд. «Проверка и оптимизация скорости загрузки сайта»* и посмотрите, как изменилась скорость

загрузки проверяемой там страницы. И действительно, если до оптимизации сайта скорость для ПК держалась на уровне **77** (см. рис. 10.25), то после установки и настройки плагина она выросла до **91** (рис. 10.35).

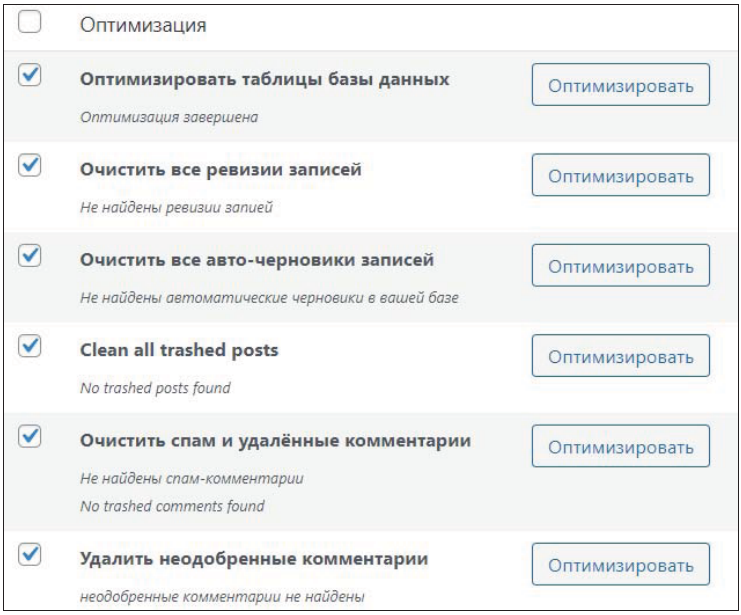


Рис. 10.29. Нажимаем все эти кнопки **Оптимизировать**

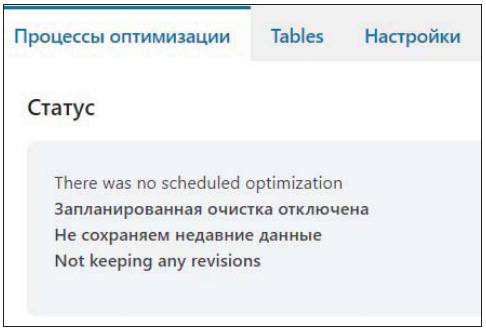


Рис. 10.30. Вкладка **Tables**

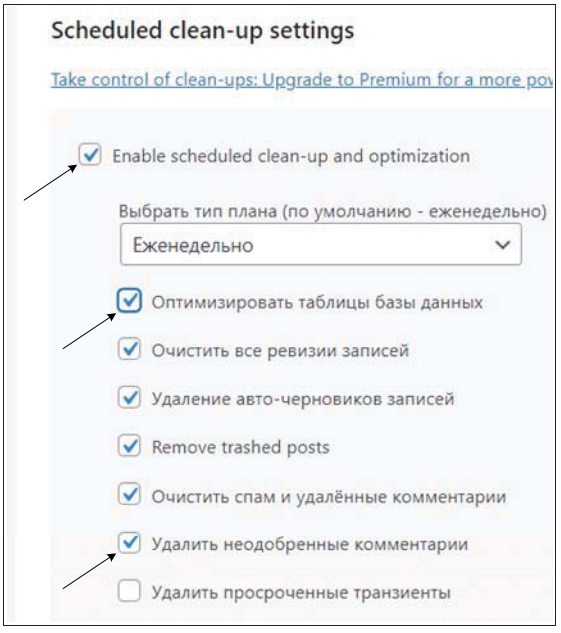


Рис. 10.31. Установите флажки, показанные здесь стрелками



Рис. 10.32. Активируем выключатель **Enable page caching**

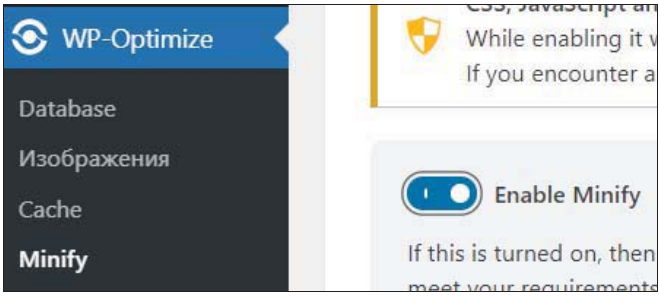


Рис. 10.33. Активируем выключатель **Enable Minify**

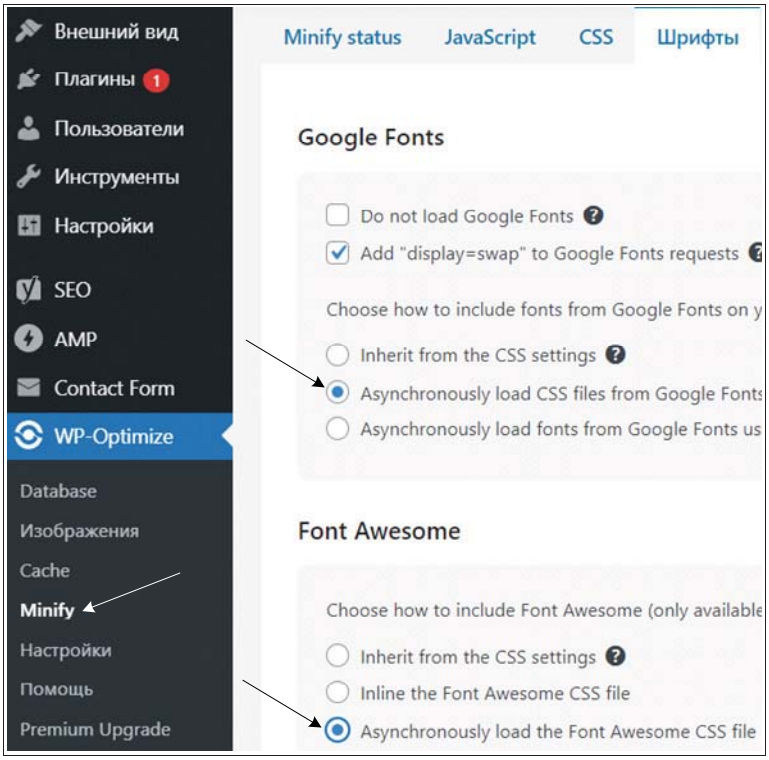


Рис. 10.34. Активируем два переключателя, указанные здесь стрелками

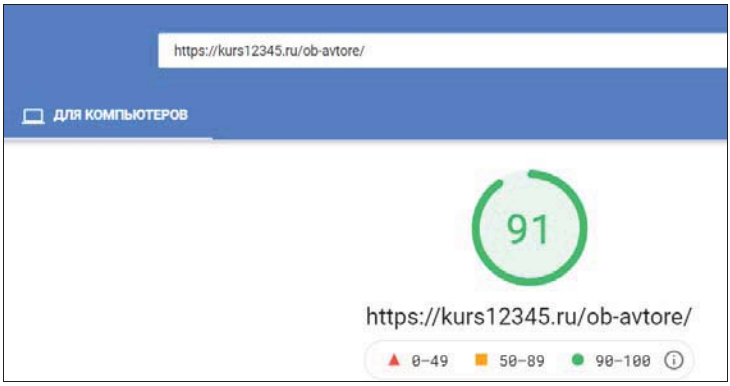


Рис. 10.35. Скорость загрузки страницы существенно выросла

Оптимизация графики: плагин *WebP Express*

Скорость загрузки — один из важнейших параметров хорошего сайта. Графический формат WebP использует эффективное сжатие, поэтому картинки в этом формате загружаются быстрее и потребляют меньше трафика, чем изображения в форматах PNG и JPEG. Плагин **WebP Express** (рис. 10.36) преобразует графику сайта в формат WebP, что позволяет уменьшить «вес» изображений на сайте до 30% без потери их качества.



Рис. 10.36. Плагин **WebP Express**

Установив и активировав плагин, перейдите в консоль, выполните команду **Настройки | WebP Express** и произведите настройки плагина, показанные на рис. 10.37 и 10.38.

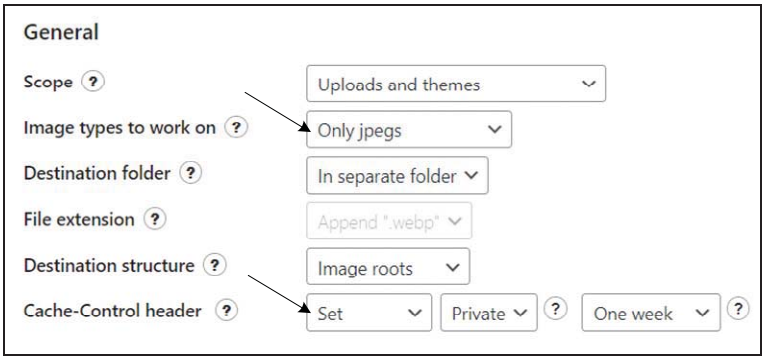


Рис. 10.37. Выбираем опции **Only jpegs** (настройка для старых браузеров) и **Set**

Теперь нажмите на кнопку **Bulk Convert** (рис. 10.39), а затем — в открывшейся панели — на кнопку **Start Conversion** (рис. 10.40), и плагин приступит к конвертации найденных графических файлов (рис. 10.41).



Рис. 10.38. Устанавливаем флажок **Alter HTML?**



Рис. 10.39. Нажмите на кнопку **Bulk Convert**

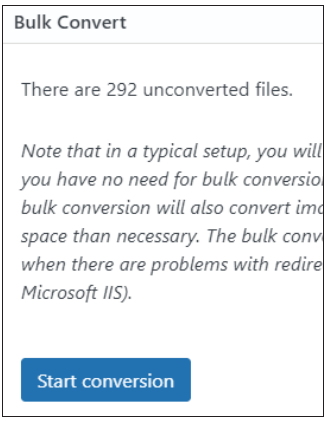


Рис. 10.40. Запускаем конвертацию

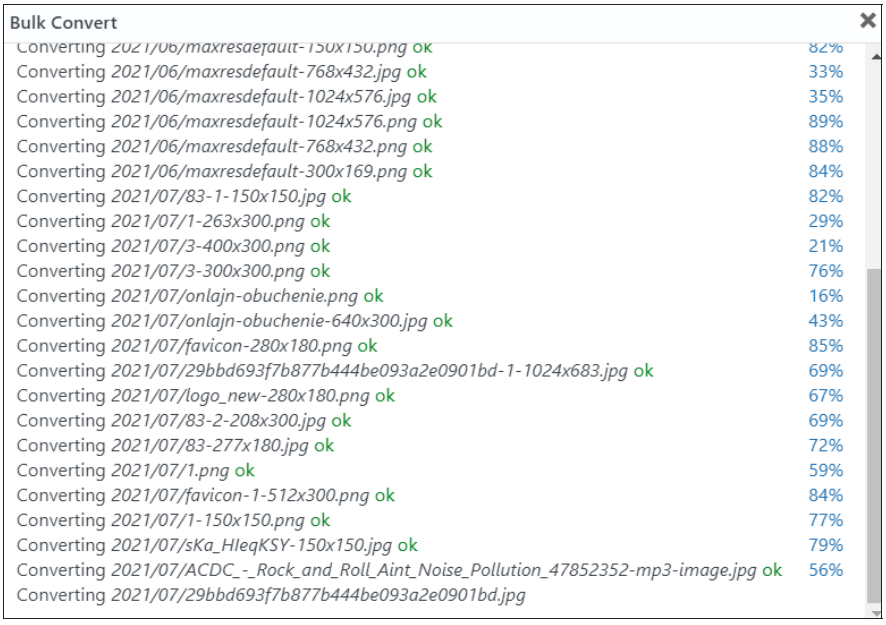


Рис. 10.41. Идет преобразование графических форматов в формат WebP

По завершении процесса нажмите на кнопку **Save settings and force new .htaccess rules** (рис. 10.42) и проверьте результат — при сохранении любой картинки с сайта это должен быть формат WebP (рис. 10.43).

Проанализируем, как изменилась скорость работы сайта, снова вернувшись в *разд. «Проверка и оптимизация скорости загрузки сайта»* этой главы. На рис. 10.44 показано, что

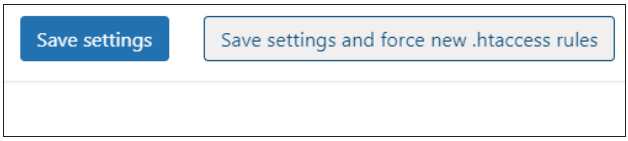


Рис. 10.42. Нажимаем на кнопку **Save settings and force new .htaccess rules**

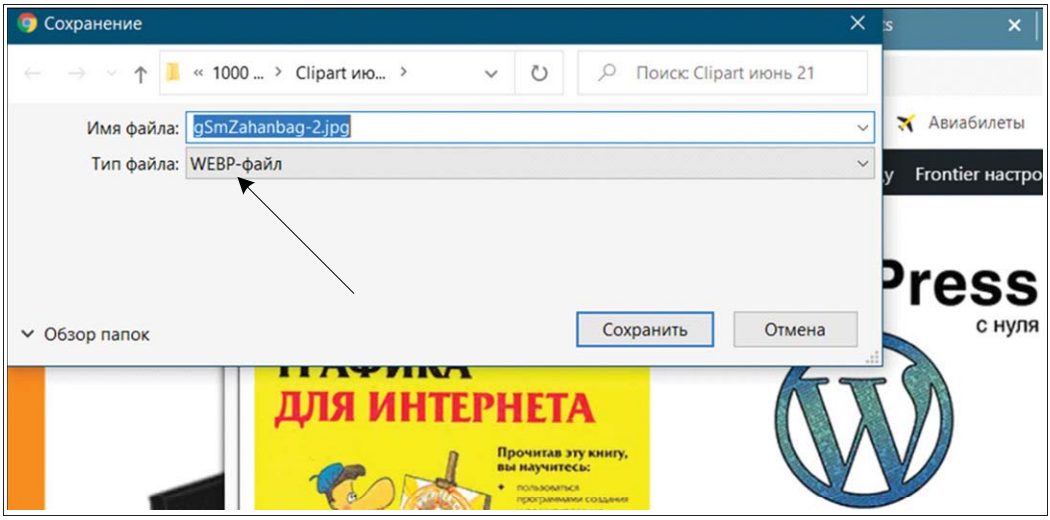


Рис. 10.43. Картинки на сайте преобразованы в формат WebP



Рис. 10.44. До конвертации графических форматов скорость была **91**

она увеличилась до 95 единиц. Напомним, что предыдущая проверка, проведенная до конвертации графических форматов (см. рис. 10.35), показывала только **91**.

Адаптивность сайта

К вопросу адаптивности сайта — оптимизации его для работы на мобильных устройствах — мы уже с той или иной степенью детализации обращались и в *главе 2*, и в *гла-*

ве 9. Но этот вопрос чрезвычайно важен для успешной работы сайта, поэтому давайте взглянем на него еще раз.

Как уже отмечалось ранее, проверка сайта на адаптивность производится на сервисе **https://search.google.com/test/mobile-friendly** (рис. 10.45), и если она показывает неудовлетворительный результат (рис. 10.46), то решить проблему поможет следующий прием — зайдите на хостинге в файловый менеджер, откройте файл robots.txt (рис. 10.47), найдите в нем строку:

```
Disallow: /wp-content/cache
```

и поменяйте ее на:

```
Allow: /wp-content/cache
```

Завершите правку нажатием на кнопку **Сохранить**.

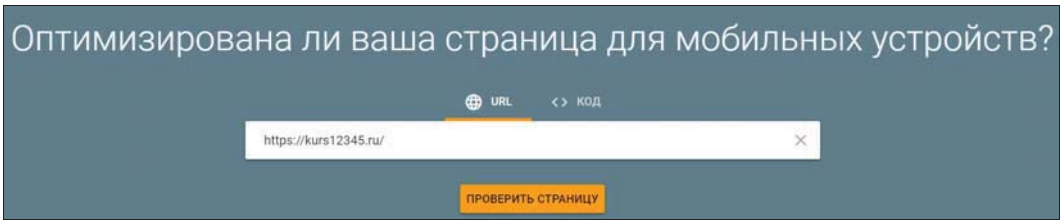


Рис. 10.45. Проверка оптимизации сайта для мобильных устройств

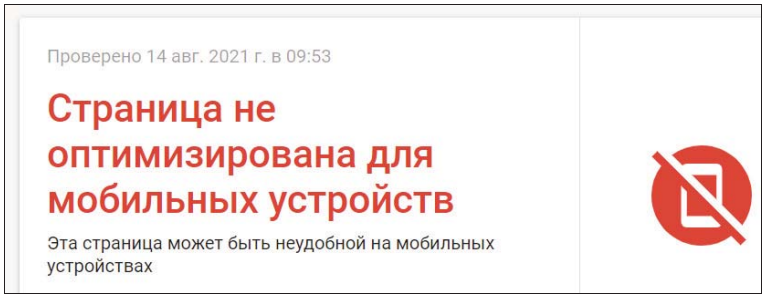


Рис. 10.46. Сайт не оптимизирован

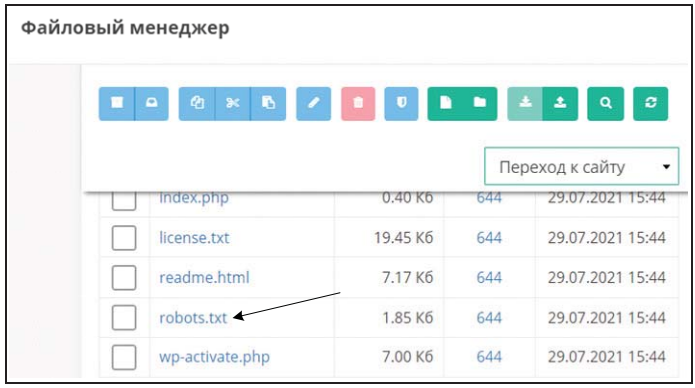


Рис. 10.47. Текстовый файл robots.txt находится в папке public_html

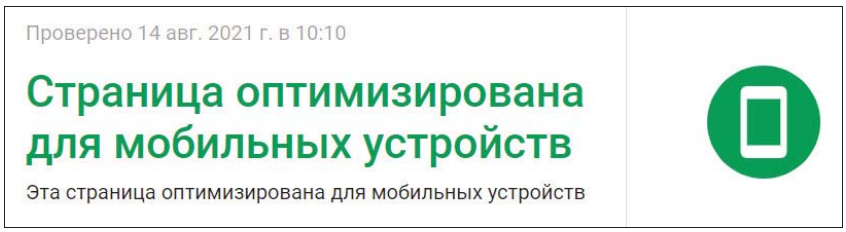


Рис. 10.48. Теперь адаптивность восстановлена

Теперь снова зайдите на сервис проверки адаптивности **https://search.google.com/test/mobile-friendly** — адаптивность восстановлена (рис. 10.48).

Анализ сайта по сервису *be1.ru*

Сервис **Be1.ru** позволяет проверить сайт на состояние важных для SEO показателей, от которых напрямую зависят позиции ресурса в выдаче поисковых систем (рис. 10.49). Сервис также найдет технические ошибки в оптимизации сайта.

Для проверки сайта на этом сервисе зайдите на **https://be1.ru/** и введите его адрес в имеющееся там поле (рис. 10.50). Выборочные результаты анализа сайта приведены на рис. 10.51–10.54.

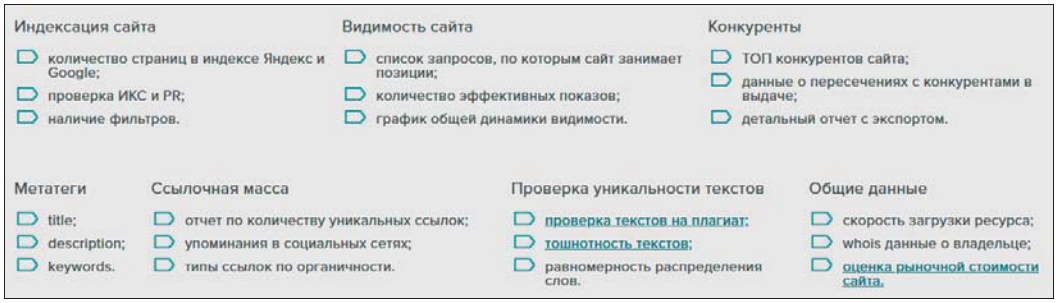


Рис. 10.49. Параметры анализа сайта на сервисе **Be1.ru**

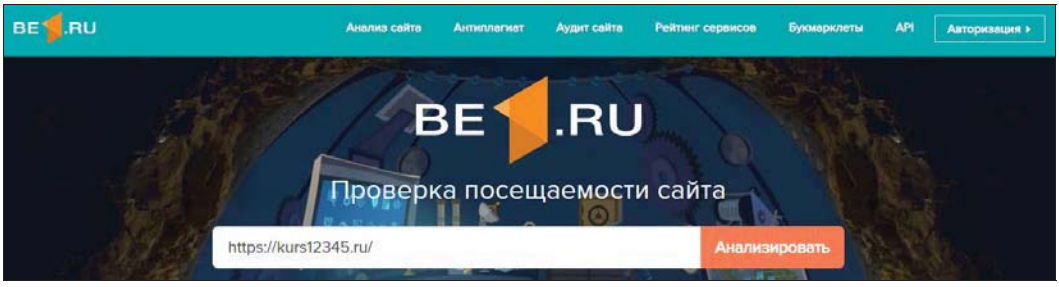


Рис. 10.50. Анализируем сайт **kurs12345.ru**

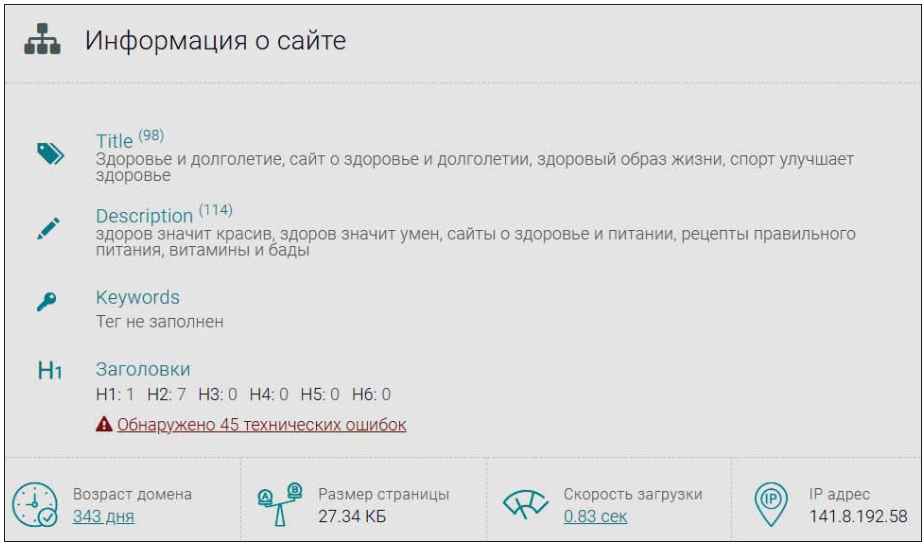


Рис. 10.51. Как видим, сайт имеет и SEO-заголовок (**Title**), и метаописание (**Description**)

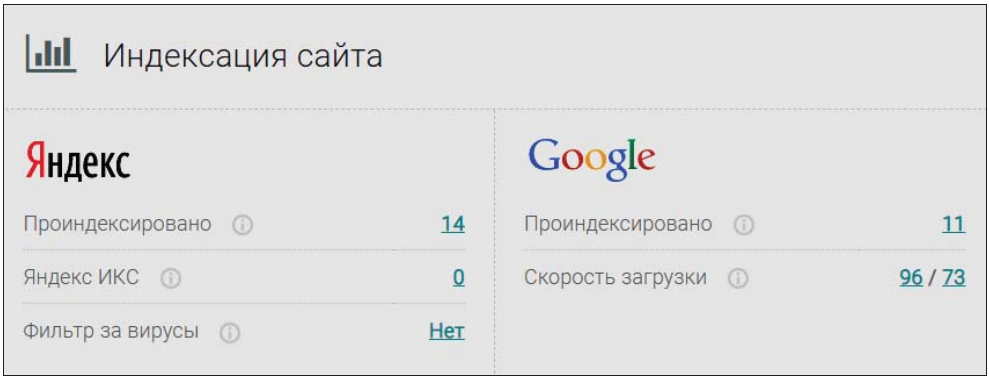


Рис. 10.52. Сайт проиндексирован как на Яндекс, так и на Google



Рис. 10.53. В поиске на Google сайт встанет в 29-ю строчку по ключевой фразе **Обучение сайтостроению**

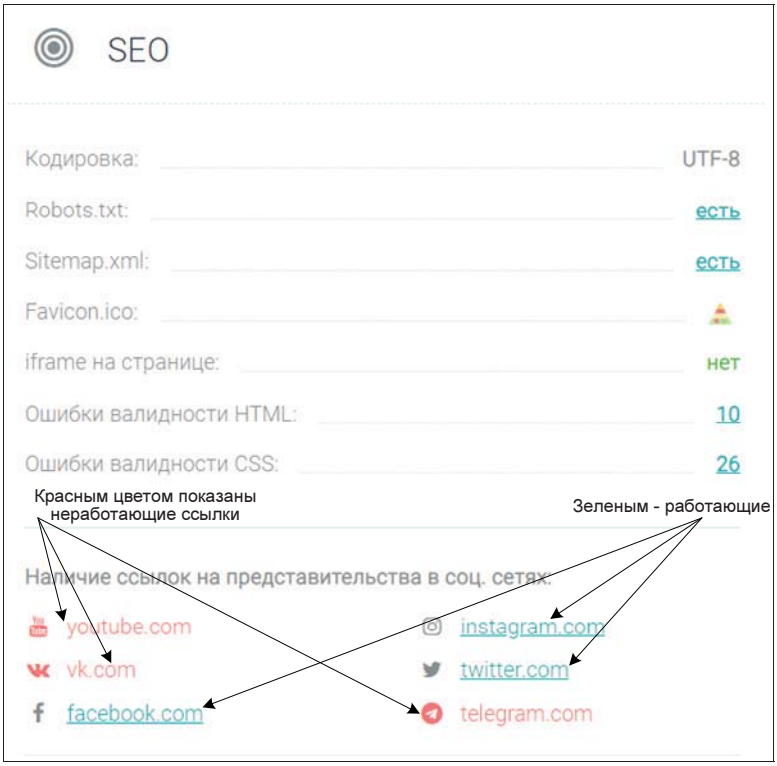


Рис. 10.54. Прочие показатели SEO

ГЛАВА 11



Создание рассылок и подписок

Рассылка — мощный инструмент интернет-маркетинга, который позволит вам создать свою аудиторию (клиентскую базу), а затем работать с ней. С помощью рассылки вы сможете оповещать пользователей о размещении на сайте новых материалов, публиковать рекламу или сообщать о новостях. Рассылка даст вам возможность отправлять письма сразу большому количеству пользователей.

Создание на хостинге доменной почты

Доменная почта нужна для производства email-рассылок. Это требование почтовых сервисов: нельзя вести массовые рассылки с бесплатных ящиков типа Яндекс и Mail. Поэтому при попытке создания рассылки вы можете получить такое предупреждение: **Мы не рекомендуем использовать в качестве отправителя email адреса бесплатных почтовых сервисов (Mail.ru, Yandex, Gmail, Yahoo и др.)**. **Ваши рассылки могут быть отклонены email-серверами получателей**.

> ***Новый термин***
>
> *Доменная почта* — почта, созданная на хостинге (там же, где и размещен ваш сайт) и включающая в себя название вашего сайта. Например: **info@kurs12345.ru**.

Для создания доменной почты на своем хостинге перейдите в раздел **Управление сайтами** и в области **Электронная почта** нажмите на кнопку **Подключить услугу** (рис. 11.1). Попутно заметим, что в дорогих тарифах почта чаще всего дается бесплатно.

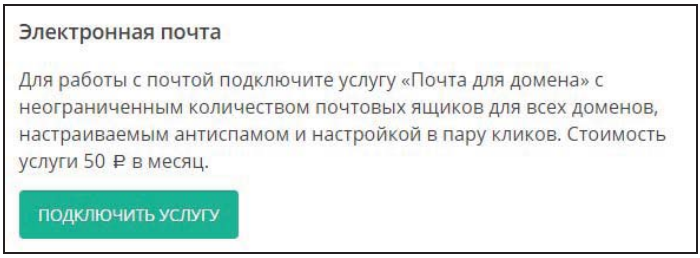


Рис. 11.1. Кнопка **Подключить услугу**

Подключив услугу **Электронная почта**, в открывшейся панели **Электронная почта** (рис. 11.2) перейдите по ссылке **Почтовые ящики**, нажмите в открывшемся окне (рис. 11.3) на кнопку **Новый почтовый ящик**, заполните в следуюшем окне (рис. 11.4) реквизиты создаваемого ящика, после чего нажмите там на кнопку **Создать почтовый ящик** и на кнопку **OK** в окне полученного сообщения **Почтовый ящик успешно создан** (рис. 11.5). В следуюшем открывшемся окне (рис. 11.6) почтовую квоту и пароль можно изменить.

Новый термин

Почтовая квота — это дисковое пространство на сервере, выделяемое под вашу почту. При желании ограничить дисковое пространство, используемое для хранения почты создаваемого ящика, установите размер квоты — например: 10 Гб.



Рис. 11.2. Переходим по ссылке **Почтовые ящики**

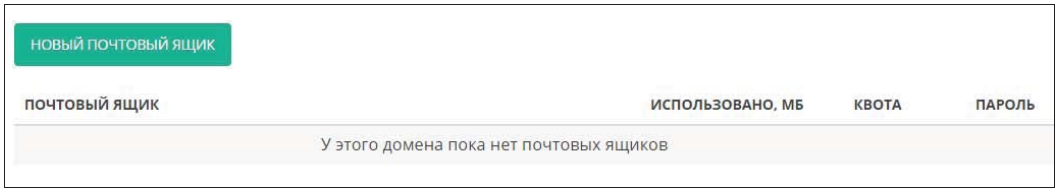


Рис. 11.3. Создаем **Новый почтовый ящик**

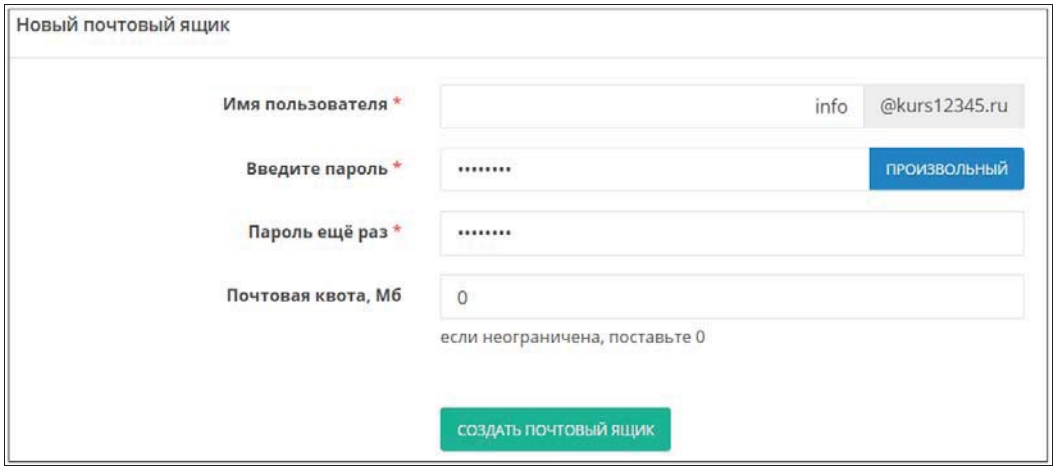


Рис. 11.4. Окно **Новый почтовый ящик**

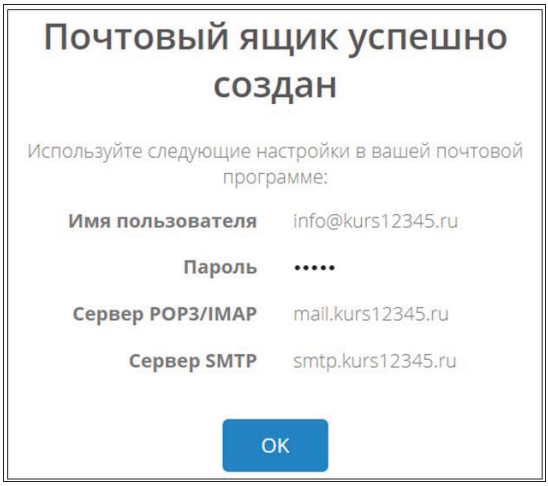


Рис. 11.5. Сообщение об успешном создании почтового ящика

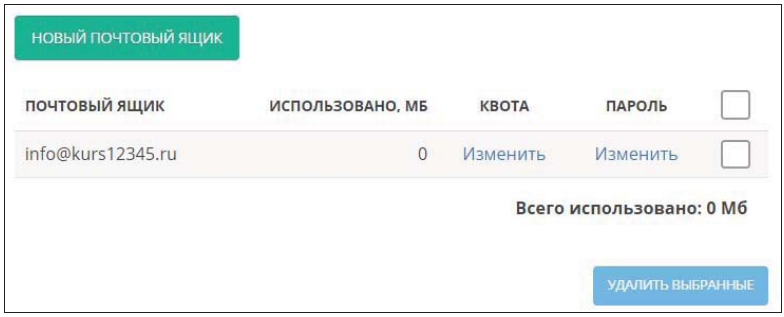


Рис. 11.6. На этом шаге квоту и пароль можно изменить

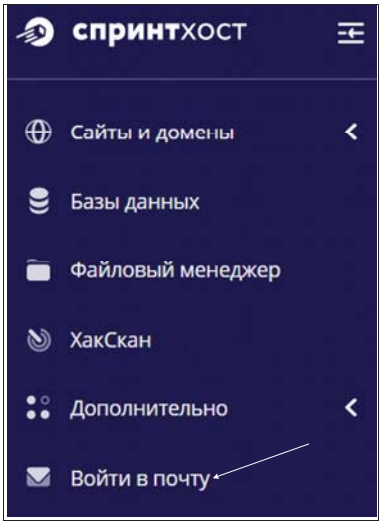


Рис. 11.7. Перейдите по ссылке **Войти в почту**

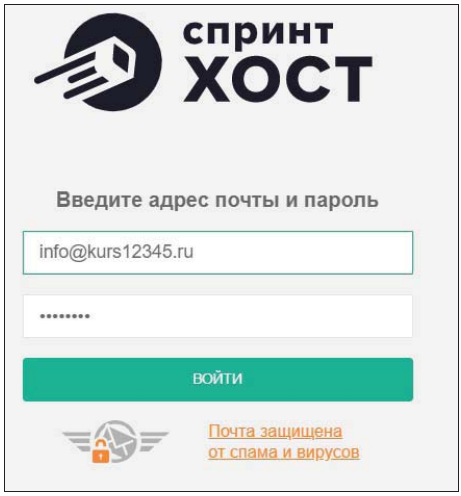


Рис. 11.8. Проходим идентификацию

Теперь зайдите в свой хостинг, перейдите по ссылке **Войти в почту** (рис. 11.7) и войдите в свою доменную почту, введя в соответствующие поля открывшегося окна (рис. 11.8) адрес электронной почты (имя пользователя) и пароль и нажав на кнопку **Войти**.

Работу созданной нами почты следует проверить, для чего давайте напишем и отправим письмо (рис. 11.9). Если на стороне получателя письмо окажется в спаме, то его следует пометить как **Не спам** (рис. 11.10).

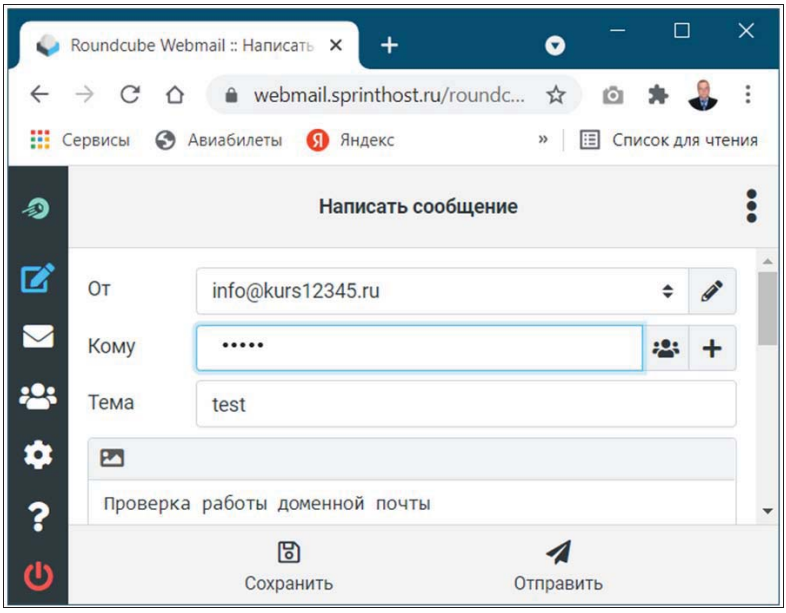


Рис. 11.9. Отправляем письмо

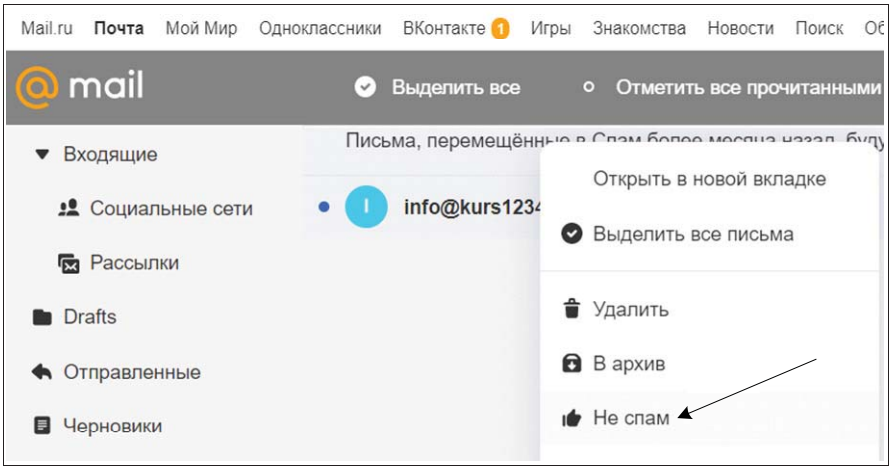


Рис. 11.10. Отменяем отправку писем доменной почты в спам

Работа с сервисом SendPulse

Для рассылок мы воспользуемся сервисом SendPulse (рис. 11.11). Этот русскоязычный сервис позволит вам работать с email, SMS, Push и прочими видами рассылок. Вы можете выбрать для себя другой сервис, но помните — на сайте сервис email-рассылок должен быть лишь один.

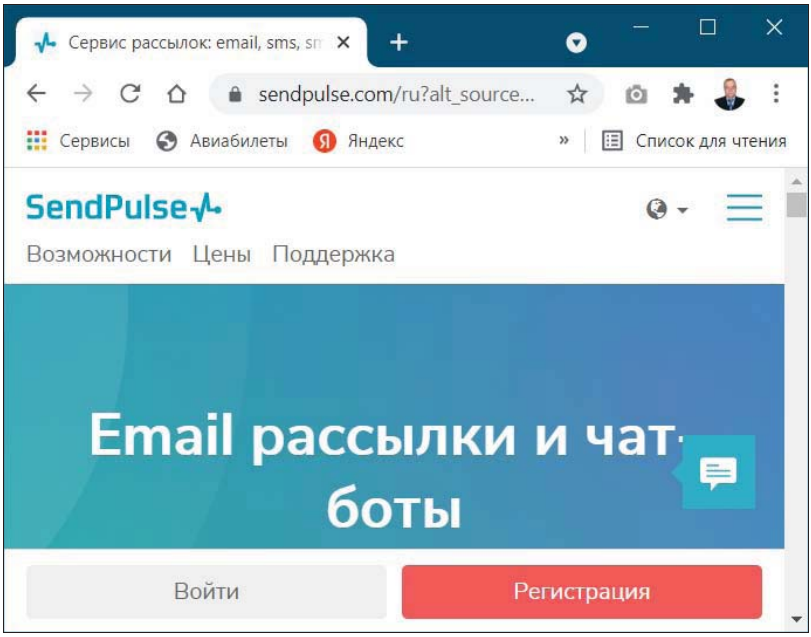


Рис. 11.11. Главное окно сервиса SendPulse

Регистрация в сервисе SendPulse

Перейдите по адресу **https://sendpulse.com/ru,** нажмите на кнопку **Регистрация** (см. рис. 11.11), заполните в открывшемся окне (рис. 11.12) регистрационные данные (потребуются адрес вашей доменной почты, телефон и пароль) и нажмите на кнопку **Регистрация**.

Мы выбираем бесплатный тариф — его условия показаны на рис. 11.13.

Создание формы подписки на рассылку

Создадим на сервисе SendPulse форму для сбора подписной базы данных, для чего выполните команду **Формы подписки | Создать форму подписки** и выберите вариант **Встроенная форма** (рис. 11.14).

Затем создайте адресную книгу — активируйте в окне **Новая форма подписки** (рис. 11.15) флажок **Моя первая адресная книга**, нажмите на кнопку **В редактор** и отредактируйте нашу форму, нажав в окне, показанном на рис. 11.16, на кнопку **Опции формы** (рис. 11.17) и добавив в стандартную форму подписки из меню, расположенного в окне

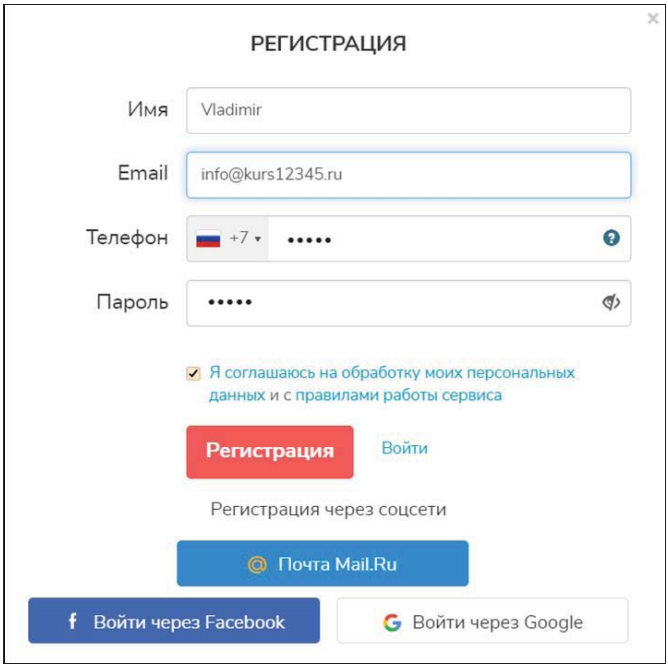


Рис. 11.12. Окно регистрации сервиса SendPulse

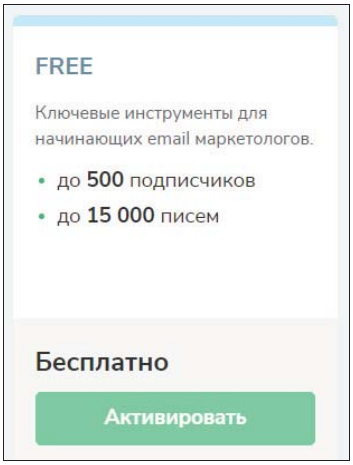


Рис. 11.13. При исчерпании этого лимита вам потребуется перейти на платный тариф

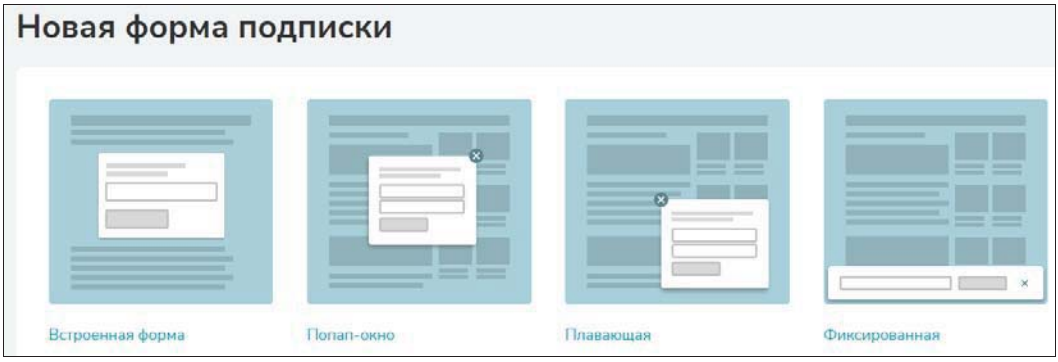


Рис. 11.14. Выбираем форму подписки **Встроенная форма**

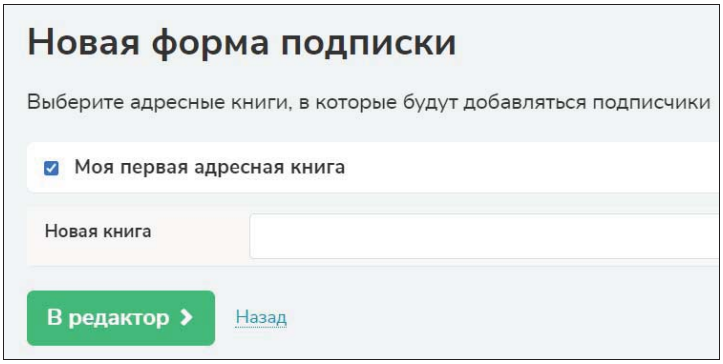


Рис. 11.15. Выбираем книгу **Моя первая адресная книга**

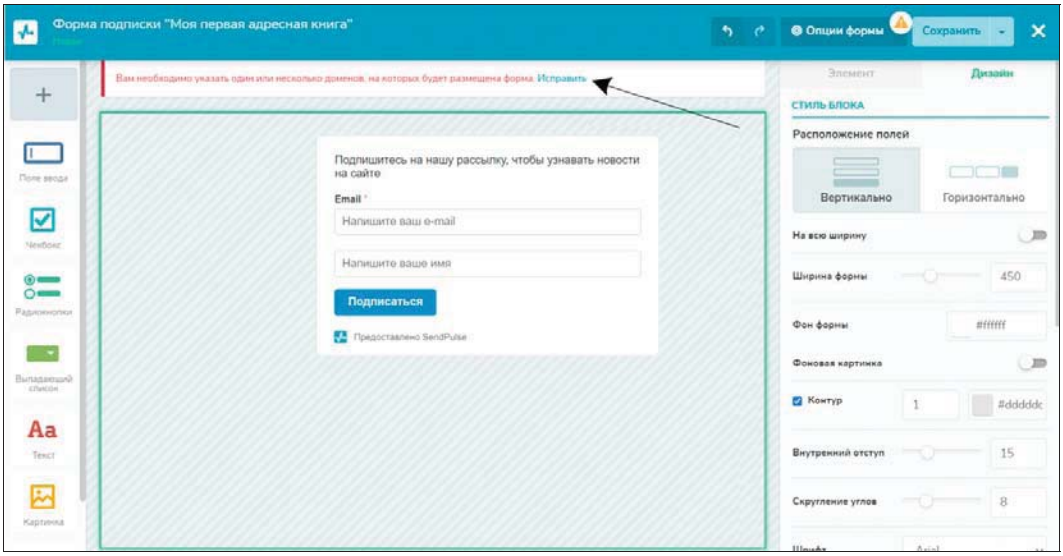


Рис. 11.16. Редактирование встроенной формы

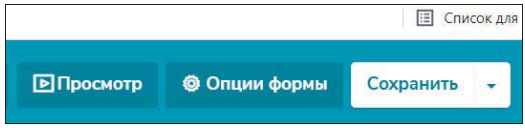


Рис. 11.17. Кнопка **Опции формы**

слева, поля ввода **Напишите ваш e-mail** и **Напишите ваше имя**, сделав эти поля обязательными.

Кроме того, нажмите в окне, показанном на рис. 11.16, на кнопку **Исправить** и укажите домен, на котором будет размещена эта форма, а в окне, показанном на рис. 11.18, переведите выключатель **Соответствует GDPR** во включенное положение и нажмите на кнопку **Применить изменения**.

> ***Пояснение***
>
> **GDPR** (*англ.* General Data Protection Regulation) — Общий регламент защиты персональных данных.

Продолжим редактирование формы (рис. 11.19), добавив в нее гиперссылку на вашу формулировку регламента защиты персональных данных. Для этого на своем сайте найдите эту формулировку (рис. 11.20) и скопируйте в буфер обмена адрес страницы, ее содержащей. А в созданной нами форме выделите нужный блок (появится зеленая рамка) и в поле справа вставьте скопированную ссылку (рис. 11.21).

Для нашего сайта **https://kurs12345.ru** полный текст гиперссылки может быть таким:

```
Подписываясь на рассылку, вы соглашаетесь с Правилами обработки персональных данных
<a href="https://kurs12345.ru/soglashenie-ob-obrabotke-personalnyh-dannyh/
?preview_id=481&preview_nonce=ab3a32f6f9&preview=true" target="_blank">
```

Русский текст для флажка о формулировке следует изменить, как показано на рис. 11.22.

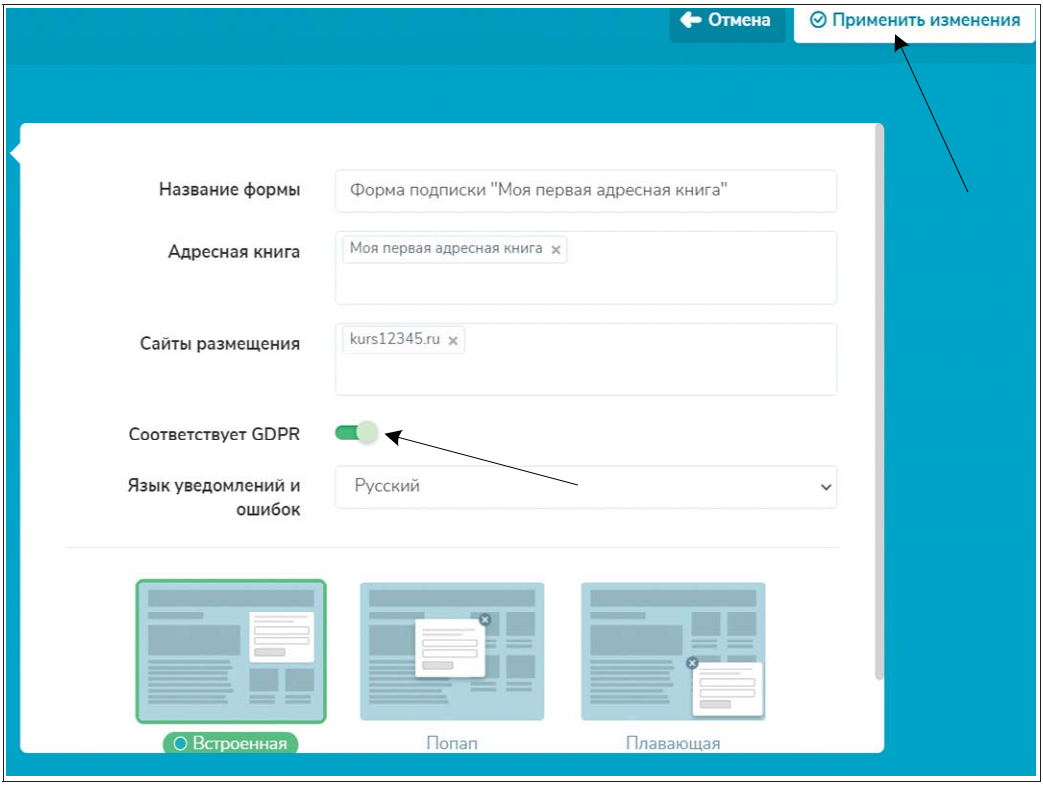


Рис. 11.18. В этом окне включаем **GDPR**

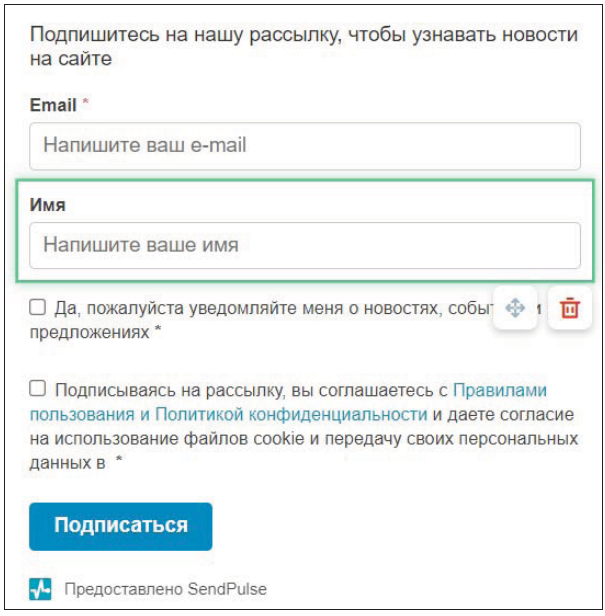


Рис. 11.19. Добавим в форму ссылку
на вашу формулировку регламента защиты персональных данных

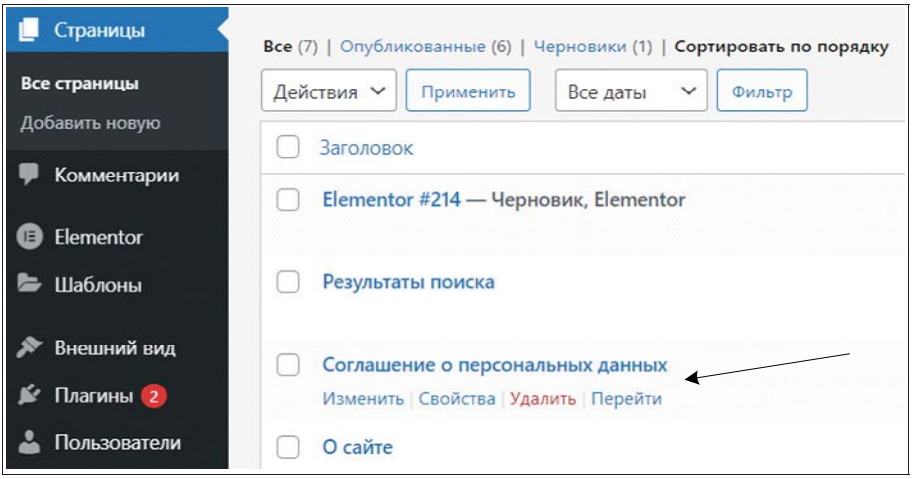


Рис. 11.20. Наше соглашение о персональных данных имеет адрес **https://kurs12345.ru/wp-admin/post.php?post=107&action=edit**

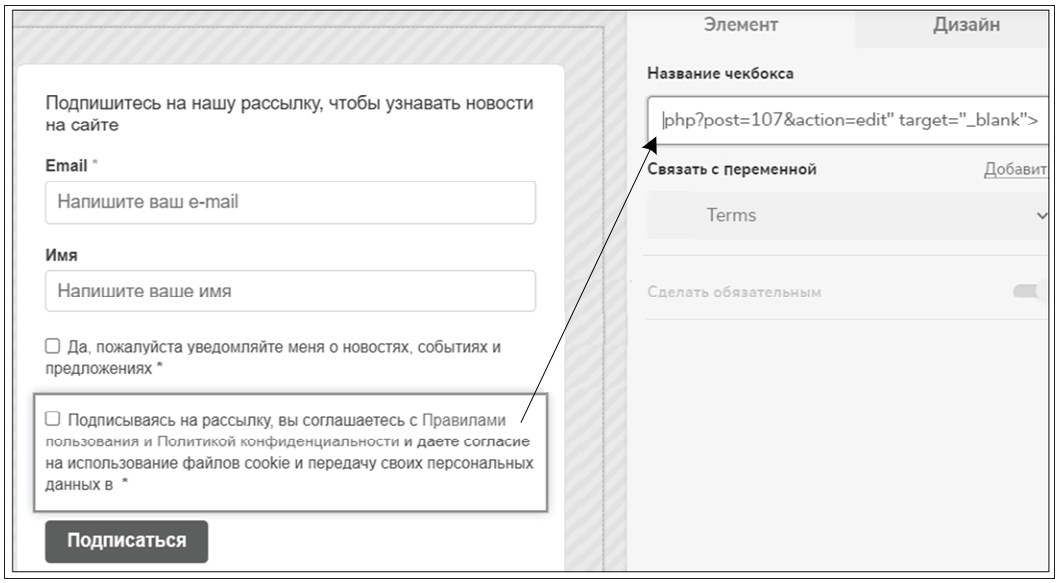


Рис. 11.21. Вставляем ссылку на страницу в нашем сайте

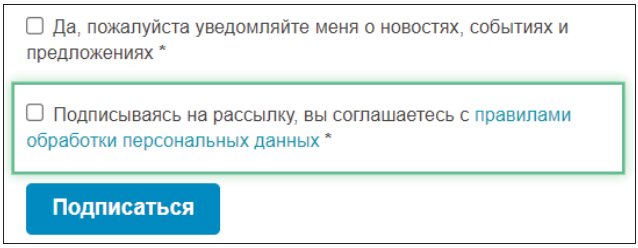


Рис. 11.22. Текст к флажку отредактирован



Соглашение о персональных данных

Оставляя комментарий на сайте или отправляя сообщение через формы обратной связи, пользователь автоматически соглашается с описанными ниже условиями:

- Персональные данные пользователя обрабатываются в соответствии с ФЗ «О персональных данных» № 152-ФЗ.
- При оставлении комментария или отправке сообщения через форму обратной связи, пользователь предоставляет свои имя и электронную почту.
- Предоставляя свои персональные данные, пользователь соглашается на их обработку сайтом в целях получения ответа на комментарий или сообщение через форму обратной связи.
- По запросу пользователя, его персональные данные могут быть удалены сайтом. Персональные данные пользователя не станут доступны третьим лицам.

Рис. 11.23. Наш вариант соглашения о персональных данных

Теперь, нажав на созданную гиперссылку, вы попадете на нашу страницу с соглашением о персональных данных (рис. 11.23).

Ссылку на подготовленную форму для email-подписки следует разместить на нашем сайте. Для этого в окне создания формы подписки нажмите на кнопку **Копировать код** (рис. 11.24), выполните в консоли WP команду **Внешний вид | Виджеты | блок HTML**

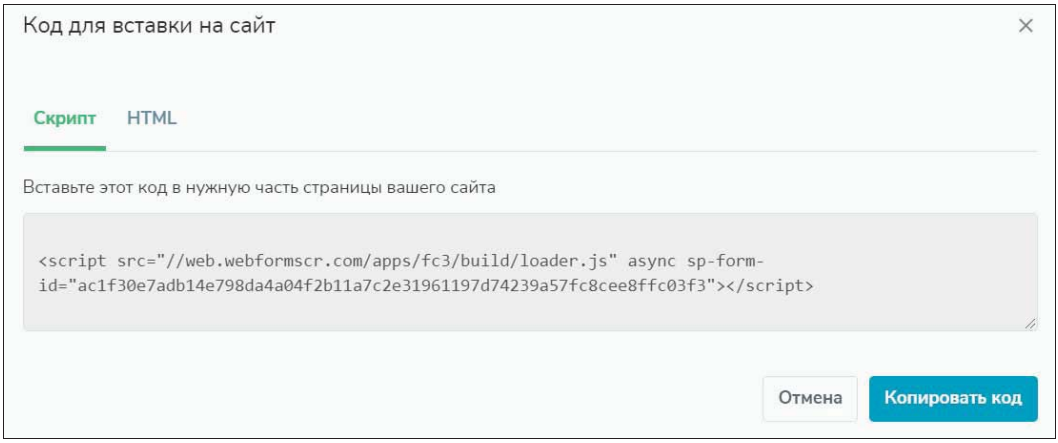


Рис. 11.24. Код для вставки на сайт

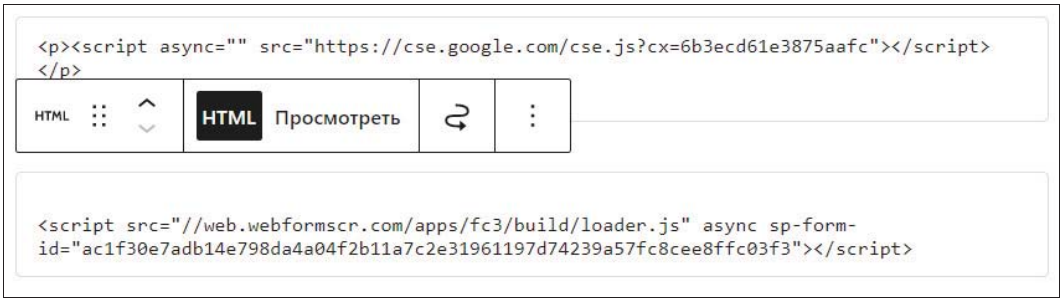


Рис. 11.25. Код для вставки на сайт вставляем в блок **HTML**

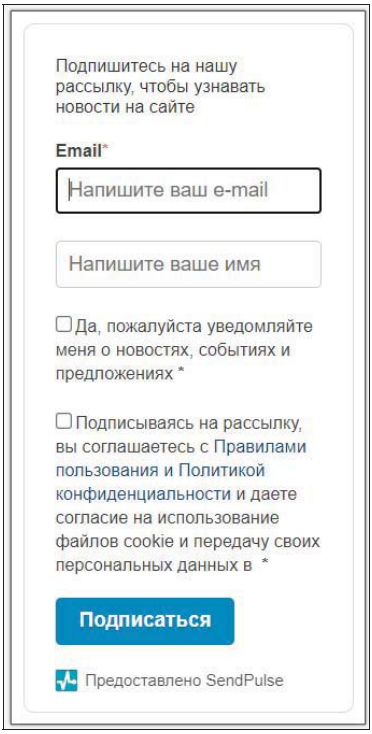


Рис. 11.26. Форма для email-подписки вставлена нами в сайт

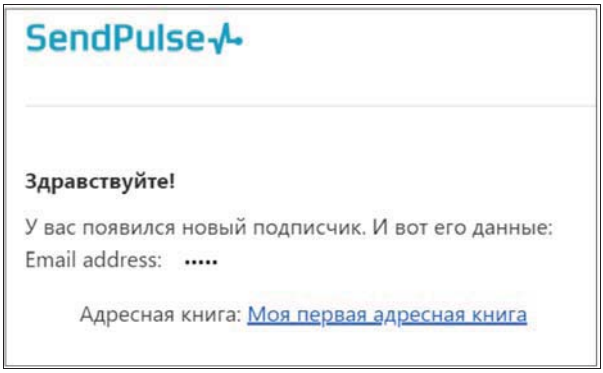


Рис. 11.27. Наша адресная книга стала заполняться

и вставьте скопированный код в правый сайдбар (рис. 11.25). В результате описанных действий форма для email-подписки будет вставлена в наш сайт (рис. 11.26).

Для проверки работы формы пробуем подписаться — и получим на свою почту такое письмо (рис. 11.27). А в адресной книге на SendPulse мы можем увидеть информацию о первых подписчиках (рис. 11.28).

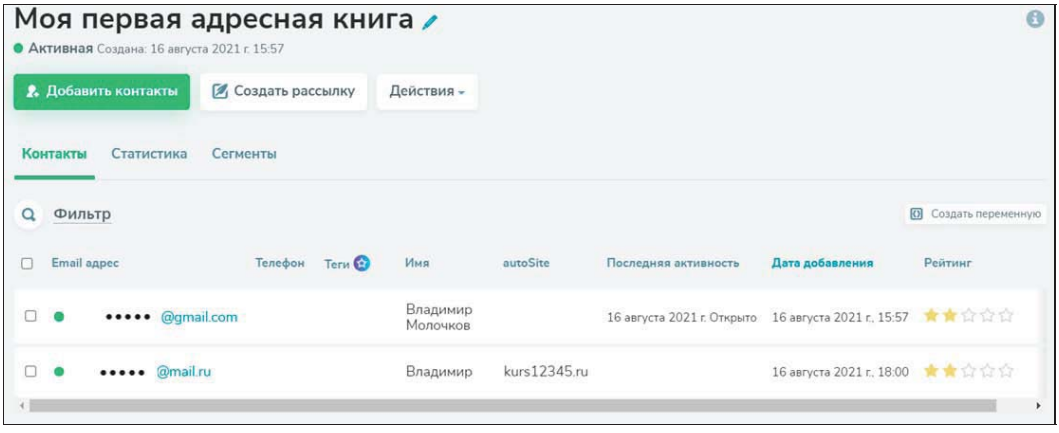


Рис. 11.28. Получаем первых email-подписчиков

Создание рассылки писем

Создадим на сервисе SendPulse рассылку писем, для чего зайдите в свой аккаунт и выполните команду **Создать рассылку | Email Рассылка**. В открывшемся окне **Новая email рассылка** (рис. 11.29) задайте настройки параметров рассылки и, в частности, переменную **Имя** — чтобы тема сообщения приходила авторизованно (с именем получателя, взятым из адресной книги).

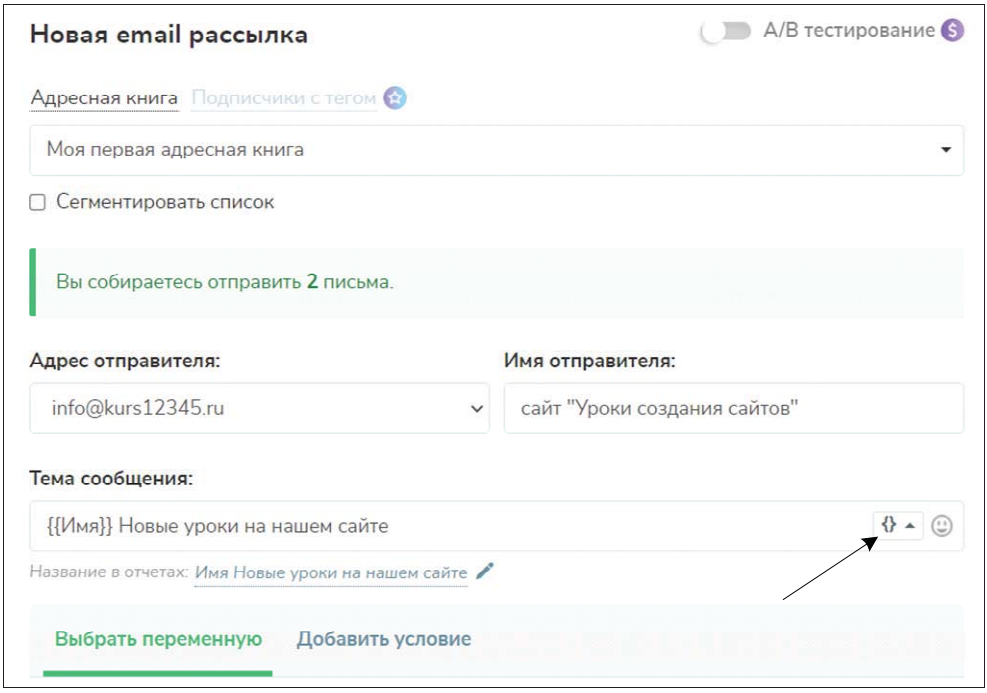


Рис. 11.29. Стрелкой показана кнопка для выбора переменной **Имя**

Нажмите затем на кнопку **Далее**, и вы попадете в конструктор шаблонов (рис. 11.30), где следует выбрать вариант **Базовый** и на следующем шаге (рис. 11.31) из расположенного справа меню загрузить в качестве картинки логотип нашего сайта. Напишите

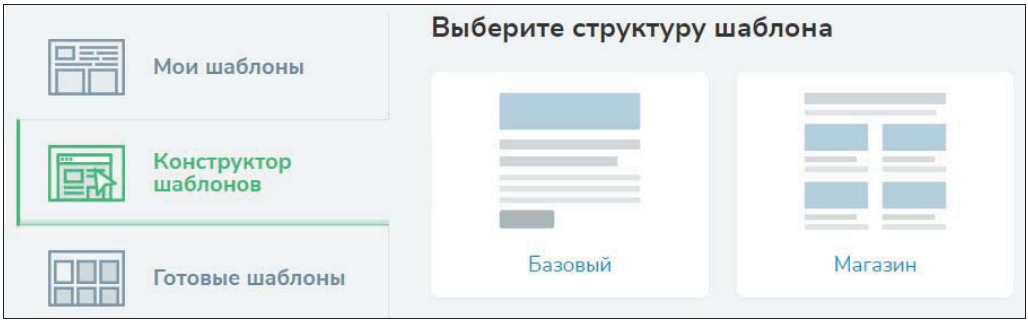


Рис. 11.30. Выберите структуру шаблона **Базовый**

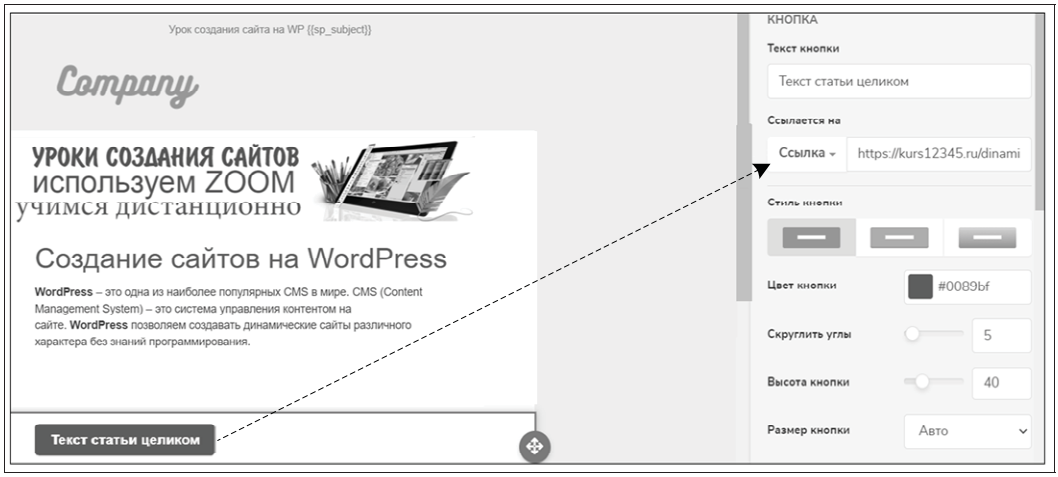


Рис. 11.31. Рассылка почти готова

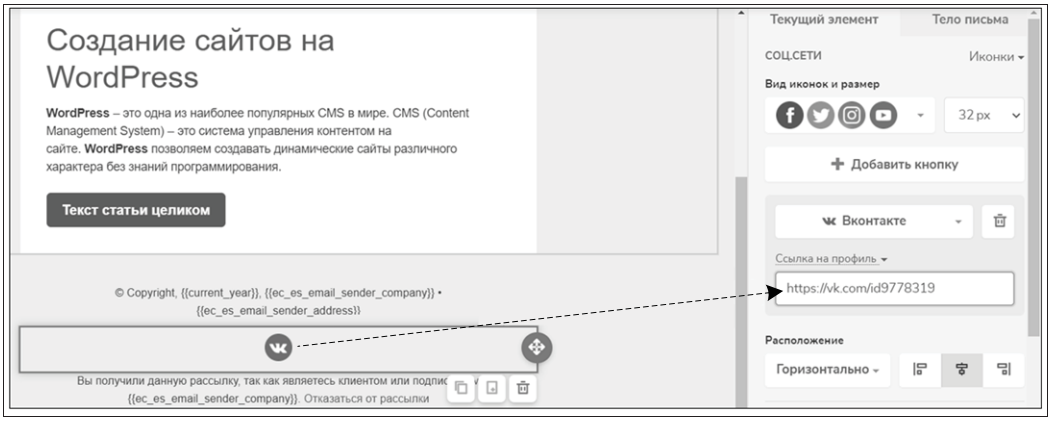


Рис. 11.32. Даем ссылку на нашу страницу ВКонтакте

также небольшой анонс статьи, измените название кнопки на **Текст статьи целиком** и закрепите за кнопкой ссылку на статью, после чего прокрутите окно вниз и дайте ссылки на ваши соцсети (рис. 11.32).

Выполнив указанные настройки, нажмите на кнопку **Просмотр**, и вы увидите созданную вами рассылку — в версиях для ПК и для мобильных устройств (рис. 11.33).

Убедившись, что все в порядке, нажмите в окне просмотра на кнопку **Сохранить и продолжить** — откроется окно для ввода недостающих данных (рис. 11.34). Это окно можно не заполнять (игнорировать), а просто нажать на кнопку **Продолжить всё равно**.

При необходимости в письмо рассылки можно вложить файл (рис. 11.35).

Для продолжения работы над рассылкой нажмите на кнопку **Далее** два раза — откроется окно, в котором вы можете начать рассылку немедленно или запланировать

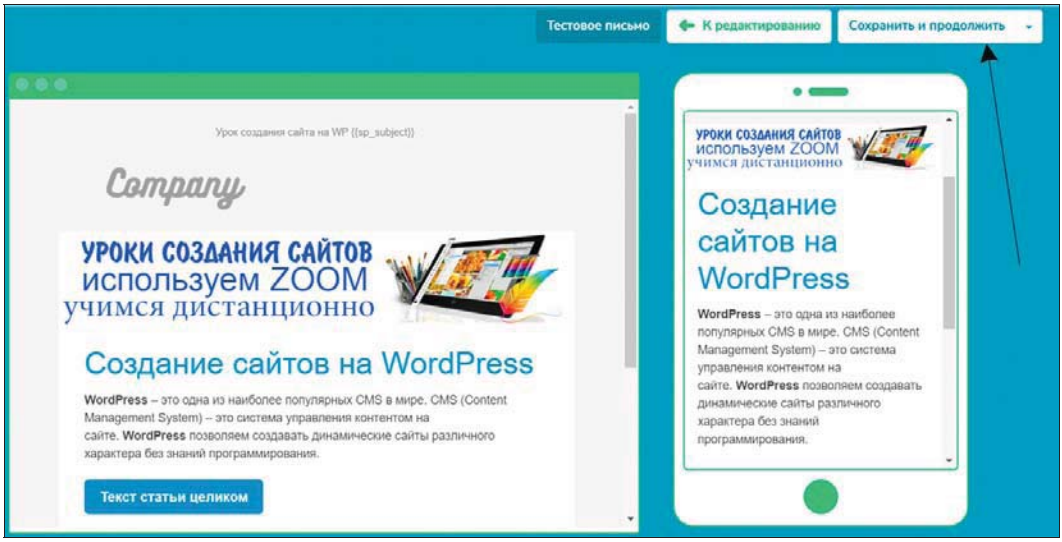


Рис. 11.33. Так выглядит рассылка в версиях для ПК (*слева*) и для мобильных устройств (*справа*)

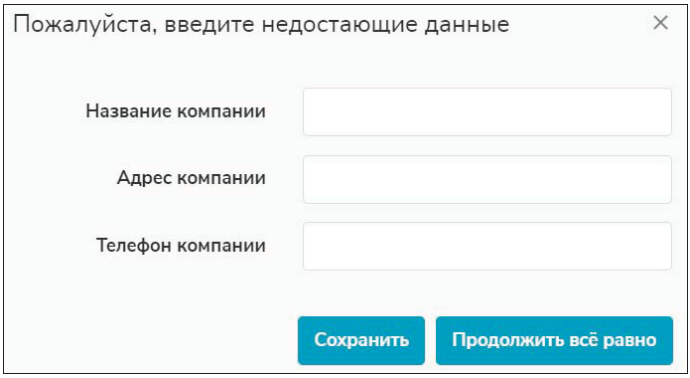


Рис. 11.34. Окно для ввода недостающих данных

время ее отправки (рис. 11.36). Обратите внимание на флажок, при активации которого система повторит отправку рассылки, если пользователь ее не прочитает.

Осталось нажать на кнопку **Начать рассылку** — и она начнется (рис. 11.37).

Отправленное нами в рассылке письмо пользователь может получить не сразу, а в течение часа, т. к. рассылки модерируются (рис. 11.38). Как пишет служба **SendPulse**: **Мы просматриваем email-рассылки, чтобы убедиться в том, что отправляется не спам, т. к. это может негативно отразиться на всех наших клиентах**.

Когда статус рассылки станет **Отправлено** (рис. 11.39), можно проверить получение рассылки по почте (рис. 11.40).

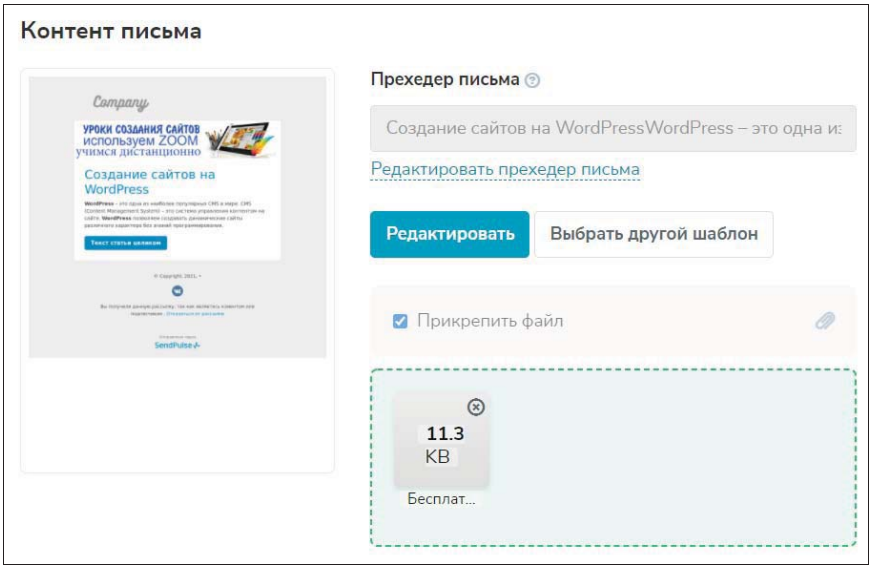


Рис. 11.35. К рассылке мы прикрепили файл



Рис. 11.36. Мы активировали флажок, который повторит отправку рассылки, если пользователь ее не прочитает

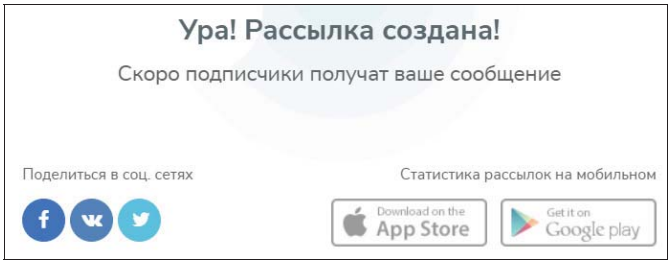


Рис. 11.37. Рассылка создана

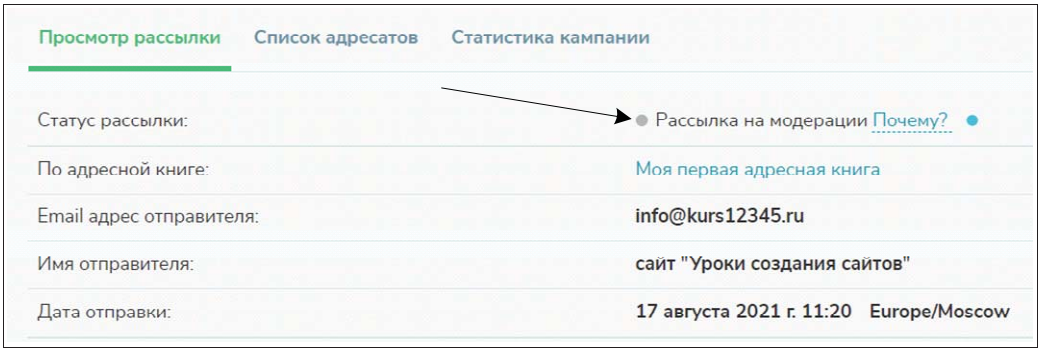


Рис. 11.38. Рассылка ушла на модерацию

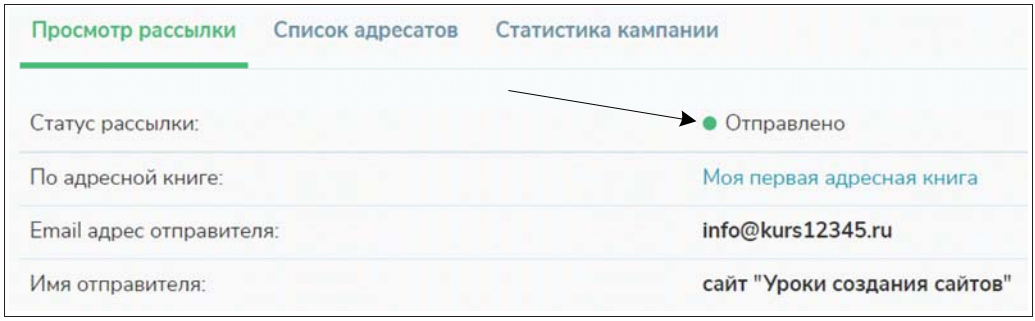


Рис. 11.39. Рассылка успешно прошла проверку на спам

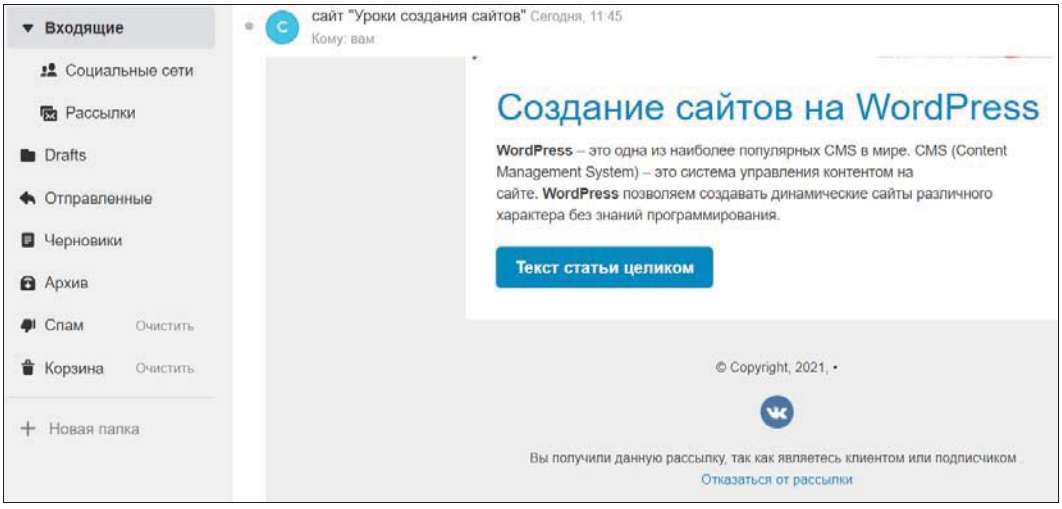


Рис. 11.40. Рассылка пришла на почту адресата

Создание Push-рассылки

Новый термин

Push-рассылка — это активное окно, всплывающее в браузере пользователя на ПК или в мобильном устройстве.

Пользователь может согласиться с подпиской на такую рассылку или отказаться от нее. Подписаться и получать уведомления можно прямо на рабочем столе компьютера (рис. 11.41).

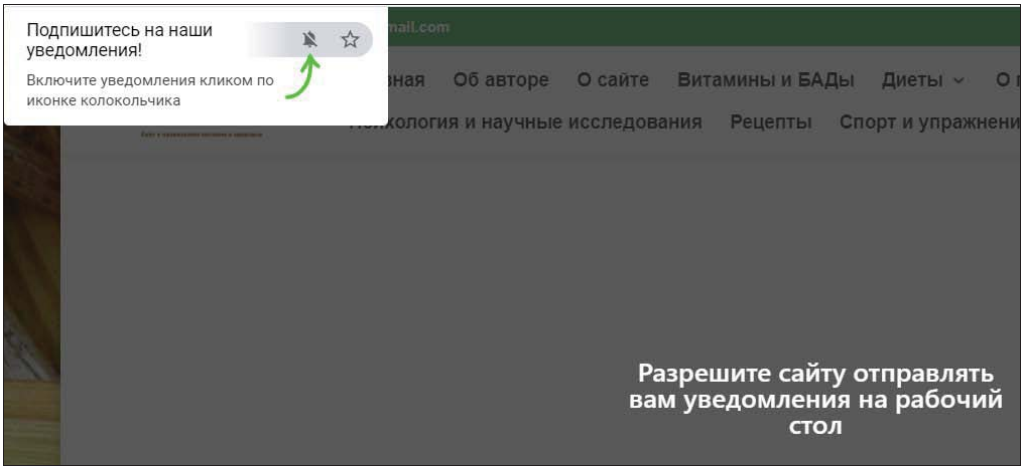


Рис. 11.41. Так выглядит Push-рассылка

Push-рассылка — это один из методов увеличения аудитории сайта, но если вы не будете регулярно (раз в неделю или раз в месяц) ею заниматься, то ее применение на вашем сайте будет неэффективным. На SendPulse об этом есть прямое предупреждение (рис. 11.42).

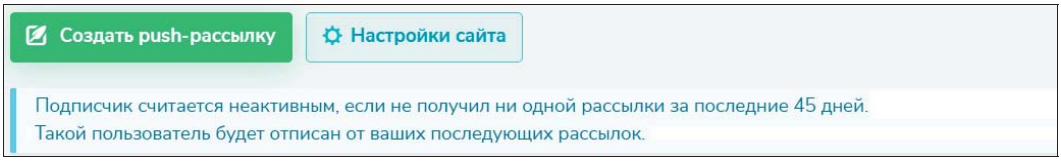


Рис. 11.42. Push-рассылки должны быть постоянными

Содержание Push-рассылки может быть аналогичным содержанию email-рассылки, эти рассылки также можно использовать совместно.

Для создания Push-рассылки зайдите в SendPulse в свой аккаунт, выполните команду **Push** (рис. 11.43) и нажмите на кнопку **Добавить новый сайт**. Как показано в открывшемся окне **Добавить новый сайт** (рис. 11.44), оправлять **Web Push рассылки** можно только с сайтов, работающих по протоколу HTTPS. Выполните в этом окне настройки для добавляемого вами сайта. Обратите внимание на условия показа запроса: предложение подписаться появится только на третьем визите пользователя на сайт с задержкой в 10 секунд.

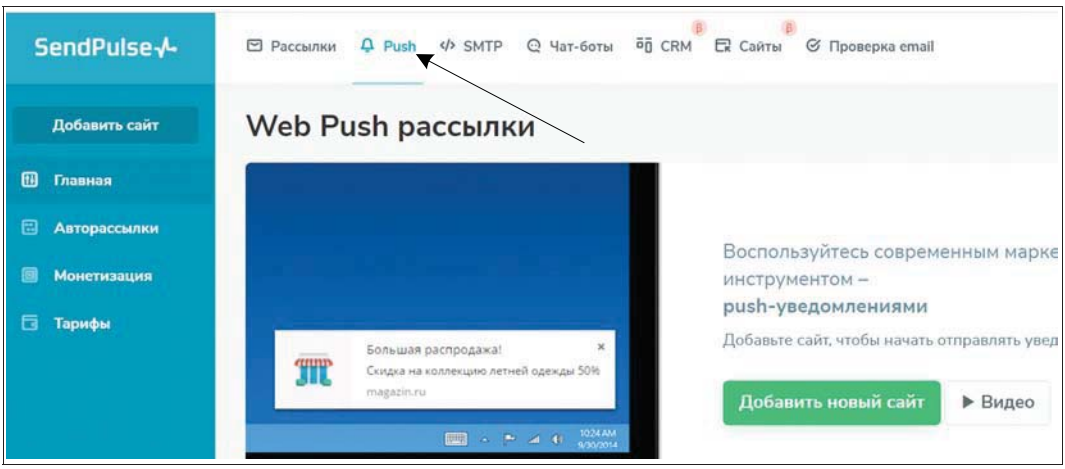


Рис. 11.43. Первый шаг для создания Push-уведомлений

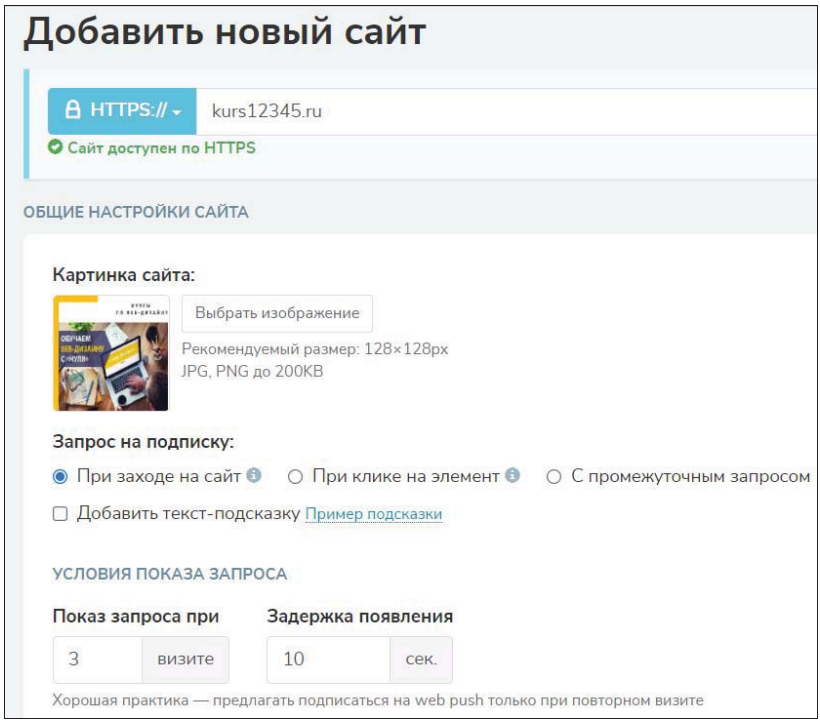


Рис. 11.44. Оправлять Web Push-рассылки можно только с сайтов, работающих по протоколу HTTPS

Нажмите далее на кнопку **Следующий шаг**, и вы получите сообщение, что сайт добавлен (рис. 11.45).

Теперь мы должны:

1. Добавить код для подписки на сайт.
2. Загрузить установочные файлы на сервер.

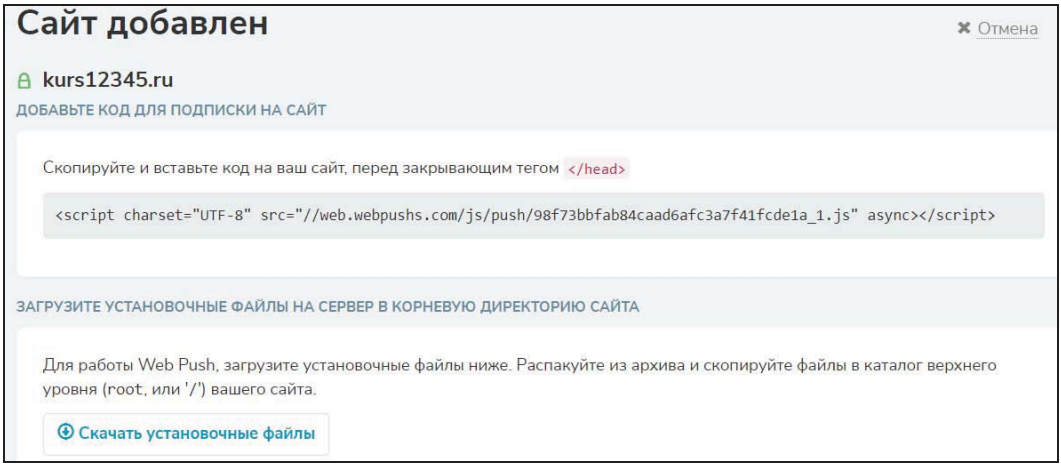


Рис. 11.45. Сайт добавлен

Сначала добавим код для подписки на наш сайт. Для этого в консоли найдите, установите и активируйте плагин **SendPulse Free Web Push** (рис. 11.46). Затем выполните команду **Плагины | Настройки | Sendpulse webpush** (рис. 11.47).

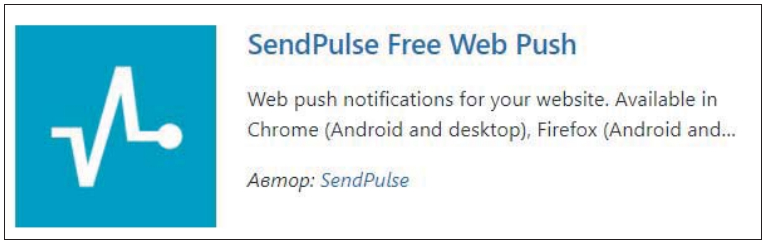


Рис. 11.46. Устанавливаем и активируем плагин **SendPulse Free Web Push**

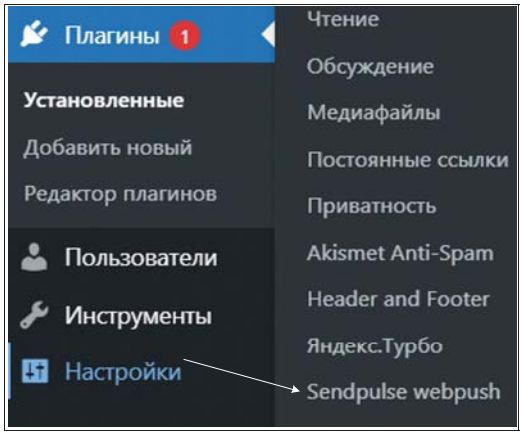


Рис. 11.47. Входим в настройки плагина **SendPulse Free Web Push**

Скопированный из окна, показанного на рис. 11.45, код вставьте в качестве кода интеграции в плагин (рис. 11.48), нажмите на кнопку **Сохранить изменения** и перейдите ко второму шагу — скачиванию установочных файлов (это будет ZIP-архив) на диск ПК.

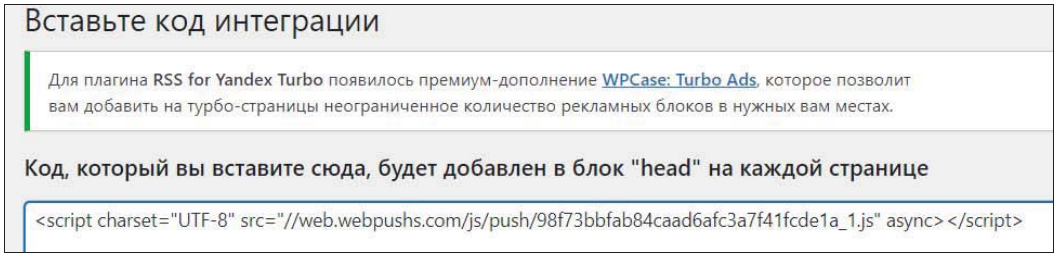


Рис. 11.48. Код интеграции копируем в плагин

Откройте на своем хостинге файловый менеджер, в папку public_html запишите скачанный архив с установочными файлами и распакуйте его (рис. 11.49). После распаковки архив удалите, а распакованный файл оставьте.

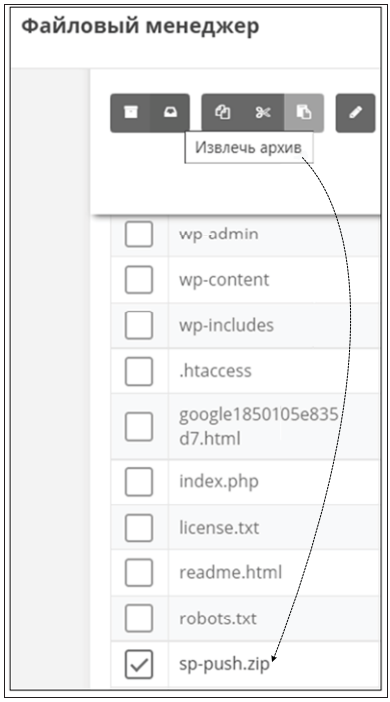


Рис. 11.49. Скачанный архив и команда **Извлечь архив**

Далее надо проверить, верно ли мы выполнили оба действия. Для этого в окне **Настройки сайта** нажмите на кнопку **Перепроверить настройки** (рис. 11.50).

Осталось проверить возможность подписаться на Push-рассылку. Для этого зайдите на сайт и походите по его страницам. Через некоторое время вы получите Push-уведомление на подписку (рис. 11.51). Если пользователь на моем сайте нажмет в таком уведомлении на кнопку **Разрешить**, то он подпишется на Push-рассылку. Что ж,

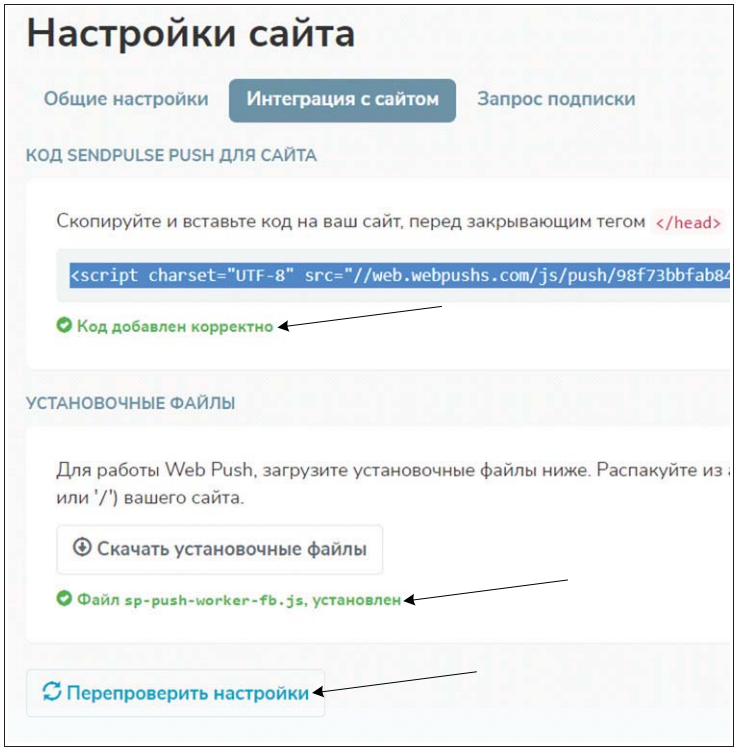


Рис. 11.50. Код добавлен корректно, файл установлен — все в порядке

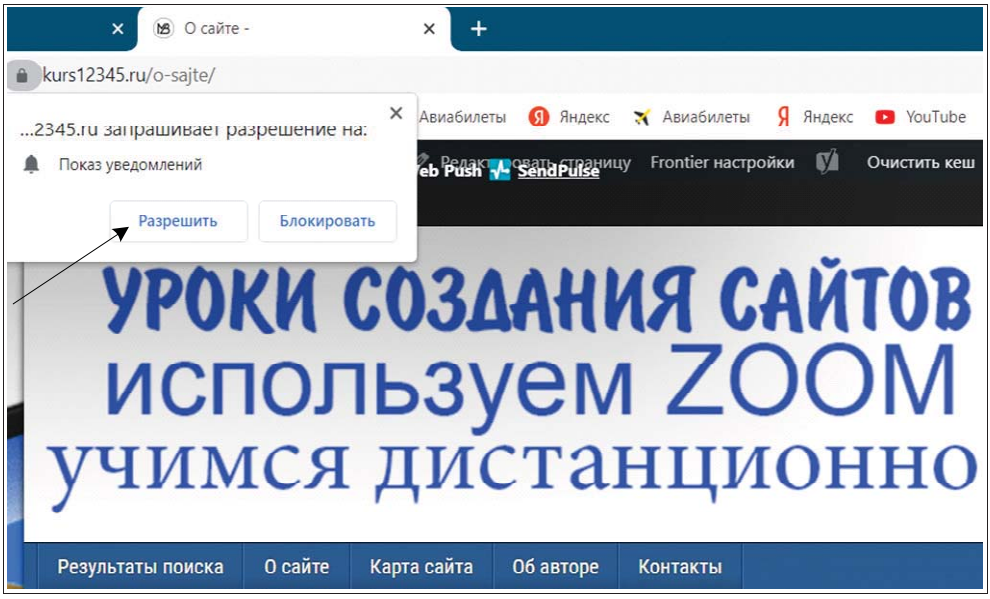


Рис. 11.51. Push-уведомление на подписку

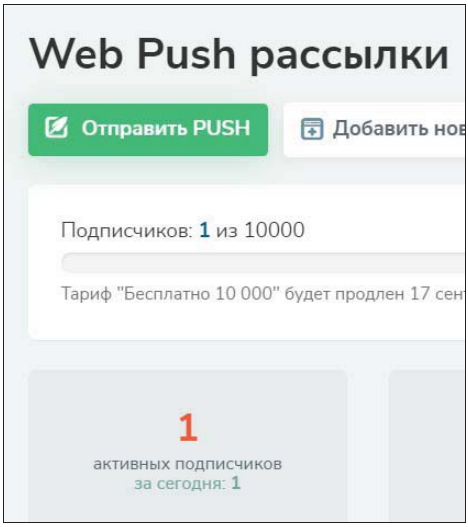


Рис. 11.52. Есть одна подписка на Push-рассылку

нажмите на кнопку **Разрешить**, и в SendPulse вы получите первого подписчика (рис. 11.52).

Теперь создадим свою Push-рассылку, а для этого на сервисе SendPulse нажмите на кнопку **Отправить PUSH** (рис. 11.53) и в открывшемся окне (рис. 11.54) настройте ее вид и содержание. Завершаем настройку нажатием на кнопку **Отправить** — Push-рассылка создана (рис. 11.55).

Примечание

Если на кнопке **Отправить** нажать на часики, то можно задать время отправки рассылки.

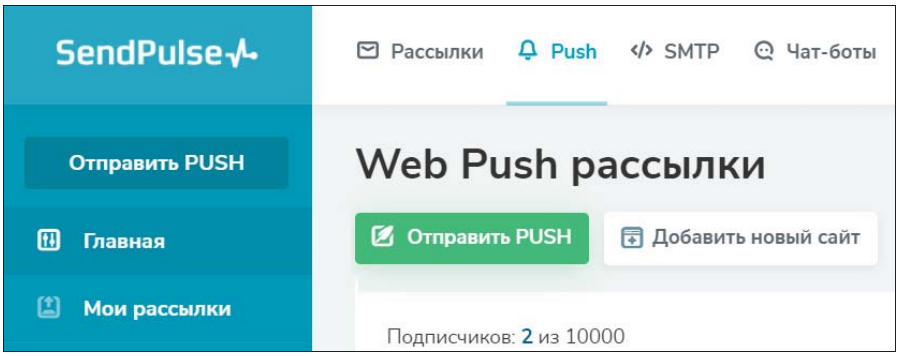


Рис. 11.53. Создаем для наших подписчиков свою Web Push-рассылку

На стороне получателя окно уведомления будет таким (рис. 11.56). Здесь видно отправителя: сайт **kurs12345.ru**, есть заголовок новой статьи: **Создание сайтов на HTML5**, а вместо анонса статьи отправитель рассылки написал слово **TEST** (так мы пока задали в настройках Push-рассылки на рис. 11.54).

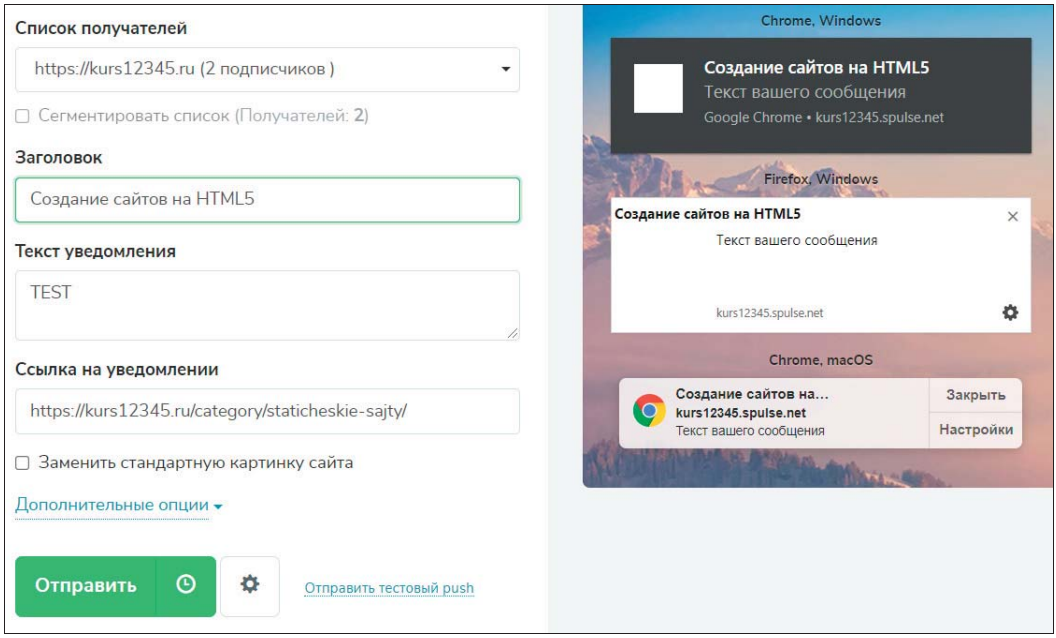


Рис. 11.54. Выполняем настройку уведомления (Push-рассылки)

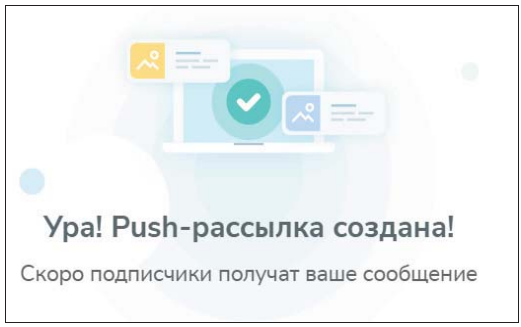


Рис. 11.55. Push-рассылка создана



Рис. 11.56. Уведомление (рассылка) о появлении новой статьи на сайте **kurs12345.ru**

Занимаясь Push-рассылками, следует понимать, что это штука капризная, и ее могут блокировать и браузеры, и устройства. Так, например, провайдер по умолчанию может запретить получение Push-уведомлений на сайт (рис. 11.57). В этом случае хозяин сайта должен сам разрешить получение Push-уведомлений на своем сайте (рис. 11.58).

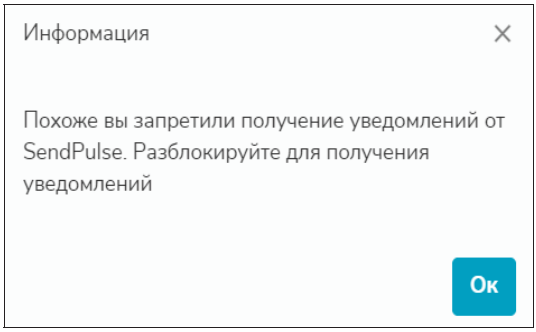


Рис. 11.57. Push-уведомления заблокированы

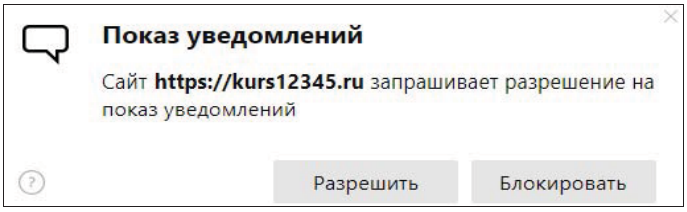


Рис. 11.58. По нажатии на кнопку **Разрешить** уведомления будут поступать на этот сайт



ЧАСТЬ III

Продвижение сайта через соцсети

Глава 12. Продвижение сайта на YouTube
Глава 13. Видеоредактор Camtasia Studio
Глава 14. Соцсети ВКонтакте и Instagram
Глава 15. Соцсети Facebook и Twitter
Глава 16. Соцсети Одноклассники и Мой мир и мессенджер Telegram
Глава 17. Приемы продвижения сайта в различных соцсетях
Глава 18. Монетизация сайта на рекламе от Contema, teasernet и Admitad
Глава 19. Сервисы AdSense, Glopart, BestChange и др.
Глава 20. Платное продвижение сайта в поисковиках
Глава 21. Полезные советы и сервисы

ГЛАВА 12



Продвижение сайта на YouTube

YouTube — видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения и показа видео. Каждый день пользователи YouTube просматривают более миллиарда видео. Очевидно, что, имея на YouTube свой канал, связанный с вашим сайтом, вы увеличите посещаемость своего сайта.

Создаем канал

В своем Google-аккаунте зайдите в меню и откройте **YouTube** (рис. 12.1). На сайте **YouTube** нажмите на свою аватарку и перейдите по ссылке **Мой канал** (рис. 12.2). Дайте каналу название, примите соглашение и нажмите на кнопку **Создать** (рис. 12.3). Всё — канал создан (рис. 12.4).

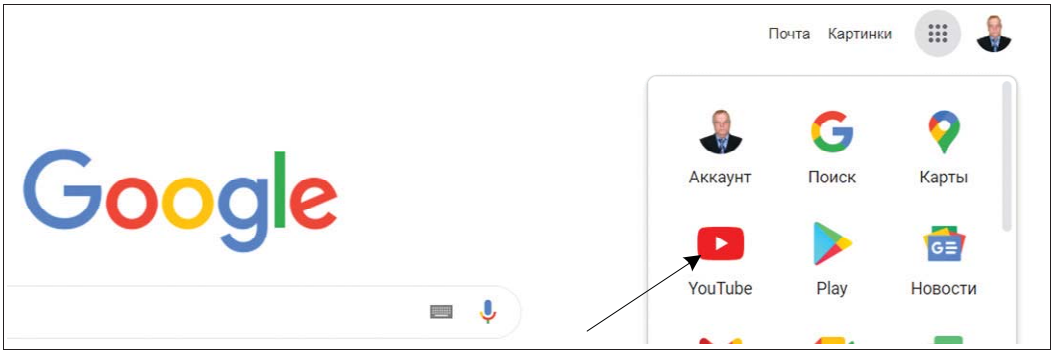


Рис. 12.1. В меню Google нажимаем на кнопку **YouTube**

Оформляем вид канала

Нажмите на кнопку **Настроить вид канала** (см. рис. 12.4) и на вкладке **Брендинг** открывшегося окна **Настройки канала** загрузите фото для вашего профиля, нажав на кнопку **Изменить** (рис. 12.5). И хотя рекомендации Google предлагают использовать изображения в формате PNG или GIF, от формата GIF лучше отказаться. Он беден

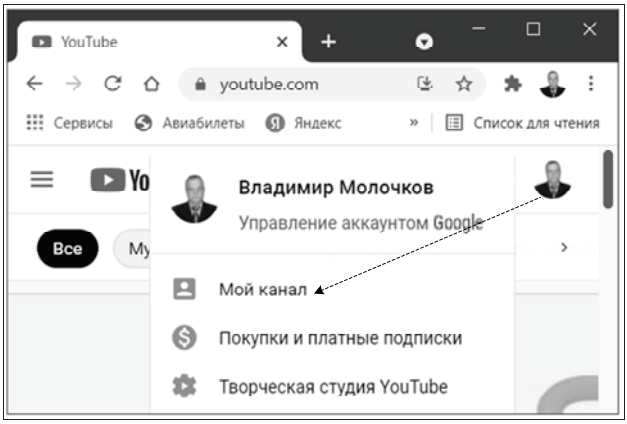


Рис. 12.2. Начинаем создавать свой канал

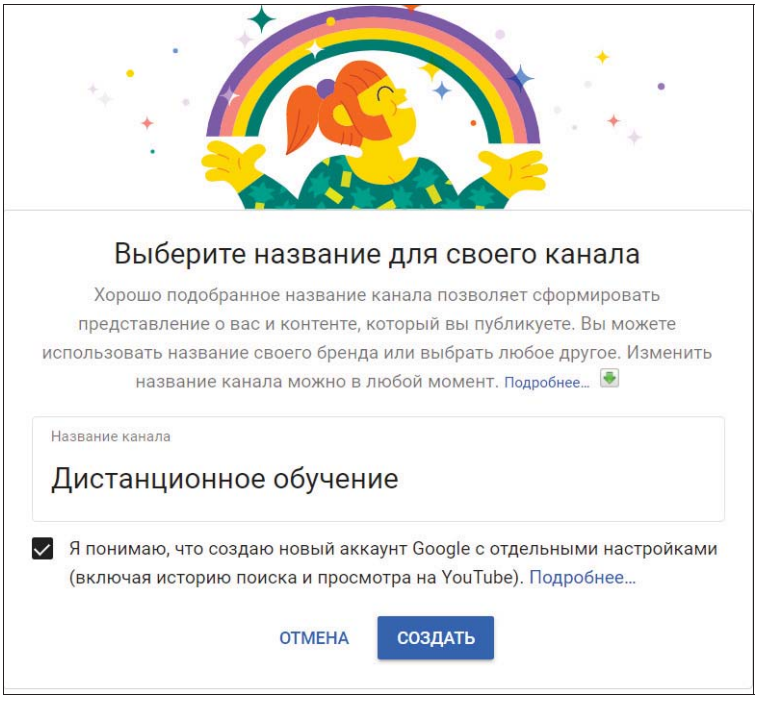


Рис. 12.3. Нажимаем на кнопку **Создать**

цветами (максимум 256) и более пригоден для анимации. А анимированные картинки в профиль загружать нельзя.

Новый термин

Брендинг — процесс формирования имиджа (бренда, торговой марки).

Продолжим работу с вкладкой **Брендинг** и загрузим **Баннер** (рис. 12.6), который, по сути, аналогичен шапке сайта (здесь он будет являться шапкой канала). Загрузка баннера делается так же, как и загрузка фото профиля — т. е. через кнопку **Изменить**.

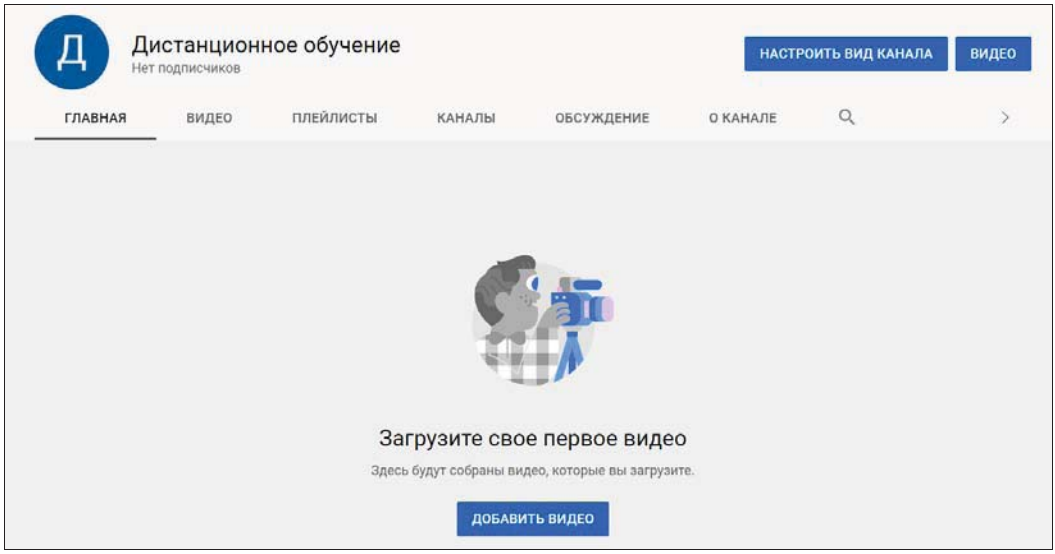


Рис. 12.4. Мы создали канал **Дистанционное обучение**

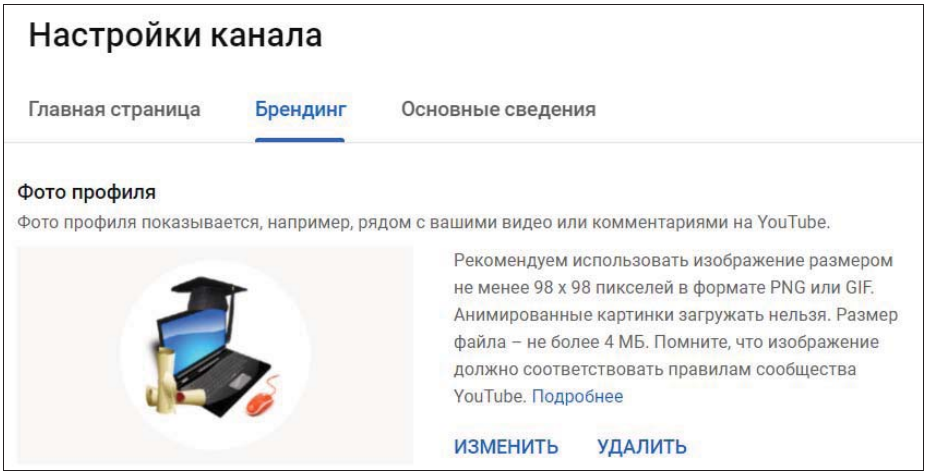


Рис. 12.5. Здесь можно загрузить с диска ПК картинку формата PNG или JPG для вашего профиля

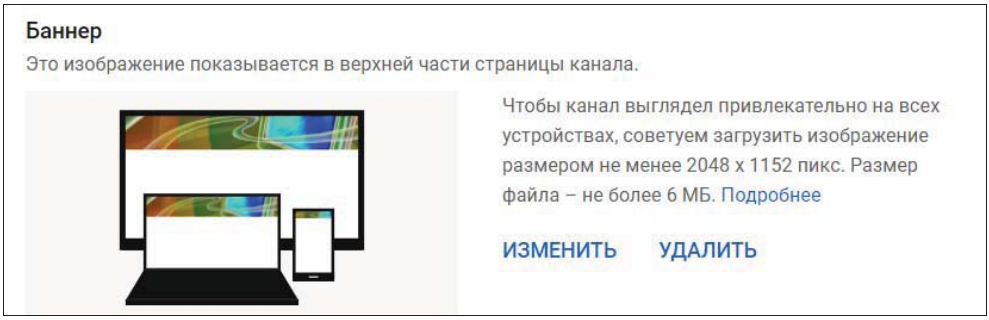


Рис. 12.6. Здесь мы загрузили наш баннер

Завершаем настройку вкладки **Брендинг** загрузкой своего логотипа (личного водяного знака). Загрузив логотип канала (рис. 12.7), активируйте переключатель **На протяжении всего видео** и нажмите на кнопку **Опубликовать**.

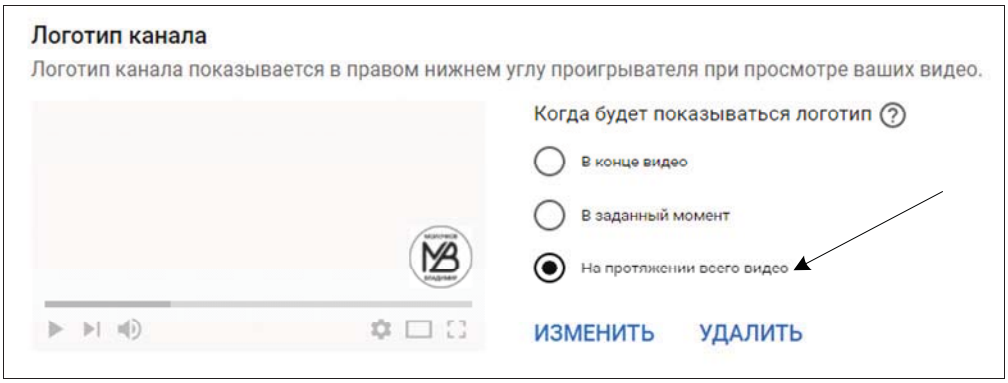


Рис. 12.7. В окне **Логотип канала** через ссылку **Изменить** загружаем свой логотип и активируем переключатель **На протяжении всего видео**

Теперь перейдите на вкладку **Основные сведения** и сделайте краткое описание своего канала (рис. 12.8). На этой же вкладке можно добавить ссылки на вашу страницу ВКонтакте (рис. 12.9) и на электронную почту (рис. 12.10).

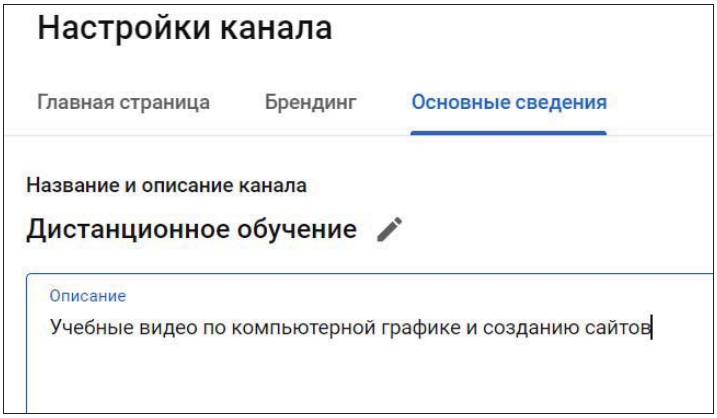


Рис. 12.8. Создаем описание канала

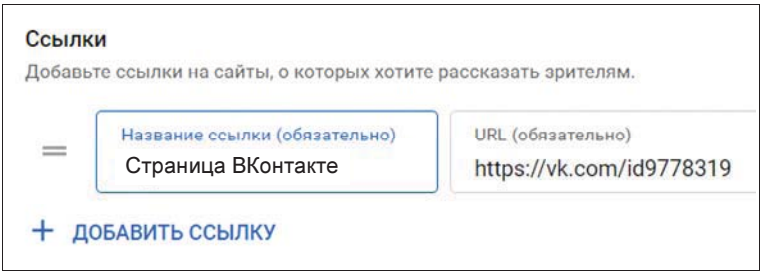


Рис. 12.9. Ссылка на страницу ВКонтакте

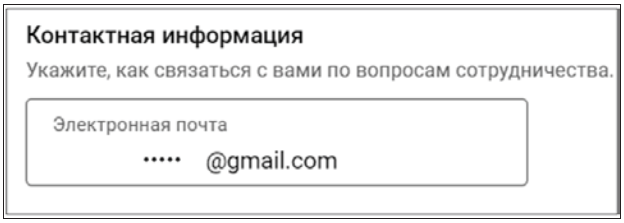


Рис. 12.10. Ссылка на электронную почту

Настройку вкладки **Основные сведения** завершим нажатием на кнопку **Опубликовать**. Вид созданного канала показан на рис. 12.11.



Рис. 12.11. Так выглядит внешний вид канала

Выполняем настройку канала

В окне **Настройки канала** (см. рис. 12.5) перейдите на вкладку **Главная страница** и откройте раздел **Настройки** (рис. 12.12):

- в разделе **Общие** открывшегося окна **Настройки** укажите валюту (рис. 12.13);
- в разделе **Канал** на вкладке **Основная информация** выберите страну и задайте ключевые слова (рис. 12.14), а на вкладке **Расширенные настройки** определите свою аудиторию и активируйте переключатель **Я хочу указать аудиторию каждого ролика отдельно** (рис. 12.15);
- в разделе **Загрузка видео** на вкладке **Основная информация** в поле **Параметры доступа** выберите **Открытый доступ** (рис. 12.16). Открытый доступ к видео будет его активнее продвигать, чем доступ по ссылке или ограниченный доступ;
- настройки вкладки **Расширенные настройки** показаны на рис. 12.17. При выборе здесь опции **Отправлять все комментарии на проверку** у вас появится возможность все негативные комментарии модерировать.

Для сохранения сделанных настроек нажмите на кнопку **Сохранить**.

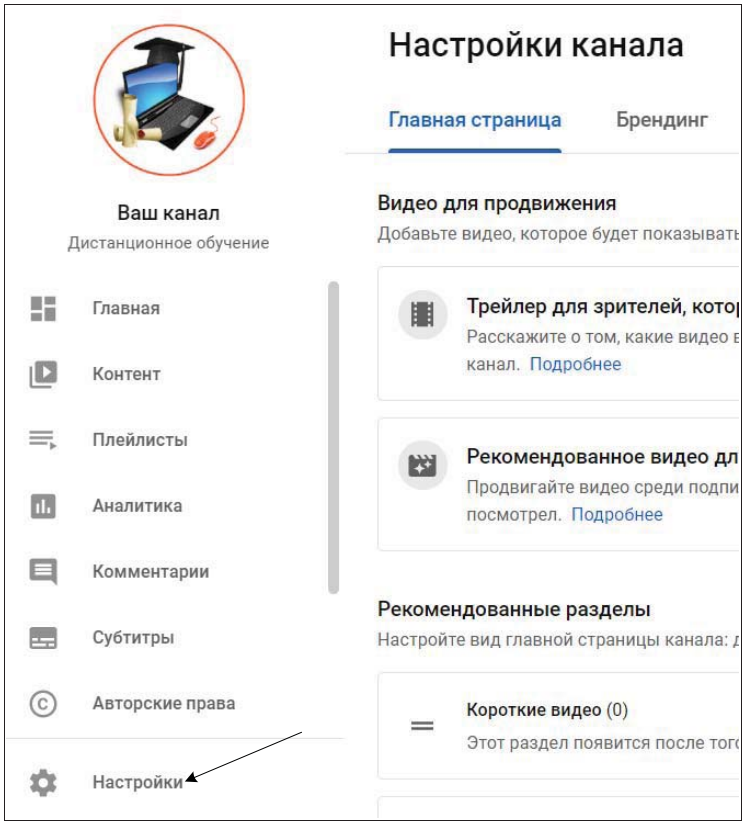


Рис. 12.12. Открываем раздел **Настройки**

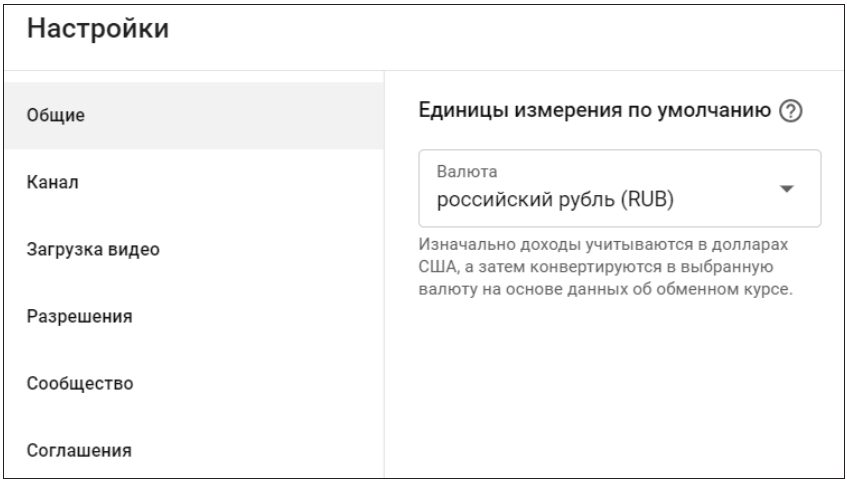


Рис. 12.13. Указываем валюту

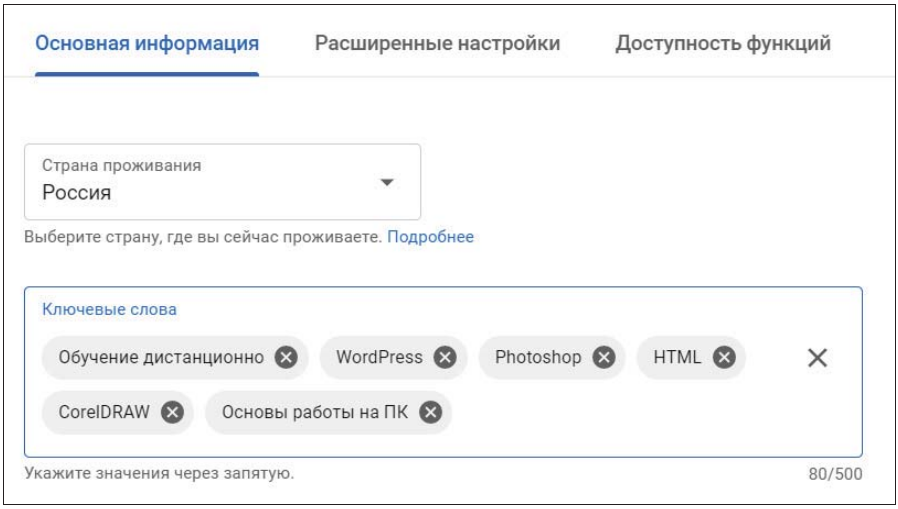


Рис. 12.14. Указываем страну проживания и ключевые слова



Рис. 12.15. Указываем аудиторию и устанавливаем переключатель **Я хочу указать аудиторию каждого ролика отдельно**

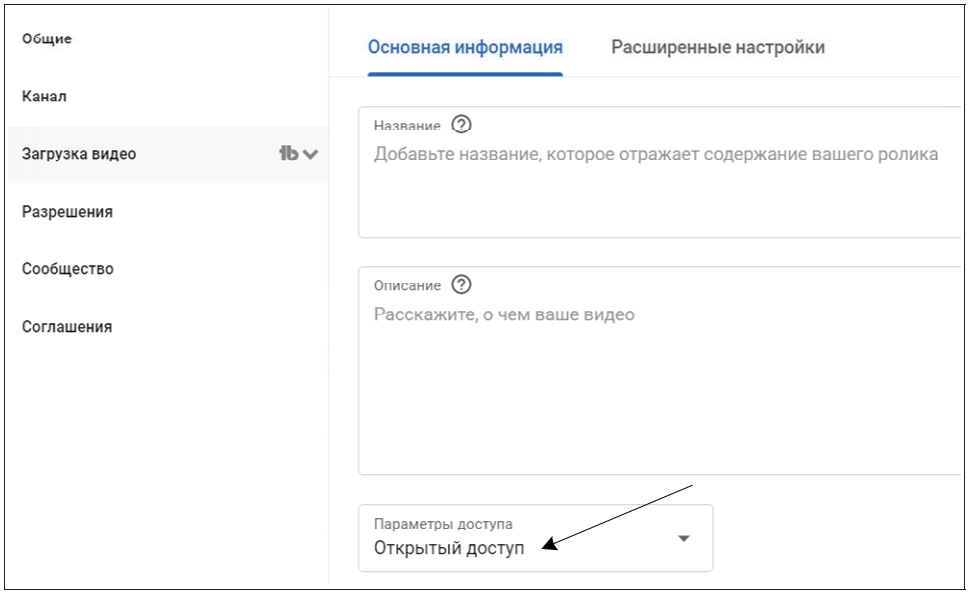


Рис. 12.16. Выбираем **Открытый доступ**

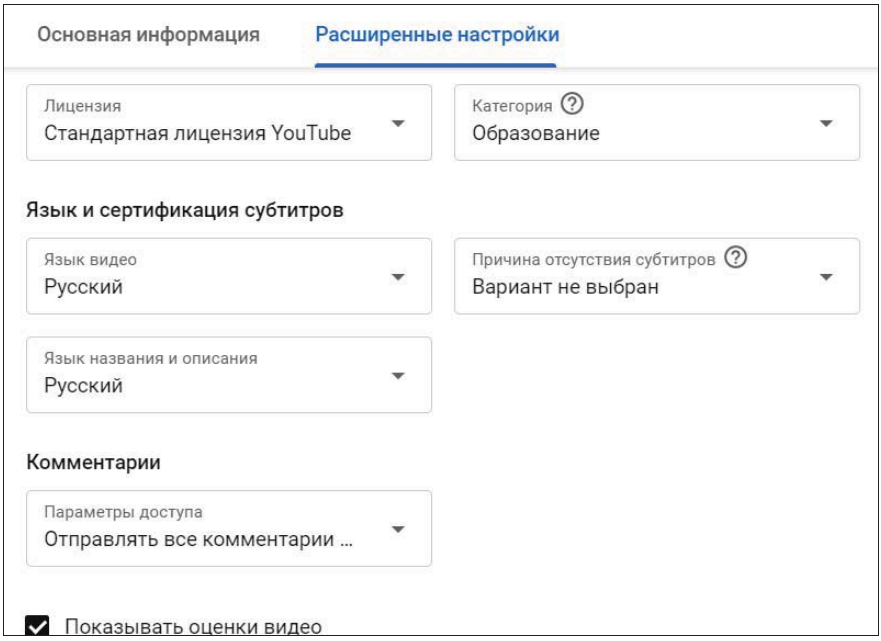


Рис. 12.17. Настройки вкладки **Расширенные настройки**

Прямая трансляция на YouTube

Трансляция (прямой эфир, стрим, потоковое вещание) — это видео, в котором события показаны в режиме реального времени. Проводить трансляции можно с помощью веб-камеры или мобильного устройства.

> ***Новый термин***
>
> *Видеокодер* представляет собой программу или отдельное устройство, которое преобразовывает ваш контент в цифровой видеоформат.

Чтобы получить на YouTube доступ к трансляциям, вам сначала надо будет подтвердить свой номер телефона. Для этого в окне **Настройки канала** выполните команду **Создать | Начать трансляцию** (рис. 12.18). В ответ вы получите сообщение, что **Функция пока недоступна**, и предложение подтвердить номер телефона (рис. 12.19). Нажмите здесь на кнопку **Подтвердить** и пройдите процедуру подтверждения номера телефона. После ее прохождения вы увидите окно, показанное на рис. 12.20.

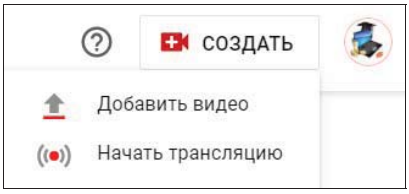


Рис. 12.18. Команда **Начать трансляцию**

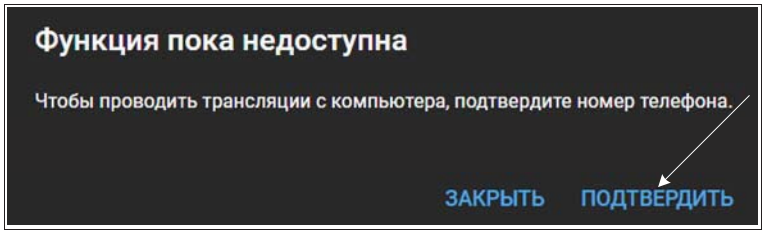


Рис. 12.19. Нажмите на кнопку **Подтвердить** и подтвердите свой номер телефона

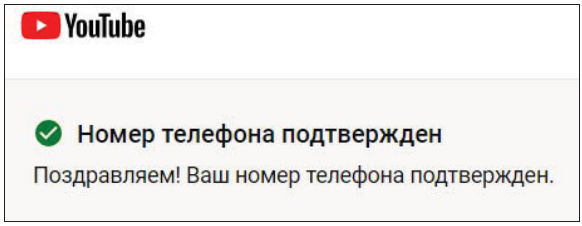


Рис. 12.20. Теперь трансляции нам доступны

Загрузка видео на YouTube

Выполните на своем канале команду **Создать | Добавить видео** (рис. 12.21) — откроется окно **Загрузка видео** (рис. 12.22). Нажмите здесь на кнопку **Выбрать файлы** и выберите на диске ПК файлы видео для загрузки на ваш канал. Наилучший формат видео для загрузки на YouTube — MP4. Итак, загружаем файл и выбираем для него соответствующий значок, как показано на рис. 12.23. Мы выбрали здесь значок для видео в виде картинки с текстом, но можно было установить рамку на каком-либо кадре из видео и нажать на кнопку **Далее**.

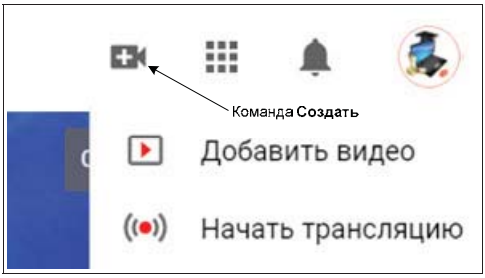


Рис. 12.21. Добавляем видео

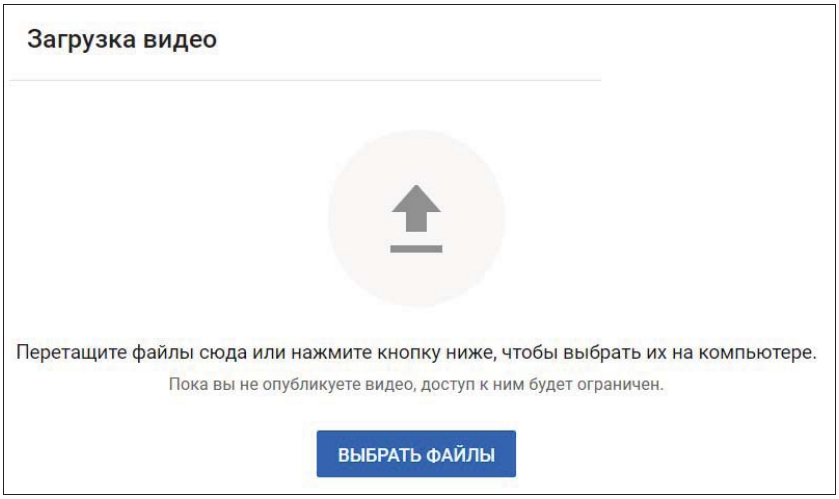


Рис. 12.22. Окно **Загрузка видео**

Прокрутив окно немного вниз (рис. 12.24), мы получим возможность создать первый плейлист (тематическую папку) — нажмите здесь на кнопку **Создать** и укажите аудиторию (рис. 12.25).

Прокрутив окно еще немного вниз, мы сможем добавить ключевые фразы (теги), по которым пользователи будут искать наше видео. Обычно таких фраз должно быть не более пяти (рис. 12.26).

Нажмите в завершение на кнопку **Далее**. Нам нужно, чтобы наше видео участвовало в поиске и продвижении, поэтому мы активируем в открывшемся окне (рис. 12.27)

переключатель **Открытый доступ**. Система проверит наше видео и сообщит, что нарушений не найдено. Нажмите на кнопку **Опубликовать**, и видео будет опубликовано (рис. 12.28).

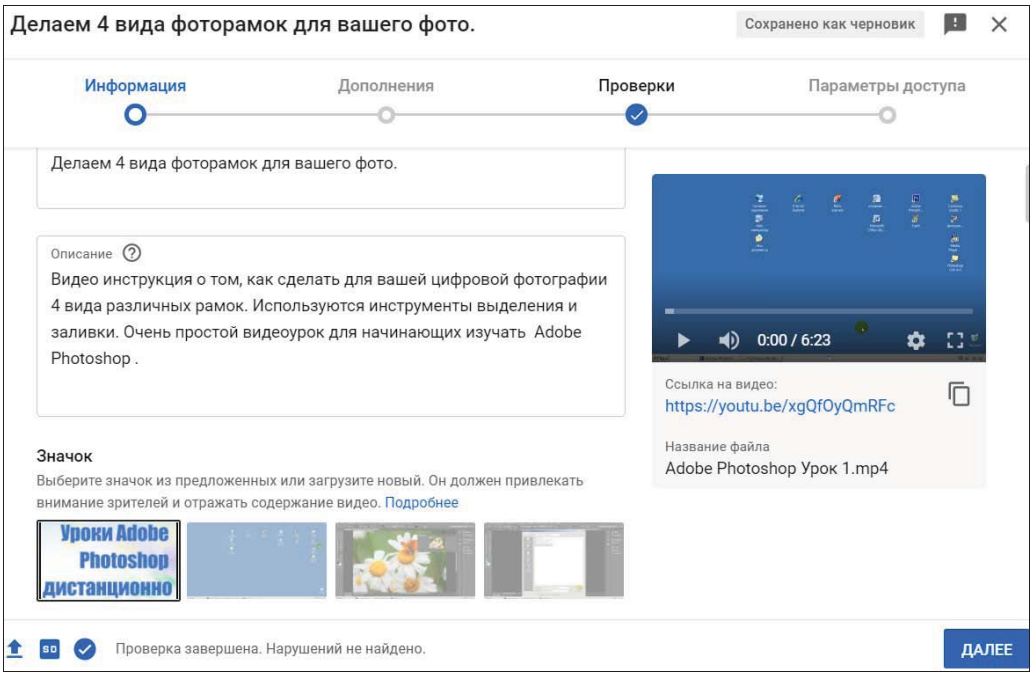


Рис. 12.23. Снабжаем видео информацией

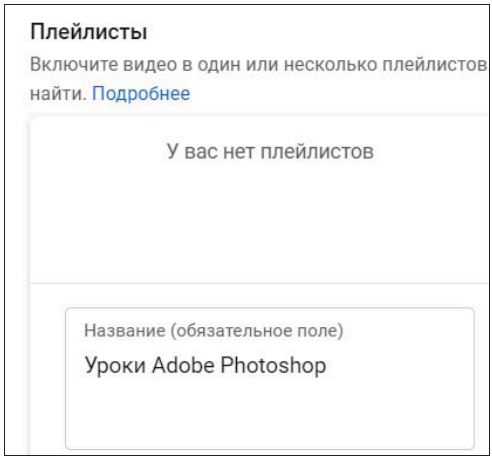


Рис. 12.24. Создаем плейлист
для размещения всех видео по компьютерной графике

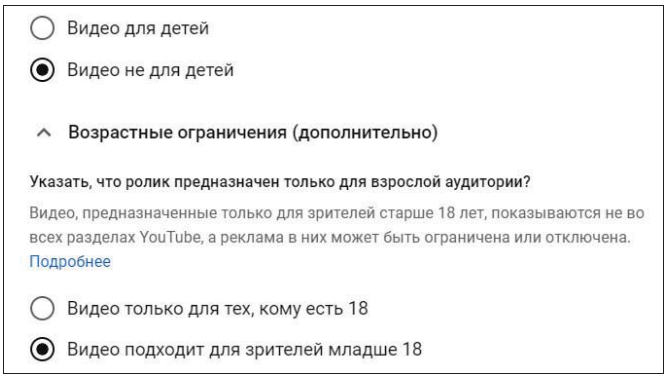


Рис. 12.25. Расширяем аудиторию для просмотра

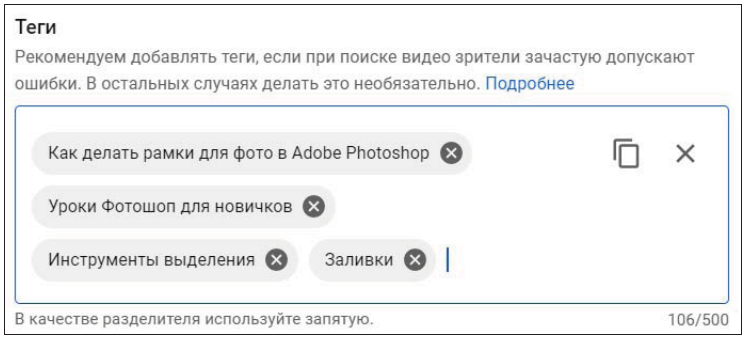


Рис. 12.26. Пишем четыре ключевые фразы

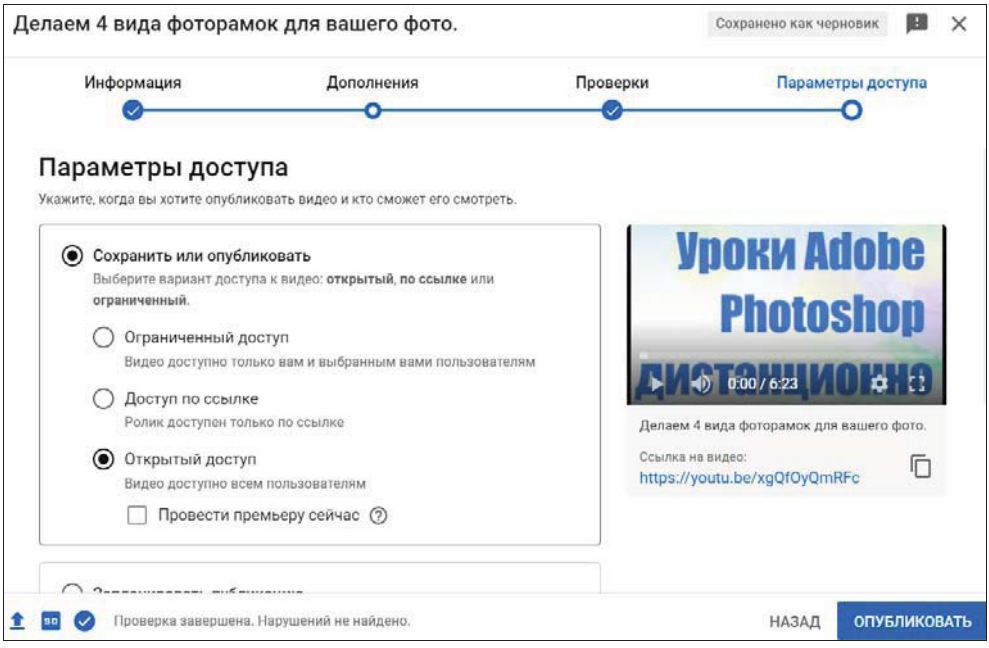


Рис. 12.27. Наше видео проверено — нарушений не найдено

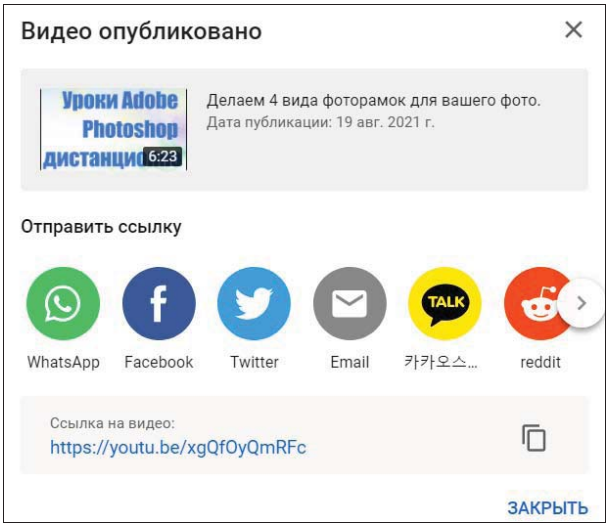


Рис. 12.28. Видео опубликовано, и ссылкой на него можно поделиться

Редактирование загруженного видео

Откройте в своем аккаунте на YouTube раздел **Творческая студия YouTube** (см. рис. 12.2) и в меню слева выберите опцию **Контент**. Затем найдите видео для редактирования и нажмите на его названии или значке — вы попадете в раздел **Сведения**. Здесь вы можете изменить название видео и его описание (рис. 12.29).

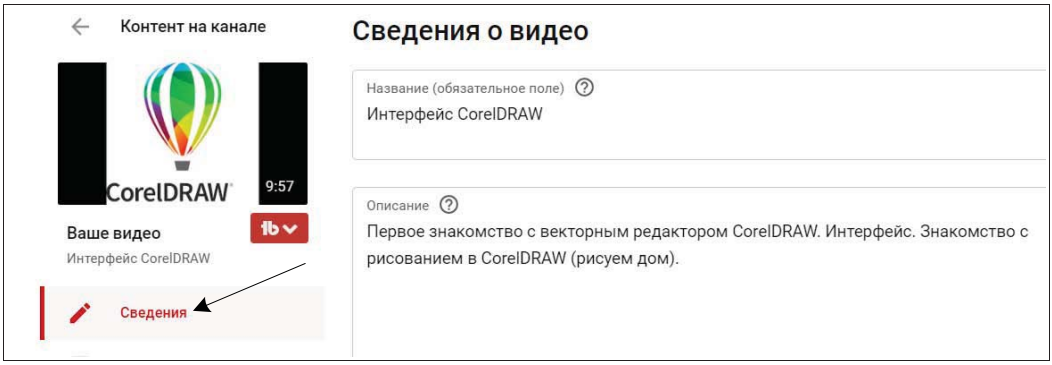


Рис. 12.29. В разделе **Сведения** редактируются название видео и его описание

Теперь в меню слева выберите опцию **Редактор** (рис. 12.30). Видеоредактор YouTube подходит для редактирования простых видео, не требующих сложной обработки. В интерфейсе видеоредактора предусмотрены две отдельные дорожки: видео и аудио.

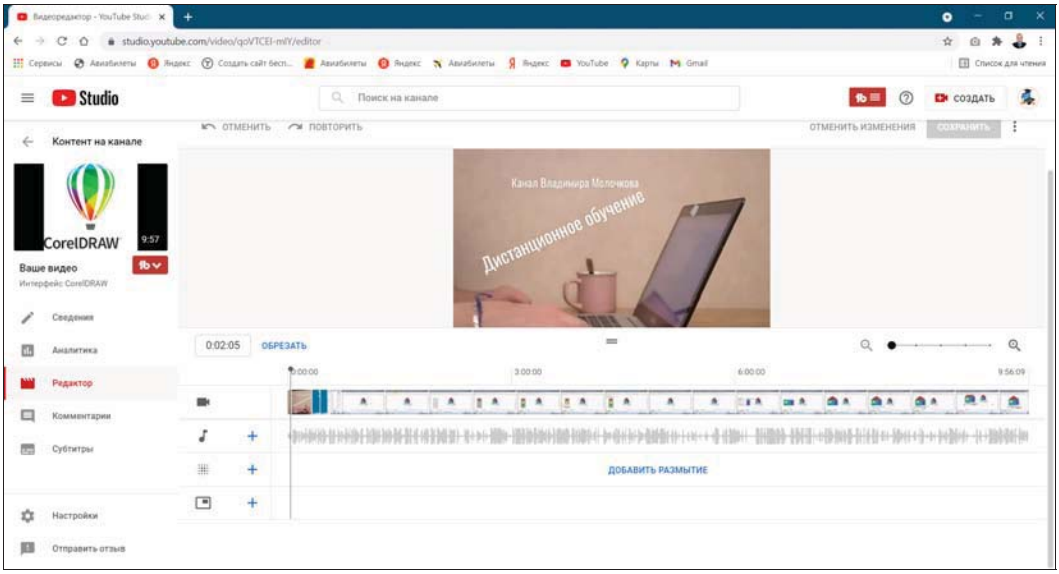


Рис. 12.30. Видеоредактор **YouTube**

Команда *Обрезать*

Нажмите в окне видеоредактора на кнопку **Обрезать** — в нижней части редактора появится область, выделенная синим цветом. Перетащите границы этой области мышью — будет выделен фрагмент, который вы хотите сохранить (рис. 12.31). Все, что останется за его пределами, будет удалено. Для обрезки видео по установленным границам нажмите на кнопку **Сохранить**.

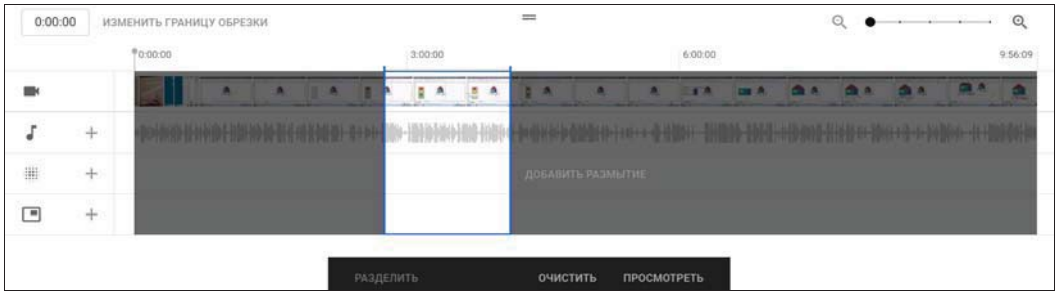


Рис. 12.31. Оставляем выделенный фрагмент видео

Чтобы обрезать видео на определенном моменте времени, введите нужное время в поле рядом с кнопкой **Обрезать** (рис. 12.32), перетащите ползунок на конец фрагмента, который нужно вырезать, и нажмите на кнопку **Сохранить**. Выделенный вами (вправо или влево) фрагмент видео будет удален.

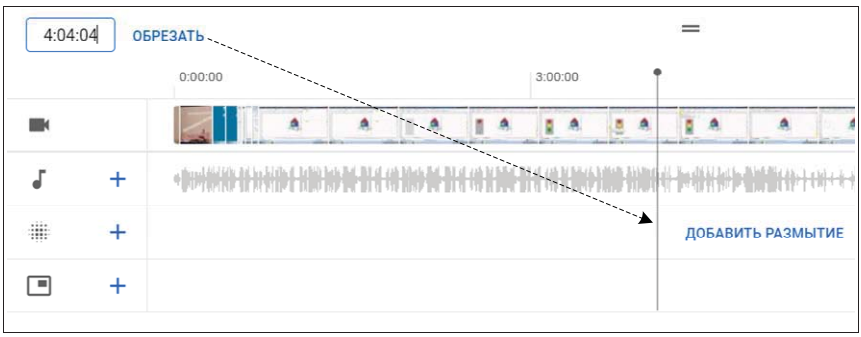


Рис. 12.32. Ставим указатель в нужную нам точку обрезки

Другие операции

Среди прочих операций с видео можно:

- добавить звуковую дорожку;
- добавить размытие (лица или выбранной области);
- добавить элемент (рис. 12.33).

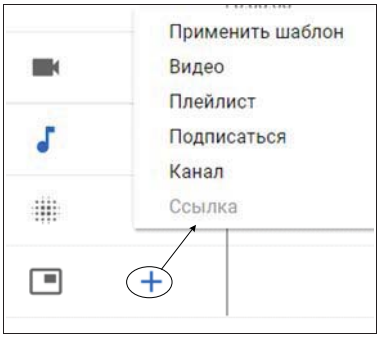


Рис. 12.33. Меню команды **Добавить элемент**

Как видите, редактор этот очень простой, и если вы собираетесь серьезно заниматься видео на YouTube, то вам стоит изучить более профессиональную программу — например, Camtasia Studio (см. *главу 13*).

Удаление своего видео

Если есть необходимость удалить размещенное ранее видео, то в разделе **Творческая студия YouTube выберите** нужный вам видеоролик и перейдите в меню **Действия** (рис. 12.34). Установите флажок **Я понимаю, что отменить это действие нельзя** и нажмите на кнопку **Удалить** (рис. 12.35).

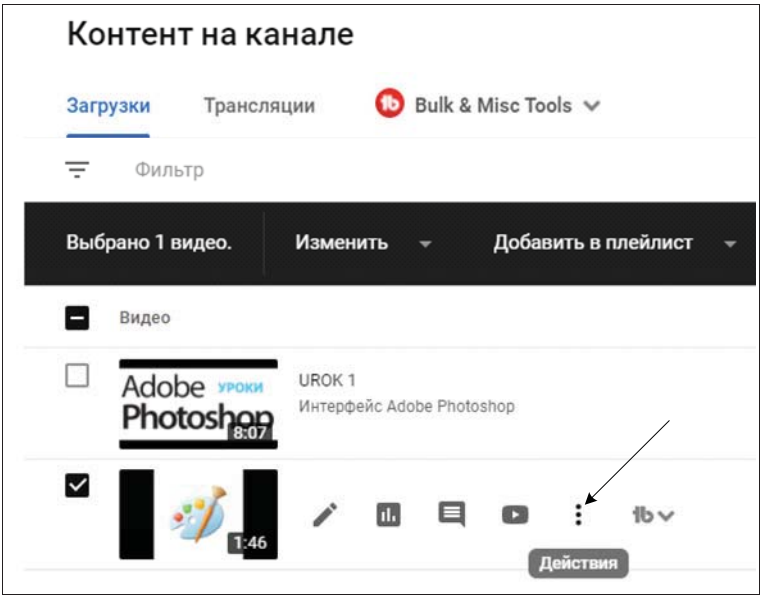


Рис. 12.34. Стрелкой показано меню **Действия**

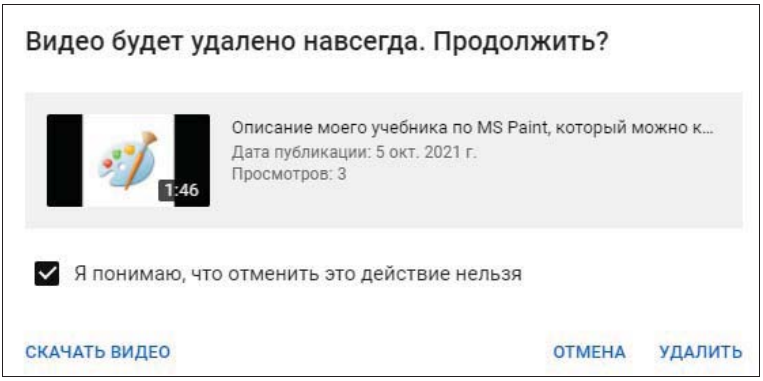


Рис. 12.35. Удаляем свое видео из YouTube

Анализ каналов конкурентов

Ваш сайт должен быть лучше, чем сайты ваших конкурентов, поэтому имеет смысл посмотреть, как работают они и, возможно, что-то перенять. Для работы с англоязычными проектами нам потребуется установить расширение **Google Переводчик** — перейдите по адресу **https://chrome.google.com/webstore/detail/google-translate/aapbdbdomjkkjkaonfhkkikfgjllcleb?hl=ru** и нажмите кнопку **Установить** в открывшемся окне (рис. 12.36).

Понадобится нам также и расширение **TubeBuddy** — перейдите по адресу **https://chrome.google.com/webstore/detail/tubebuddy/mhkhmbddkmdggbhaaaodilponhnccicb?hl=ru** и нажмите кнопку **Установить** в открывшемся окне (рис. 12.37).

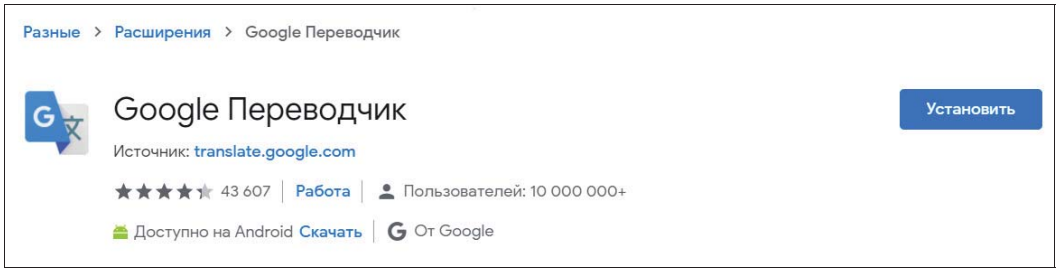


Рис. 12.36. Устанавливаем для браузера Chrome расширение **Google Переводчик**

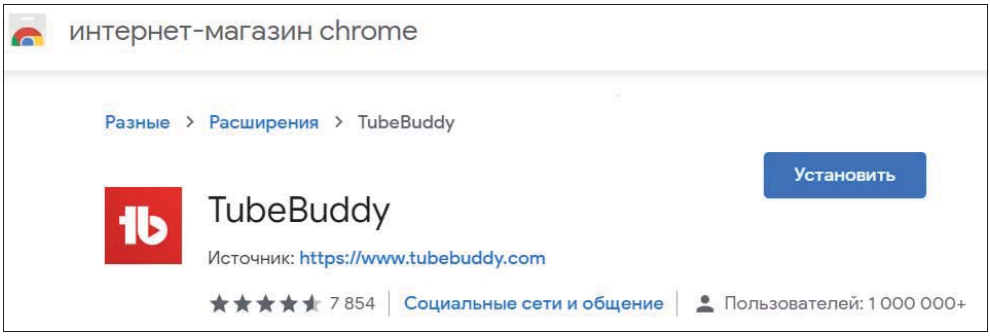


Рис. 12.37. Устанавливаем для браузера Chrome расширение **TubeBuddy**

Новый термин

TubeBuddy — расширение для браузеров Google Chrome и Mozilla Firefox для оптимизации метаданных видеороликов на Youtube.

Теперь подберите видео ваших конкурентов для анализа и на их сайте перейдите по ссылке **TubeBuddy Sign-in Required, Click Here** (рис. 12.38). В качестве примера мы проанализируем видеоролики о Photoshop, размещенные на YouTube по адресу **https://www.youtube.com/watch?v=4E8sr4QS7OI&t=11s** (Учим Photoshop за 1 час!).

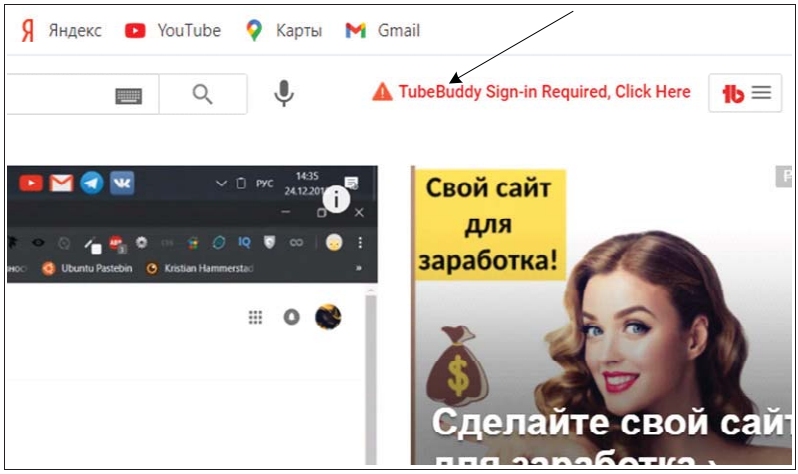


Рис. 12.38. Для анализа видео переходим по ссылке, указанной стрелкой

Но перед тем как проанализировать первое видео, нам потребуется авторизоваться в расширении **TubeBuddy.** Для этого после установки расширения активируйте в открывшемся окне флажок **I have read and agree to the TubeBuddy** и перейдите по ссылке **Sign-in with YouTube** (рис. 12.39). Затем разрешите приложению доступ к вашему аккаунту на YouTube, нажав в открывшемся окне на кнопку **Разрешить** (рис. 12.40).

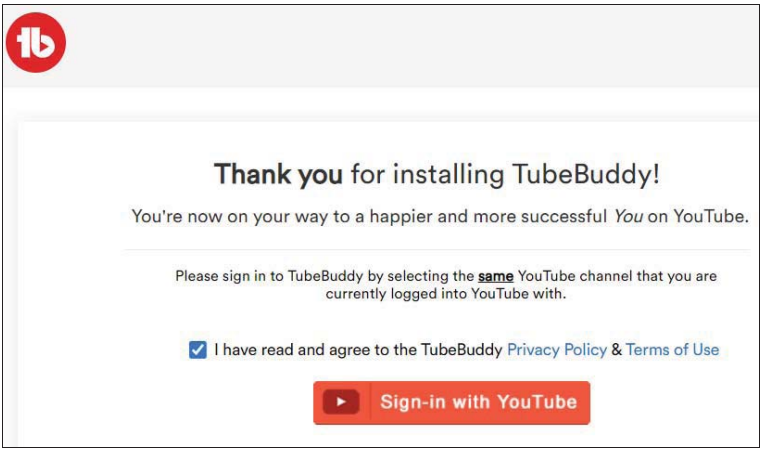


Рис. 12.39. Активируйте флажок и перйдите по ссылке **Sign-in with YouTube**

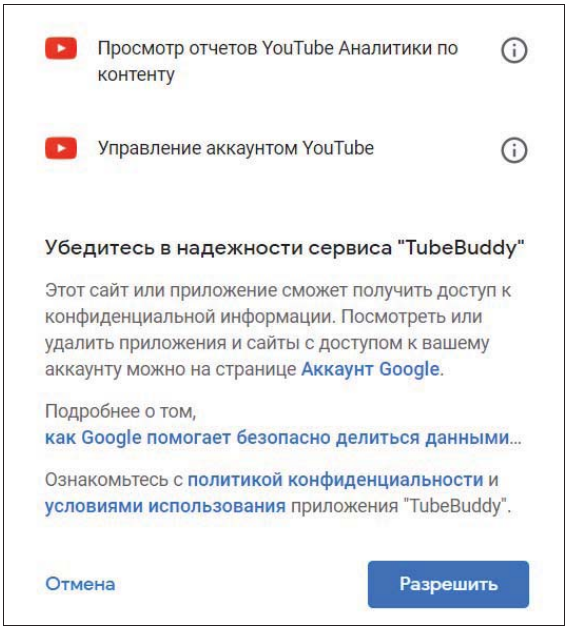


Рис. 12.40. Нажмите здесь кнопку **Разрешить**

После этого у выбранного нами видео справа появится блок, показанный на рис. 12.41. Если в любом месте этого блока выделить английский текст и нажать на указанный стрелкой значок, то мы увидим русский перевод (рис. 12.42). Переведем подобным способом всю первую строку блока (рис. 12.43).

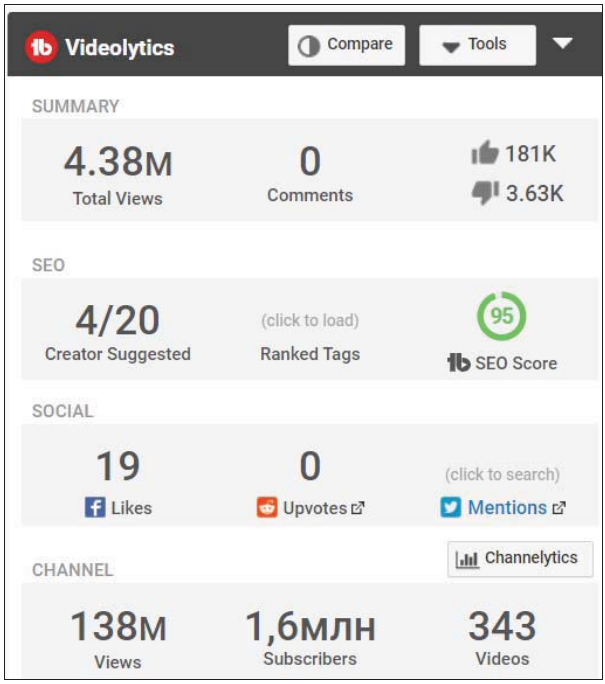


Рис. 12.41. Анализируем видео **Учим Photoshop за 1 час! #От Профессионала**

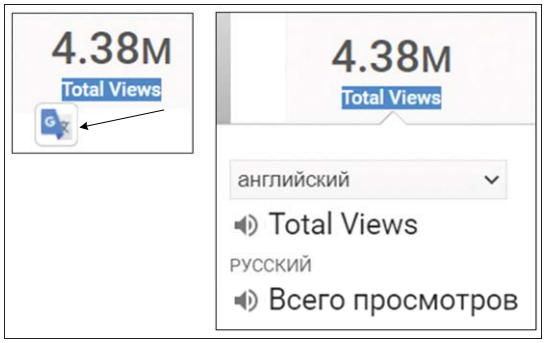


Рис. 12.42. Расширение **Google Переводчик** переводит нам с английского языка на русский

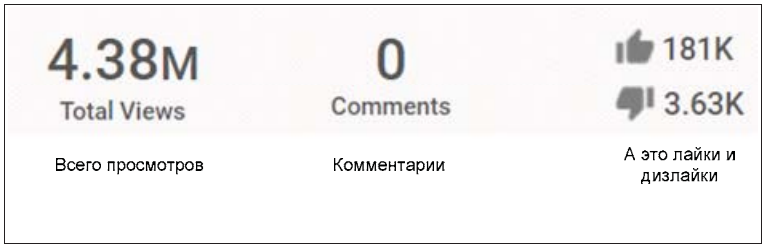


Рис. 12.43. Мы перевели на русский язык первую строку блока

Таким образом, переводя и анализируя, вы сможете изучить, как продвигают свое видео ваши конкуренты. В частности, если вы прокрутите окно ниже, то увидите ключевые фразы, которые конкуренты используют для продвижения своего видео в Сети (рис. 12.44).

Теперь нажмите на синюю кнопку с текстом **Show Search Ranking** — появятся зеленые значки, показывающие, как часто та или иная ключевая фраза сайта входила в пользовательские запросы в поиске. Это даст вам возможность увидеть самую удачную ключевую фразу, которую и вам стоит использовать в своем видео (рис. 12.45).

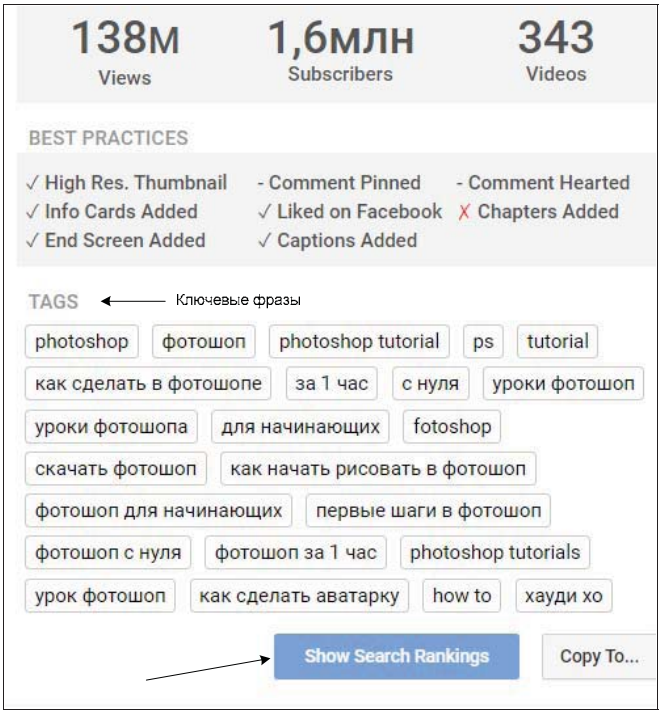


Рис. 12.44. Список ключевых фраз (**TAGS**)

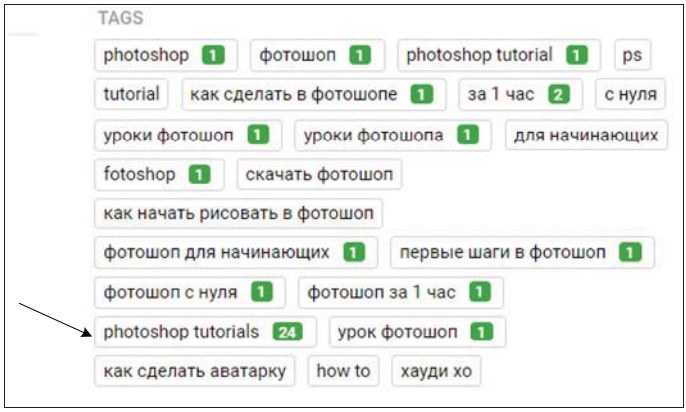


Рис. 12.45. Ключевая фраза **photoshop tutorials** (уроки фотошопа) использовалась в поиске 24 раза

Анализ своего канала

Для анализа видео на своем канале воспользуйтесь инструментом **YouTube Аналитика** — он собирает подробную информацию про аккаунт, видео, подписчиков.

Итак, откройте в своем аккаунте на YouTube раздел **Творческая студия YouTube** и в меню слева выберите опцию **Аналитика** (рис. 12.46). Для анализа своего видео также можно использовать и расширение **TubeBuddy**, описанное в предыдущем разделе. Однако если канал новый и видео на нем еще немного, то глубоко анализировать в нем что-то пока рано, поскольку статистики у нового канала еще практичекски нет.

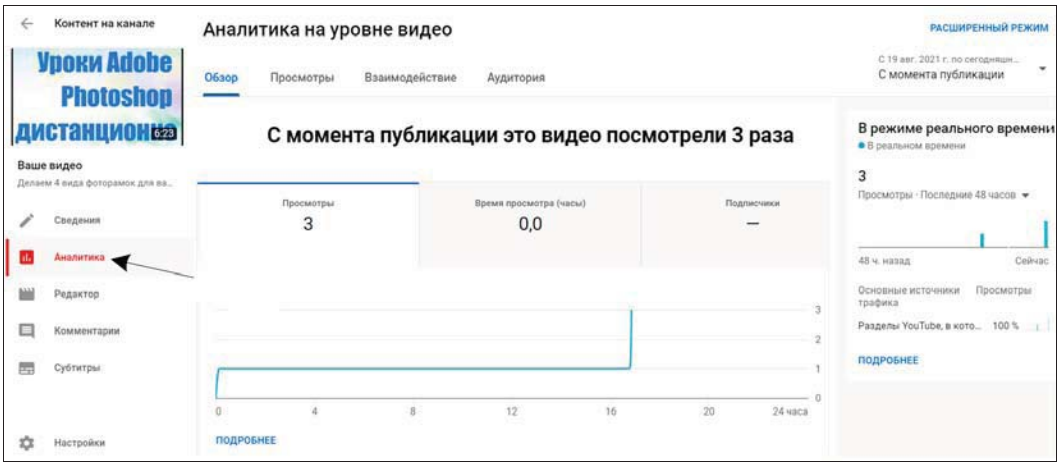


Рис. 12.46. Вся статистика канала здесь на русском языке, и потому все понятно

Когда ваш канал станет популярным, вы сможете размещать на нем рекламу и получать прибыль — раздел **Монетизация** в меню Творческой студии присутствует (рис. 12.47). Но получать деньги за рекламу на канале не так-то просто — для этого имеются конкретные условия: потребуется вступить в партнерскую программу, получить на свой канал не менее 1000 подписчиков и добиться не менее 4000 часов его просмотра (рис. 12.48).

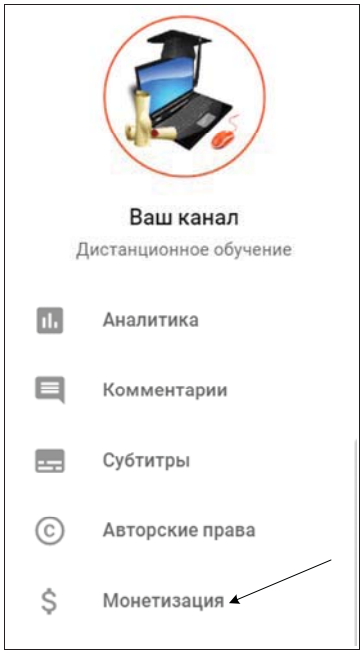


Рис. 12.47. Раздел меню **Монетизация**

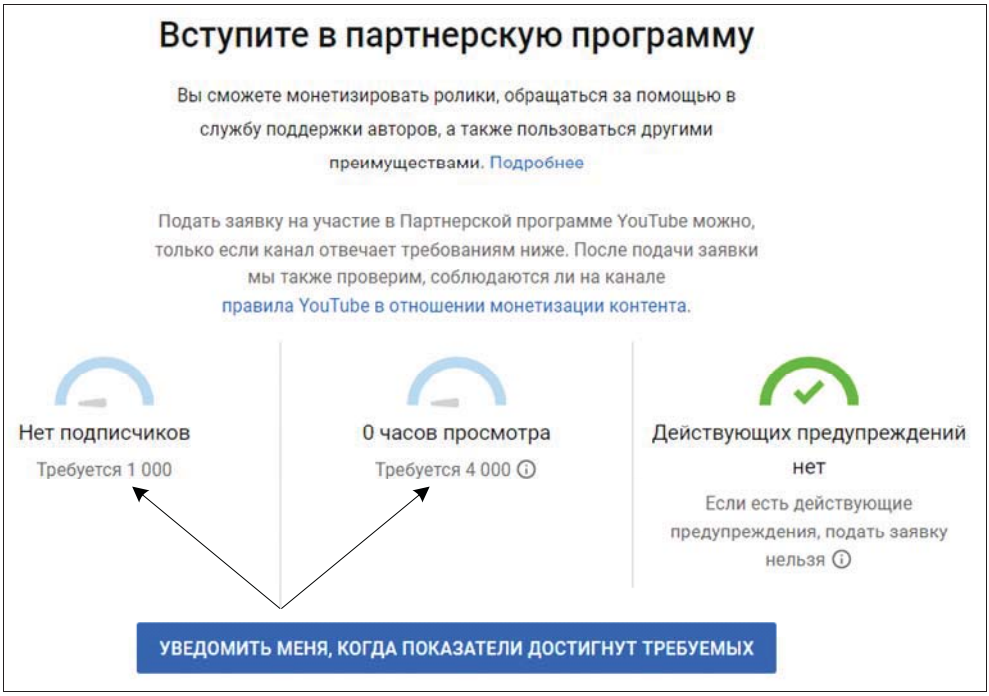


Рис. 12.48. Монетизация канала возможна лишь при этих условиях

Информер YouTube на вашем сайте

Теперь мы займемся созданием на вашем сайте информера, который расскажет пользователям о вашем YouTube-канале. Зайдите в Сеть по ссылке **https://developers.google.com/youtube?hl=ru** (рис. 12.49), найдите на открывшейся странице блок с названием **Кнопки подписки** и перейдите по ссылке **Добавить кнопку** (рис. 12.50).

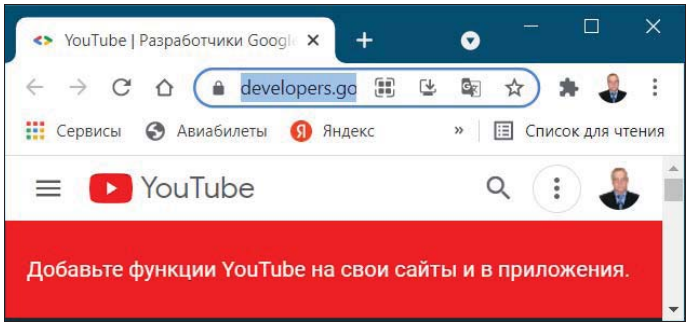


Рис. 12.49. Сервис **YouTube** для разработчиков

Для настройки кнопки вам потребуется ID (идентификатор) вашего канала (рис. 12.51). Узнать его можно, выполнив команду **YouTube | Настройки | Управление аккаунтом YouTube | Расширенная настройка** (рис. 12.52). Скопируйте отсюда ID канала и

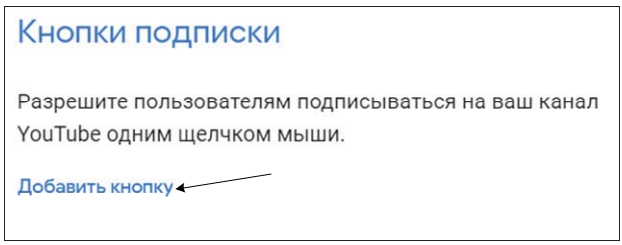


Рис. 12.50. Перейдите по ссылке **Добавить кнопку**

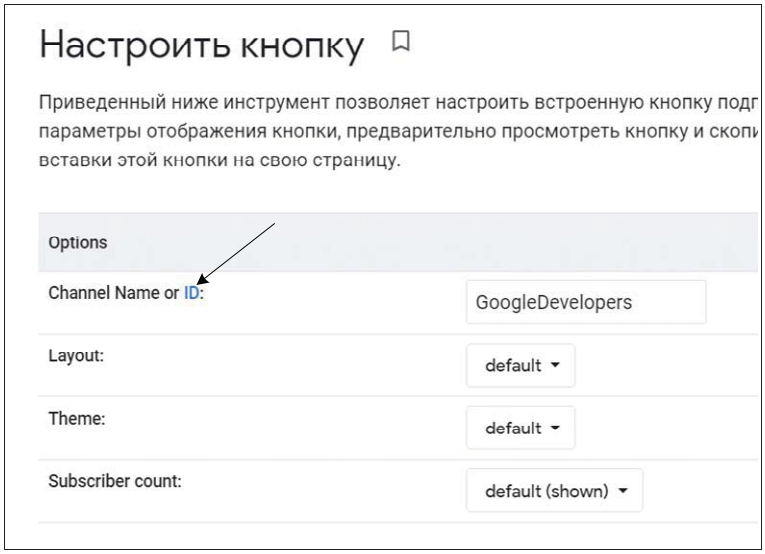


Рис. 12.51. Для настройки кнопки подписки требуется ID (идентификатор) канала

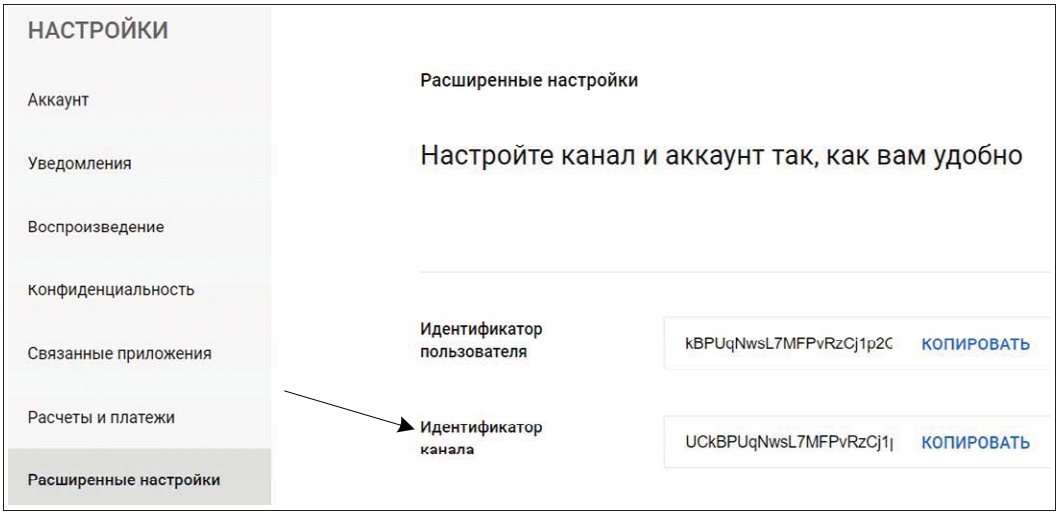


Рис. 12.52. Скопируйте отсюда идентификатор канала, нажав соответствующую кнопку **Копировать**

вставьте его в предусмотренное место в окне, показанном на рис. 12.51. В результате в этом окне появятся preview кнопки информера и его код (рис. 12.53). При желании здесь можно изменить вид информера (рис. 12.54).

Скопируйте в буфер обмена код информера, выполните в консоли WP команду **Внешний вид | Виджеты | блок HTML** и вставьте скопированный код в правый сайдбар.

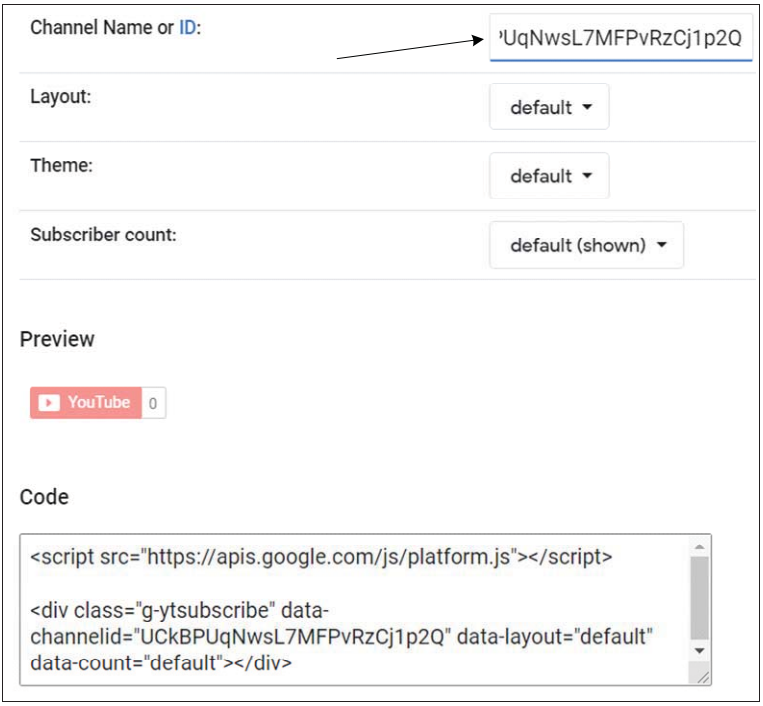


Рис. 12.53. После вставки ID в окне появились preview кнопки информера и его код для вставки на наш сайт

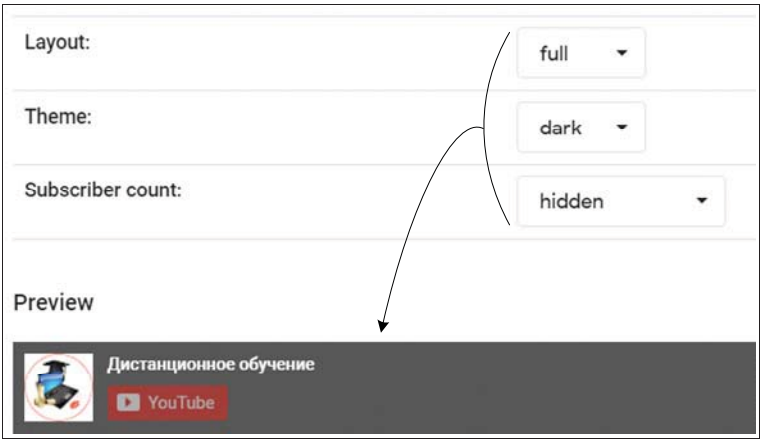


Рис. 12.54. Меняем вид информера

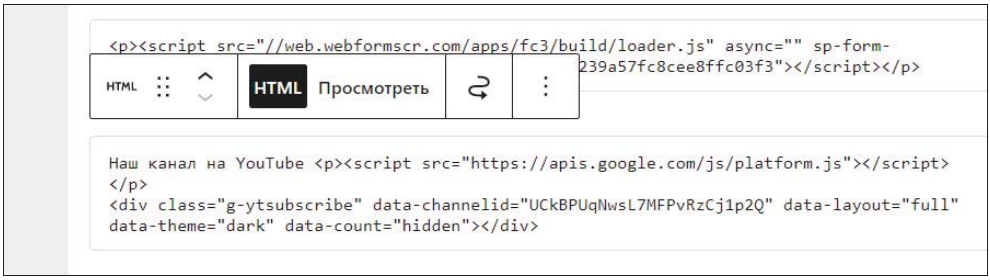


Рис. 12.55. Информер и поясняющий текст вставляем на сайт в блок **HTML**

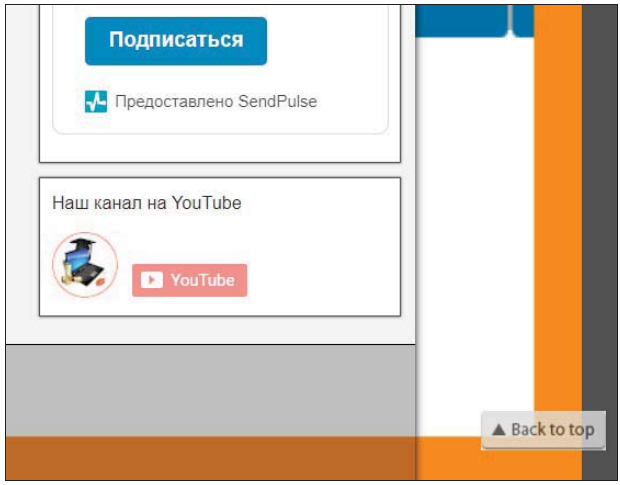


Рис. 12.56. Информер YouTube установлен на сайт

Впишите сюда же поясняющий текст: **Наш канал на YouTube** и нажмите на кнопку **Обновить** (рис. 12.55). Результат наших действий показан на рис. 12.56.

Делаем интродукцию для видео

Интродукция (от *англ*. introduction — вступление) — это как бы ваш видеологотип, ваш бренд. Далее мы под интродукцией (сокращенно интро) будем понимать короткую заставку к видеоролику, которая готовит зрителя к просмотру материала. Ваше интро поможет каналу стать узнаваемым. Для создания интро мы воспользуемся сервисом Canva (**https://www.canva.com/ru_ru/**).

> ***Новый термин***
>
> *Canva* — это бесплатный графический редактор, который позволяет быстро и легко создавать различные визуальные материалы.

Итак, зайдите на **Canva** и зарегистрируйтесь, в разделе **Что вы создадите?** выберите опцию **видео** и выполните команду **видео** в открывшейся области **видео** (рис. 12.57). В шаблонах видеоредактора перейдите на **YouTube видео** (рис. 12.58). Здесь можно подобрать готовый шаблон и отредактировать его под себя.

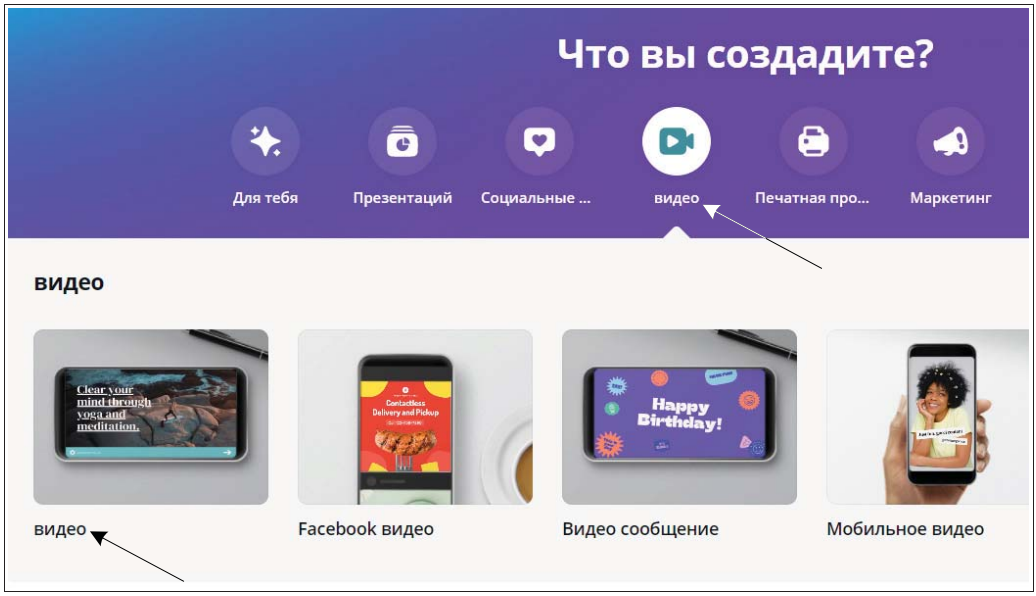


Рис. 12.57. Выполняем команду **Видео**

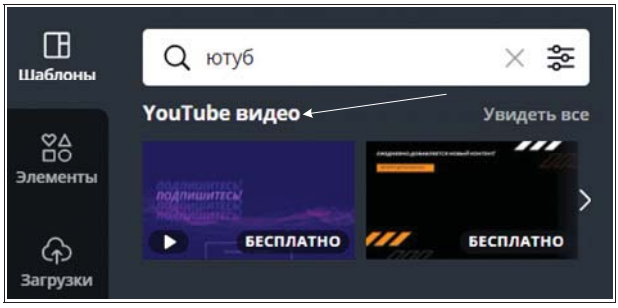


Рис. 12.58. В шаблонах выбираем **YouTube видео**

Но мы перейдем в раздел **Элементы** и сделаем видео с нуля. Для этого найдите бесплатное видео по теме **Компьютер** (рис. 12.59). Найденное видео для заставки слишком длинное: 21,8 секунды — это много. Нажмите на значок **Ножницы** и обрежьте видео до 5 секунд (рис. 12.60). Затем нажмите на кнопку **Done** — видео будет обрезано в заданный размер. Теперь найдите подходящее аудио с пометкой **Бесплатно** (рис. 12.61) — по щелчку на выбранном аудио оно будет добавлено к нашему видео, а кнопка **Play** позволит посмотреть аудио и видео вместе (рис. 12.62).

Осталось добавить к нашему видеоролику текст (рис. 12.63) и анимировать его (рис. 12.64). Обратите внимание: варианты анимации, украшенные значком короны, — платные. Когда заставка будет готова — нажмите на кнопку **Скачать.**

Теперь интро и ваше видео можно легко объединить в Camtasia Studio, а в место их стыка поставить эффект перехода (рис. 12.65). Всё — готовый результат можно загружать на YouTube.

Пояснение

О том, как использовать видеоредактор Camtasia Studio для редактирования видео, рассказано в следующей главе.

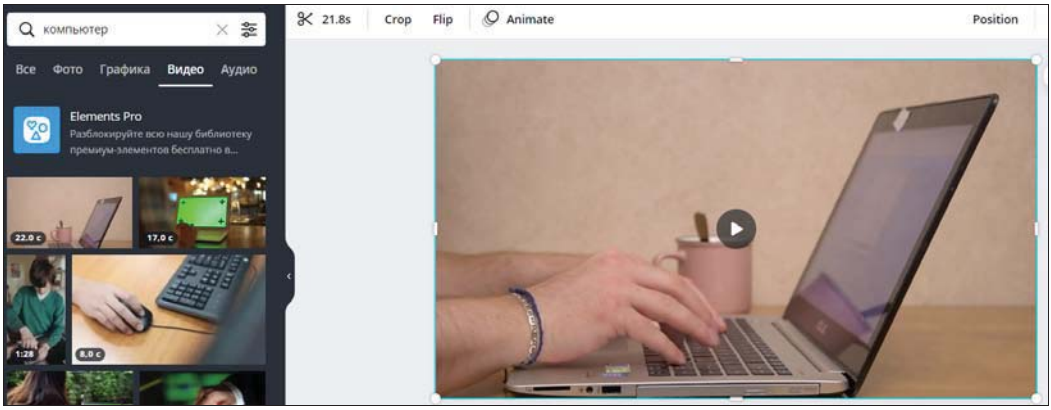


Рис. 12.59. Мы нашли бесплатное видео для нашего интро



Рис. 12.60. Обрезаем видео

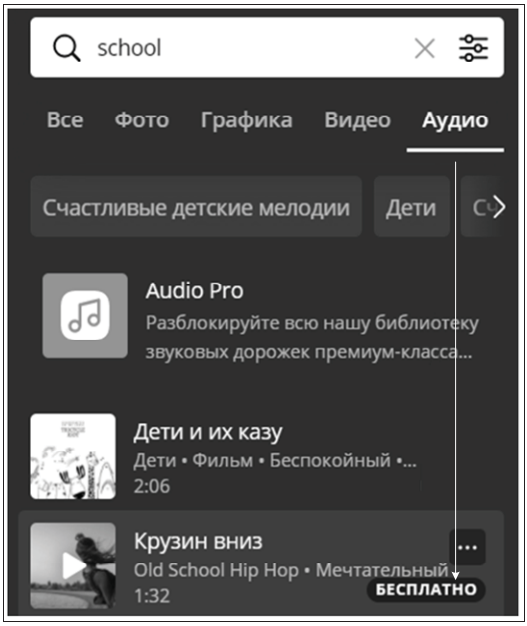


Рис. 12.61. Мы нашли бесплатное аудио

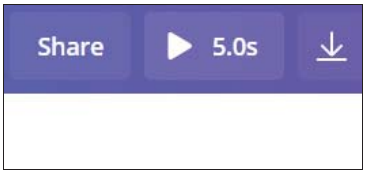


Рис. 12.62. Смотрим наше интро со звуком

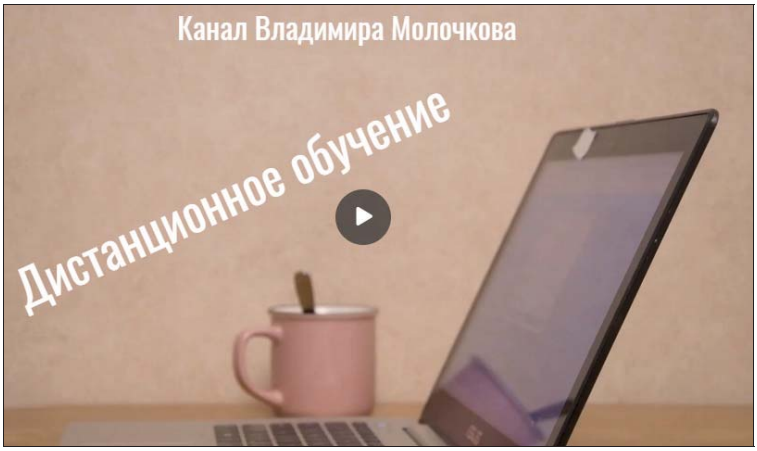


Рис. 12.63. Мы добавили к видеоролику текст

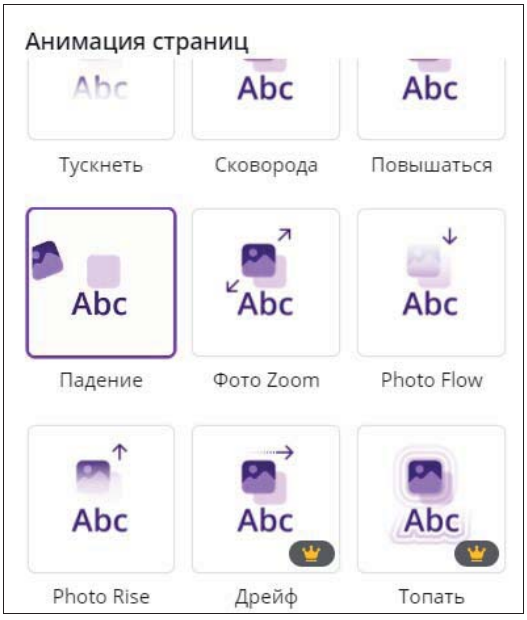


Рис. 12.64. Варианты анимации, украшенные значком короны, — платные

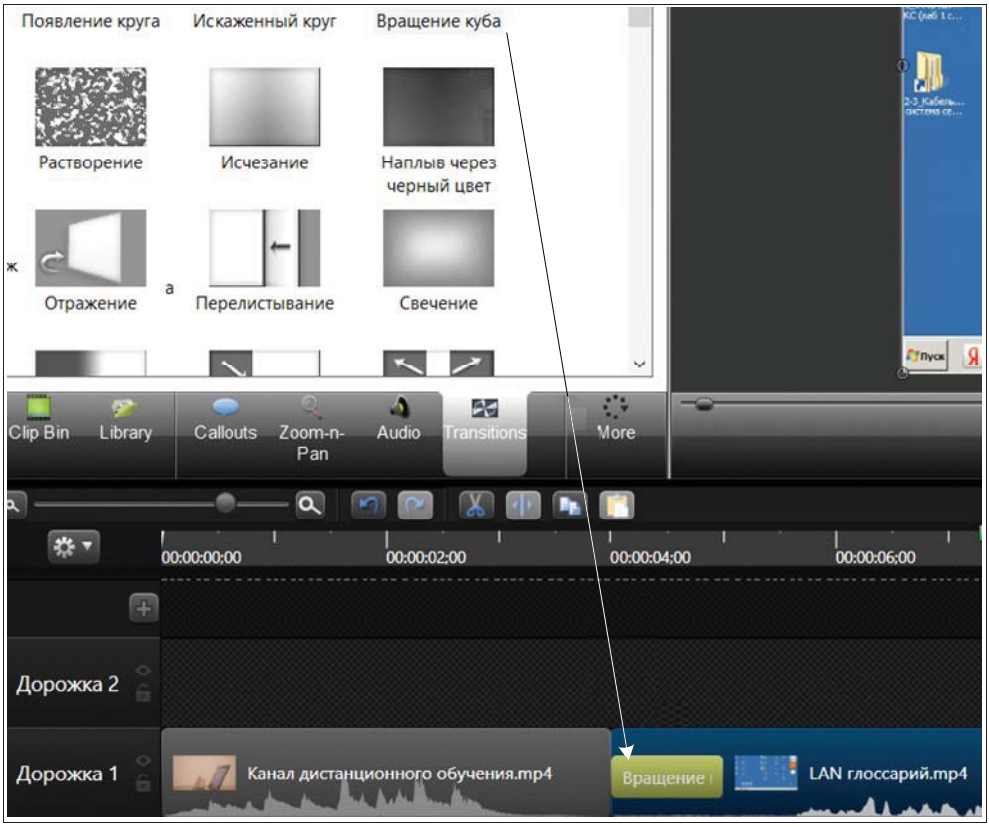


Рис. 12.65. Между интро и видеороликом мы поставили переход с названием **Вращение куба**

ГЛАВА 13



Видеоредактор Camtasia Studio

Эту главу можно рассматривать как расширение *главы 12* на описание Camtasia Studio — видеоредактора, позволяющего создавать профессиональные видео, которые могут быть использованы в самых различных областях: как учебные видео, записанные с экрана ПК, в качестве видео для YouTube и т. п. В этой главе мы рассмотрим основные этапы работы с программой. Попутно заметим, что официальной русскоязычной версии программы нет, и имеющаяся в Сети ее версия русифицирована лишь частично.

Первое знакомство с программой

Запустите программу (рис. 13.1) и для захвата видеоряда с экрана ПК выберите команду **Запись экрана** — появится рабочее окно этой команды (рис. 13.2). Выполните в нем



Рис. 13.1. Входная заставка программы

команду **Tools | Options | Hotkeys** и настройте работу основных горячих клавиш программы (рис. 13.3):

- **Record/Pause** (Запись/Пауза) — <F9>;
- **Stop** (Стоп) — <F10>;
- **ScreenDraw** (Экранные маркеры) — <Ctrl>+<Shift>+<D>.

> ***Новый термин***
>
> *Горячие клавиши* — сочетания клавиш на клавиатуре, которые выполняют те или иные действия. Иными словами, это клавиши быстрого доступа к функциям программы. Сделать операцию с помощью пары нажатий на клавиатуре — существенно быстрее, чем бродить по интерфейсу и искать требуемые команды.



Рис. 13.2. Окно для захвата экрана ПК

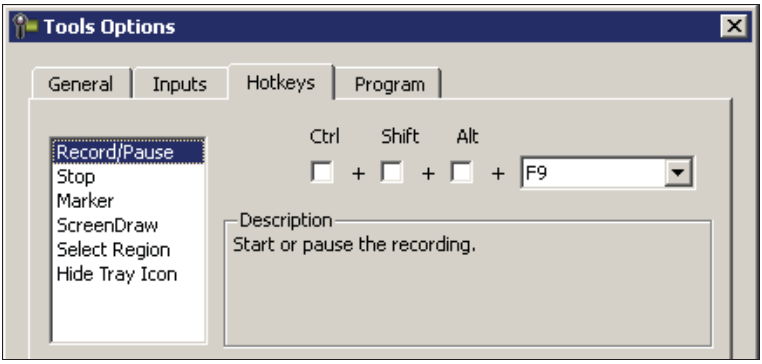


Рис. 13.3. Настройка горячих клавиш

Переключитесь затем на вкладку **General** (рис. 13.4) и выберите для видео формат AVI.

> ***Совет***
>
> Задавая настройки захвата изображения, стоит проверить, установлен ли флажок **Disable display acceleration during capture** — в этом случае захват видео будет производиться более плавно. Еще один важный флажок, который должен быть установлен во многих случаях, — **Capture layered windows**. Если его не установить, то на захваченном видео могут отсутствовать некоторые элементы интерфейса программ.

Нажмите здесь же на кнопку **File Options** и укажите в поле **Name** открывшегося окна имя будущих файлов захвата видео (у нас — **capture**) и в поле **Output folder** — каталог для их сохранения (рис. 13.5).

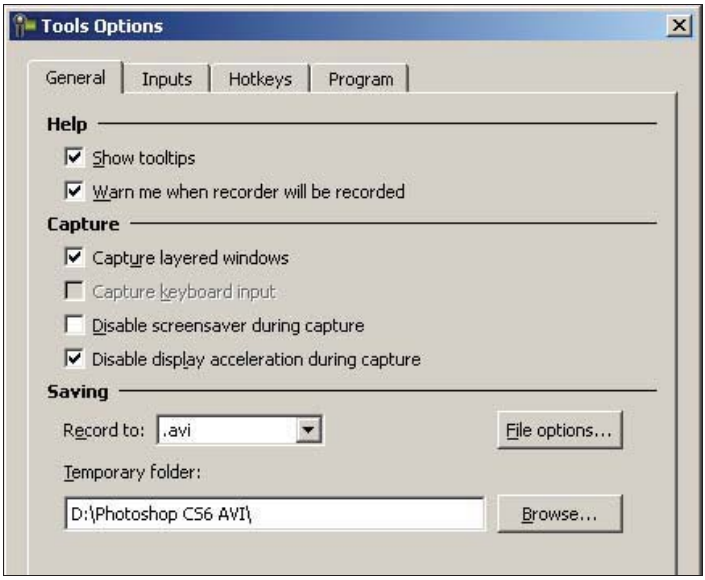


Рис. 13.4. Окно **Tools Options**: вкладка **General**

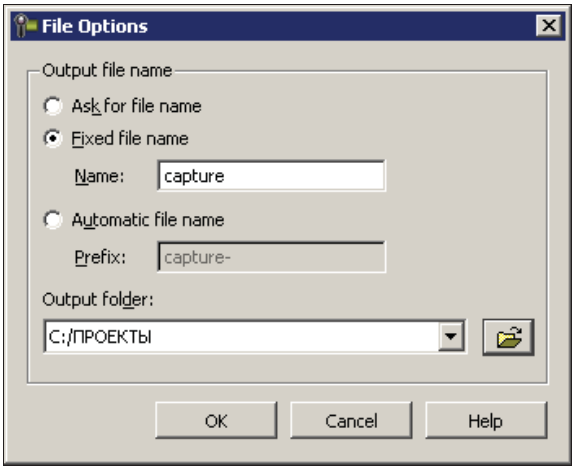


Рис. 13.5. Окно **File Options**:
указываем имя файлов захвата видео и каталог для их сохранения

Переключитесь далее на вкладку **Inputs** (рис. 13.6) и выберите частоту кадров видеопотока (в поле **Screen capture frame rate**), по нажатии на кнопку **Video settings** — кодек, с помощью которого будет записываться видео (рис. 13.7), а по нажатии на кнопку **Audio settings —** параметры записи звука из списка **Название** (рис. 13.8).

Совет

При записи видео наилучшие результаты по его сжатию без видимой потери качества даст кодек от компании TechSmith (TSCC).

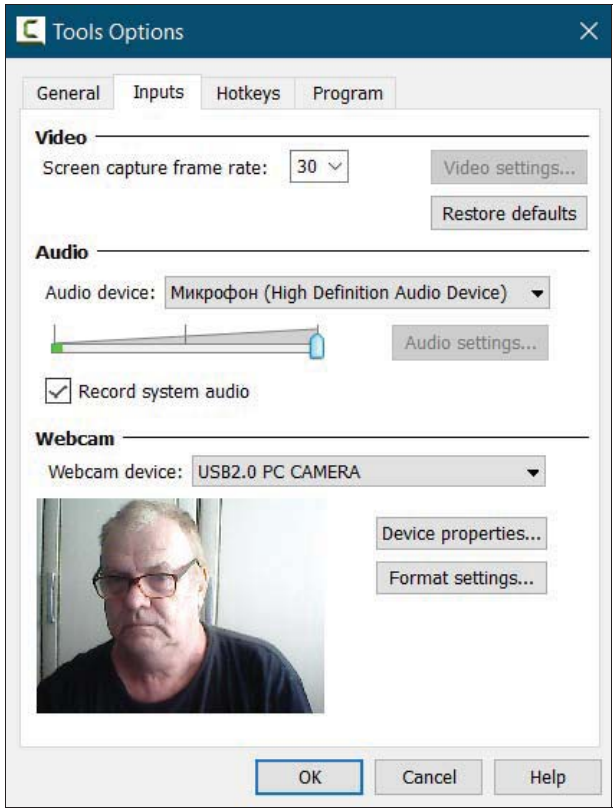


Рис. 13.6. Окно вкладки **Inputs** (здесь можно делать запись видео с веб-камеры)

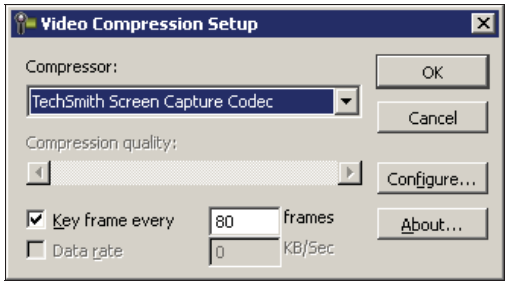


Рис. 13.7. Настройка компрессии видео (выбор видеокодека)

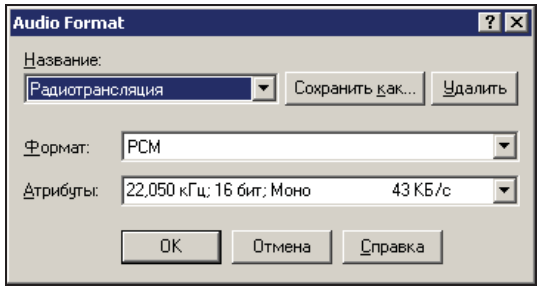


Рис. 13.8. Окно выбора параметров аудио из набора предустановок

Пример записи видеоурока

Предположим, что мы хотим создать урок по работе в калькуляторе Windows. Выберите в окне, показанном на рис. 13.2, область записи **Custom,** затем разрешение записи (рис. 13.9) и нажмите на клавишу <F9> для ее начала. При этом чем ниже вы зададите разрешение записи, тем результирующий файл будет «легче» (но качество его — хуже).

Запустите калькулятор Windows, выполняйте в нем необходимые действия и через микрофон комментируйте то, что происходит на экране ПК. Остановите запись нажатием на клавишу <F10>. Автоматически откроется окно предварительного просмотра **Preview**, в котором можно просмотреть захваченное видео. Если просмотренный материал вас устроил, нажмите на кнопку **Save and edit**, и вы попадете в окно видеоредактора (рис. 13.10). В нижней части этого окна расположена *временна́я шкала* (Timeline), на которой можно располагать записанные видеофайлы и выполнять различные операции с ними.

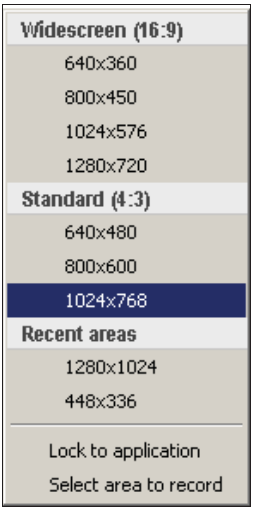


Рис. 13.9. Выбираем разрешение

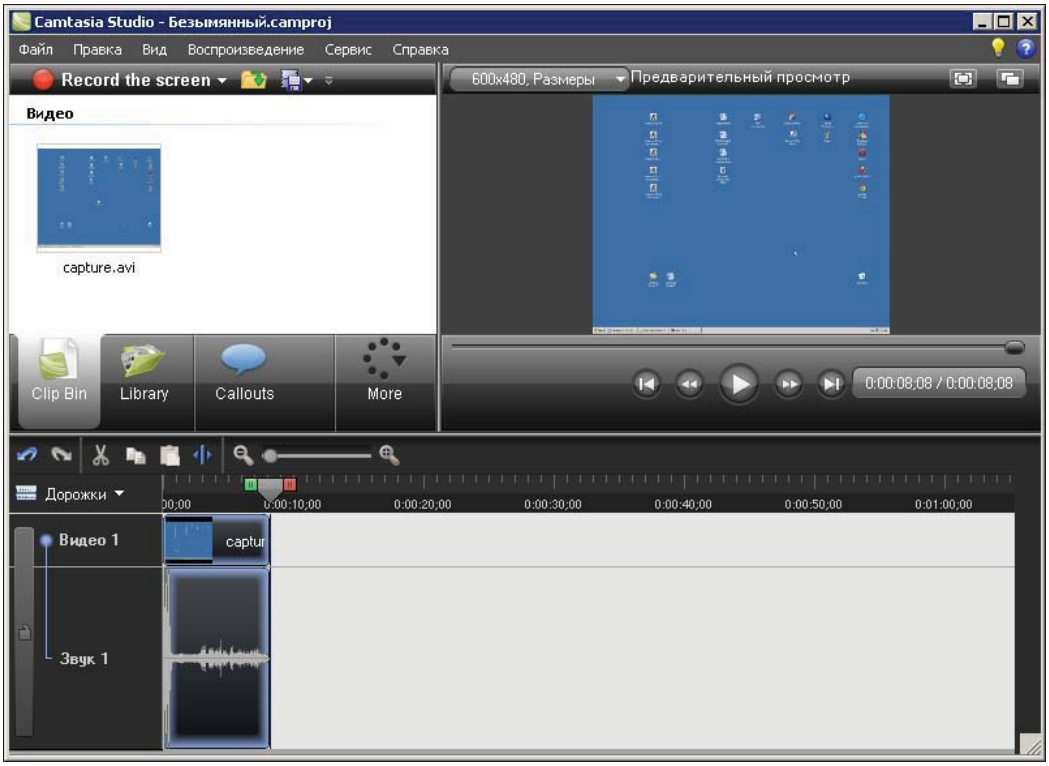


Рис. 13.10. Окно видеоредактора

Выполните на временной шкале команду **More | Title Clips** (рис. 13.11) и создайте титры для фильма (рис. 13.12). Если перетянуть их мышью в начало фильма, то они превратятся в его заголовок (рис. 13.13).



Рис. 13.11. Контекстное меню команды **More**

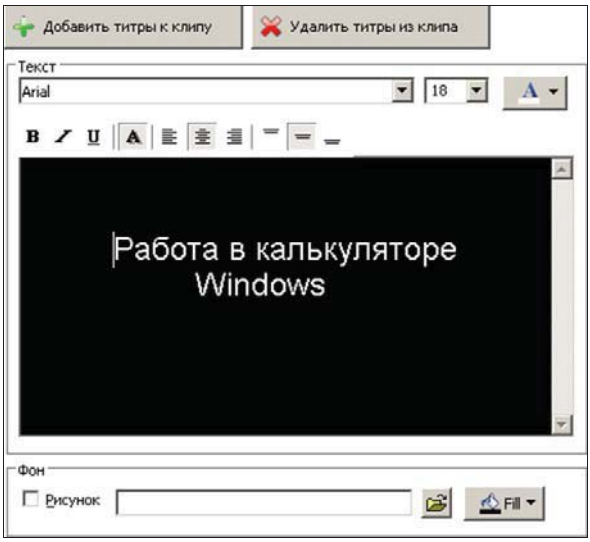


Рис. 13.12. Титры к фильму готовы

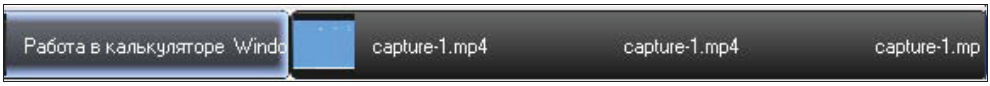


Рис. 13.13. Три сегмента фильма с общим заголовком

Обратите внимание: в видеоредакторе имеются весьма удобные средства, называемые *выносками* (callouts), в которых можно писать текст, поясняющий видео (рис. 13.14).

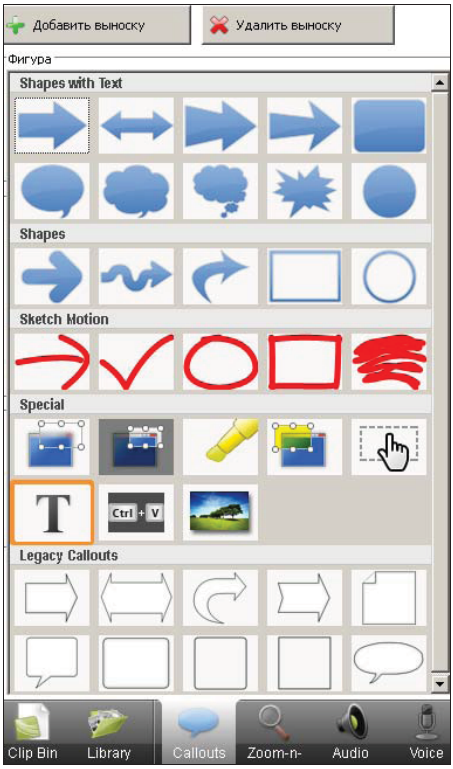


Рис. 13.14. В этих выносках можно писать текст

Сохранение готового фильма

Для сохранения готового фильма нажмите в главном окне программы Camtasia Studio на кнопку **Produce and share** и выберите шаблон **Web** (рис. 13.15). Затем нажмите на кнопку **Далее**, задайте имя файла фильма и выберите каталог для его сохранения

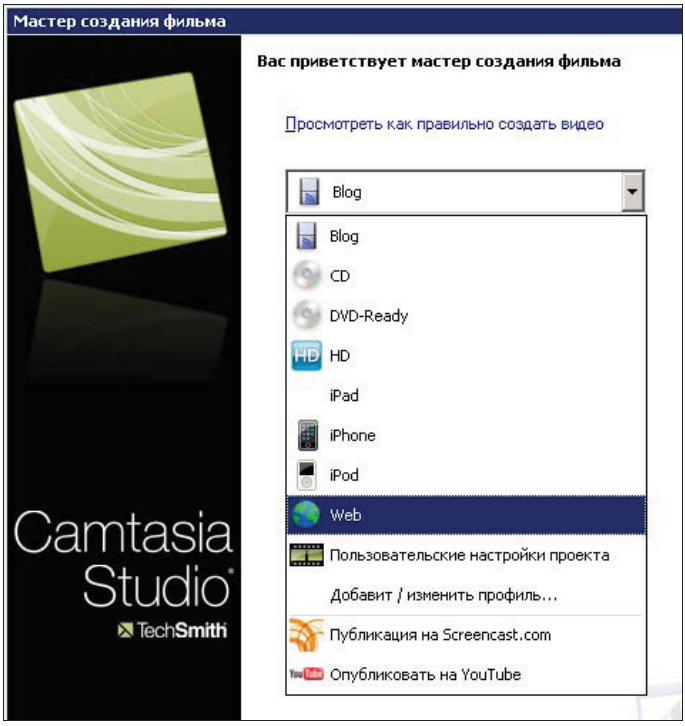


Рис. 13.15. Выбираем из списка вариант сохранения готового фильма

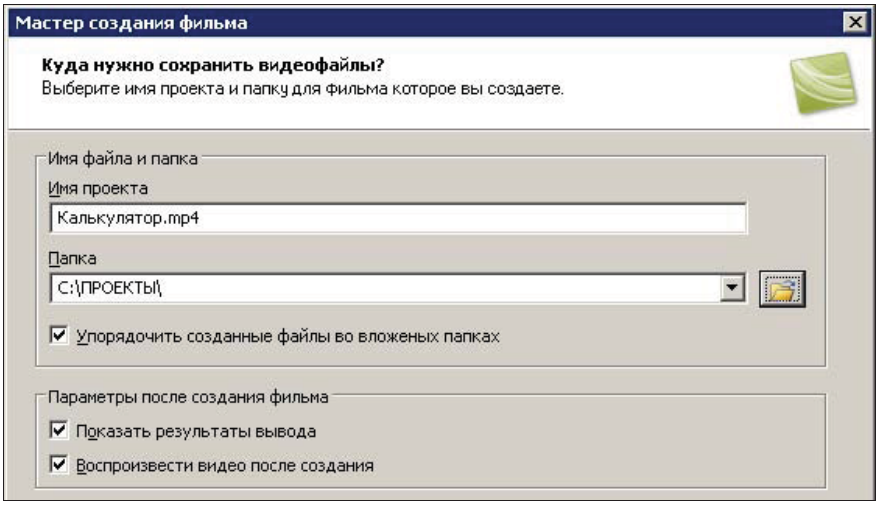


Рис. 13.16. Окно мастера создания фильма

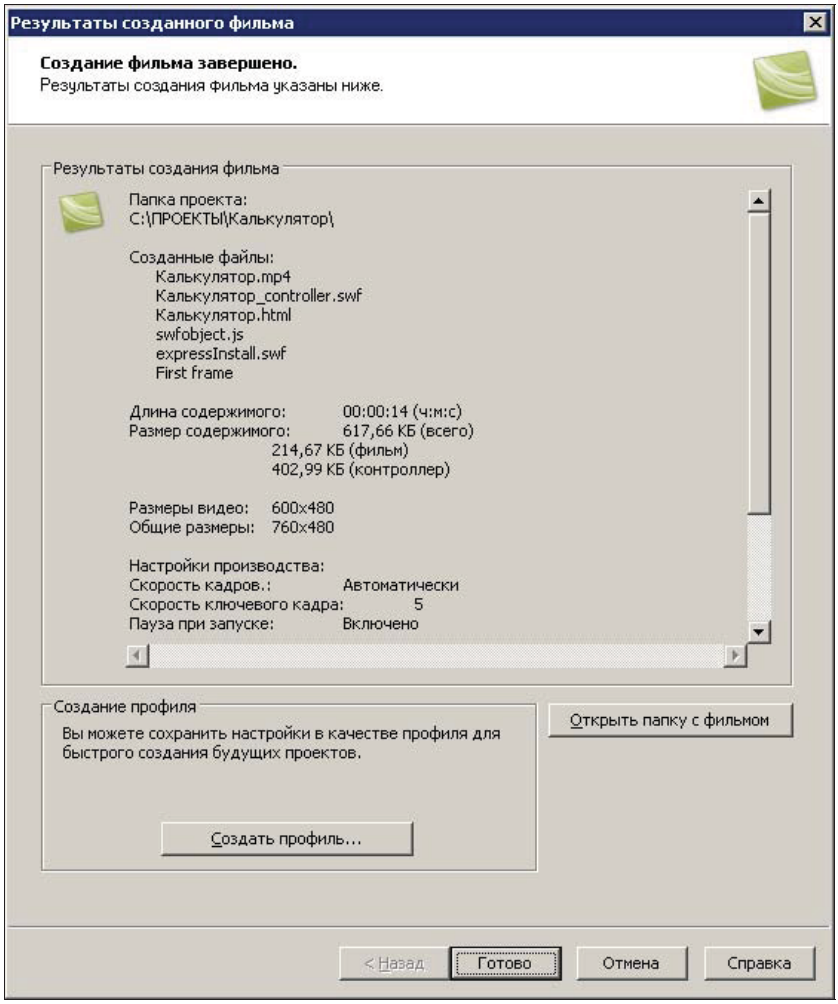


Рис. 13.17. Окно **Результаты созданного фильма**

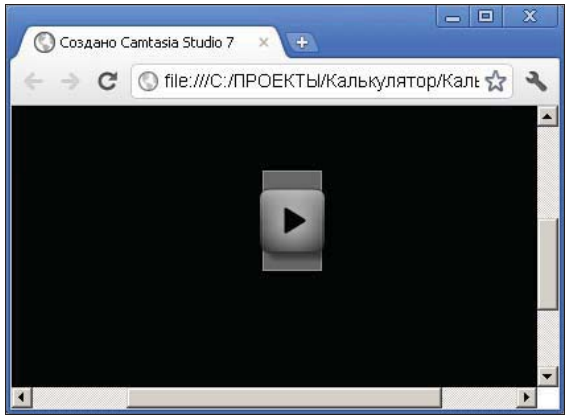


Рис. 13.18. Работа над фильмом завершена

(рис. 13.16). В завершение нажмите на кнопку **Готово** — начнется расчет видео, после чего откроется окно с характеристиками созданного фильма (рис. 13.17).

Посмотреть полученный результат можно с помощью встроенного в программу плеера (рис. 13.18).

Полезные приемы работы и команды

Рассмотрим несколько полезных практических приемов работы с программой Camtasia Studio.

Разделение аудио и видео

В главном окне программы Camtasia Studio правой кнопкой мыши вызовите контекстное меню и выберите в нем команду **Отдельно видео и аудио** (рис. 13.19). В результате звук и видео будут разнесены по отдельным дорожкам (рис. 13.20).

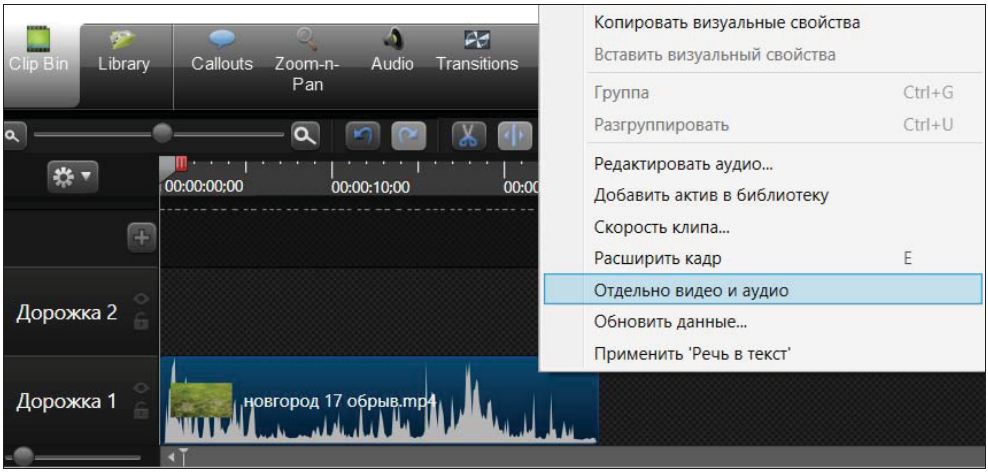


Рис. 13.19. Здесь звук и видео еще вместе и расположены на Дорожке 1

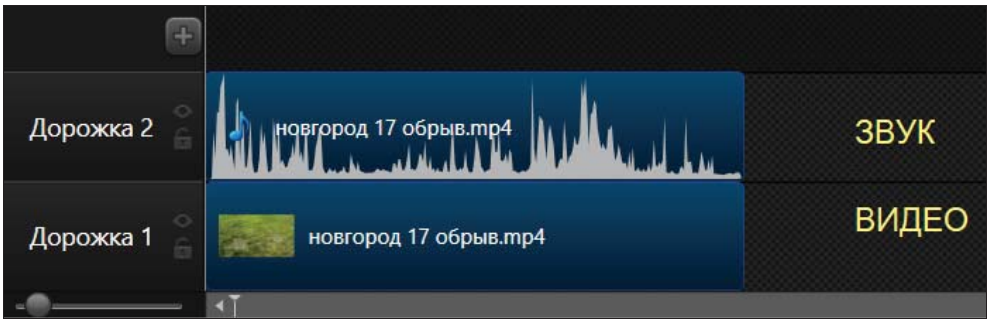


Рис. 13.20. Разделяем аудио и видео по отдельным дорожкам

Объединение двух видео в одно

Импортируйте в программу два видеоролика — по умолчанию они встанут на разные дорожки (рис. 13.21). Отбуксируйте мышью верхнее видео с Дорожки 2 на Дорожку 1 и соедините (сдвиньте) их вместе — два видео сольются в одно (рис. 13.22).



Рис. 13.21. Мы импортировали в программу два видео

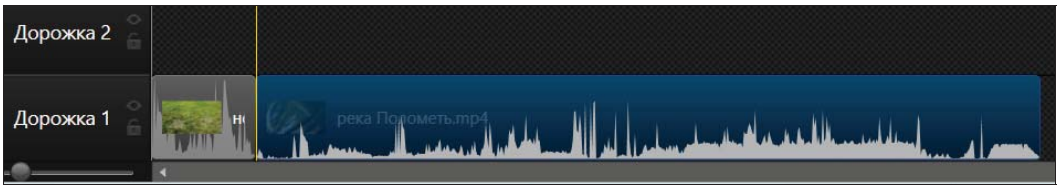


Рис. 13.22. Два видео слиты в одно

Вырезание фрагмента видео

Чтобы выделить подлежащий удалению фрагмент из видео, поставьте указатель в начало этого фрагмента и потяните его мышью вправо до конца удаляемого фрагмента (рис. 13.23). Для удаления выделенного фрагмента щелкните на значке ножниц (рис. 13.24).

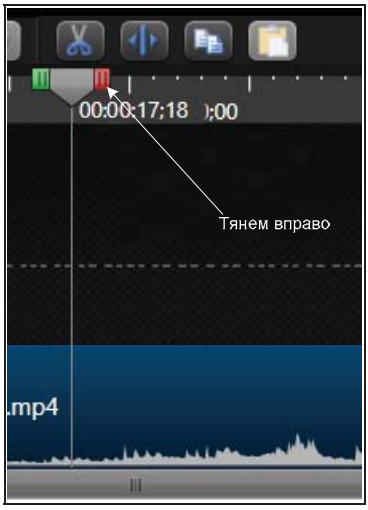


Рис. 13.23. Буксируем мышью указатель от начала удаляемого фрагмента до его конца

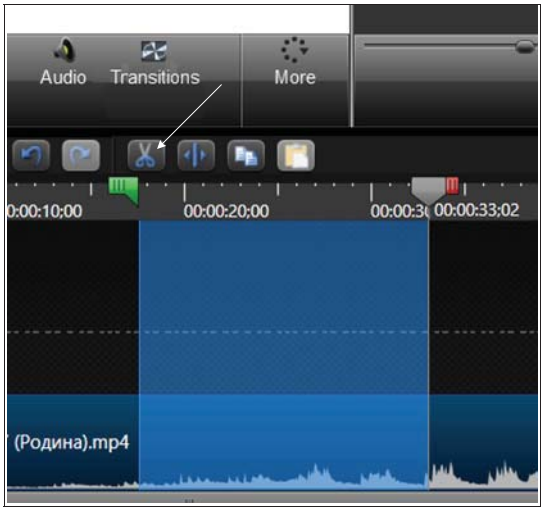


Рис. 13.24. По щелчку на значке ножниц выделенный фрагмент будет из видео удален

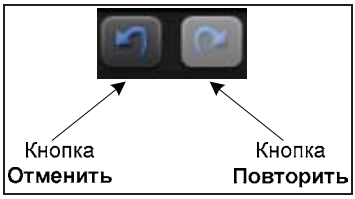


Рис. 13.25. Кнопки **Отменить** и **Повторить**

Совет

При ошибке в действиях пользуйтесь кнопками **Отменить** и **Повторить** (рис. 13.25).

Добавление надписи в видео

Для добавления текста к видео выполните команду **Инструменты | Выноски** (рис. 13.26).

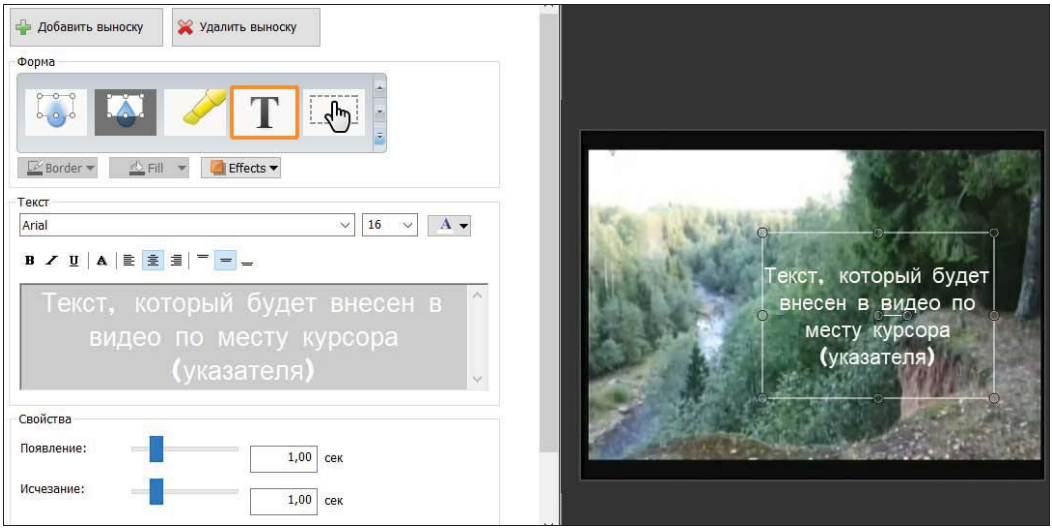


Рис. 13.26. Написанный на выноске текст будет вставлен в видео

Масштабирование

Команда **Инструменты | Масштабирование** позволяет нужную мелкую часть видеозаписи показать крупно (рис. 13.27).

Добавление к видео своего водяного знака

Для добавления к видео ранее созданного нами водяного знака, его картинку формата PNG импортируйте в корзину файлов мультимедиа, вставьте на временну́ю шкалу (таймлайн), а затем отредактируйте продолжительность ее демонстрации, а также размер водяного знака и место на видео (рис. 13.28).

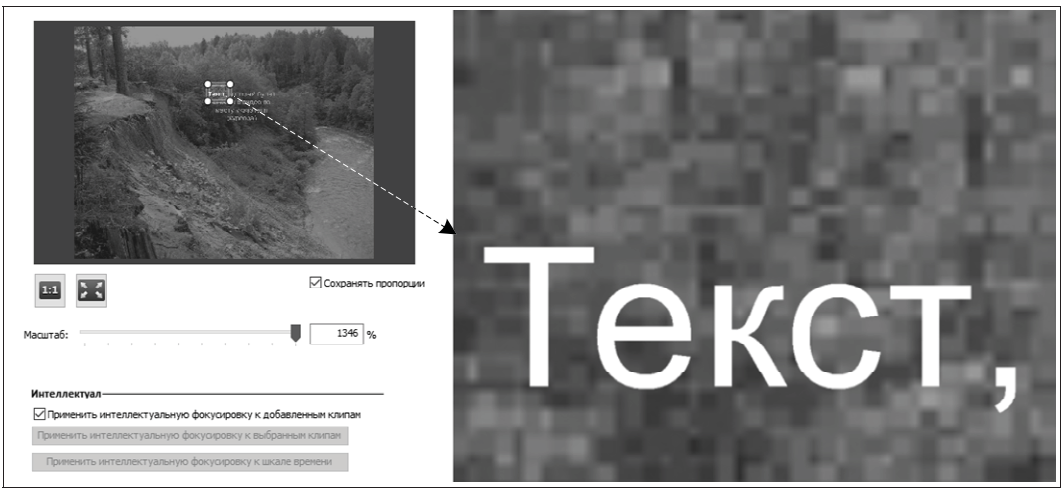


Рис. 13.27. Пример работы инструмента **Масштабирование**

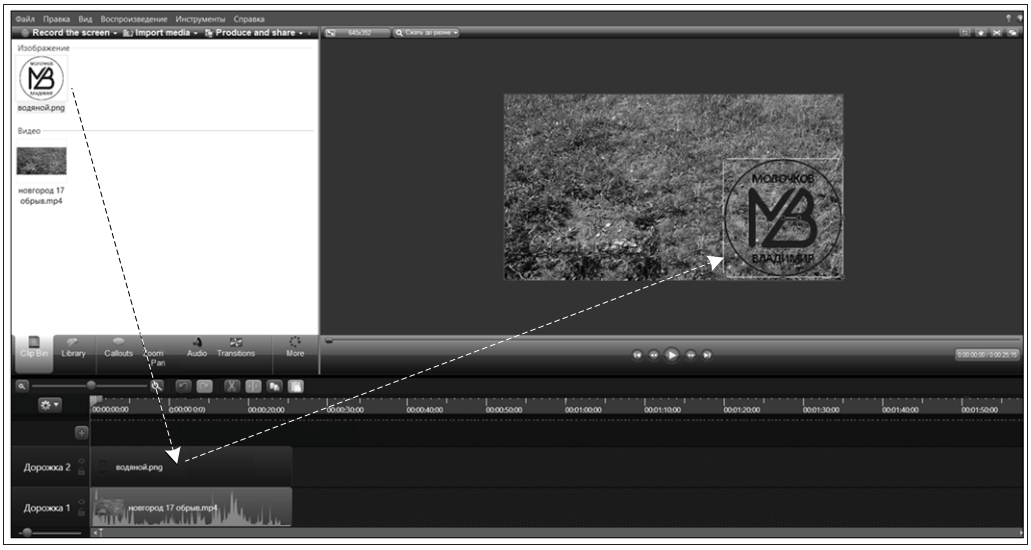


Рис. 13.28. Водяной знак с Дорожки 2 будет наложен на видео с Дорожки 1 на все время демонстрации этого видео

Сохранение видео для его последующей загрузки на YouTube

Для отредактированного вами (готового) видео выполните команду **Файл | Создать и опубликовать** и выберите **Пользовательские настройки проекта.** Нажмите на кнопку **Далее** и выберите формат видео **mp4**. По нажатии на кнопку **Далее** добавьте водяной знак (рис. 13.29), дайте название для видео и укажите место на диске для его сохранения. Затем нажмите на кнопку **Готово** и ждите, когда завершится обработка вашего проекта.

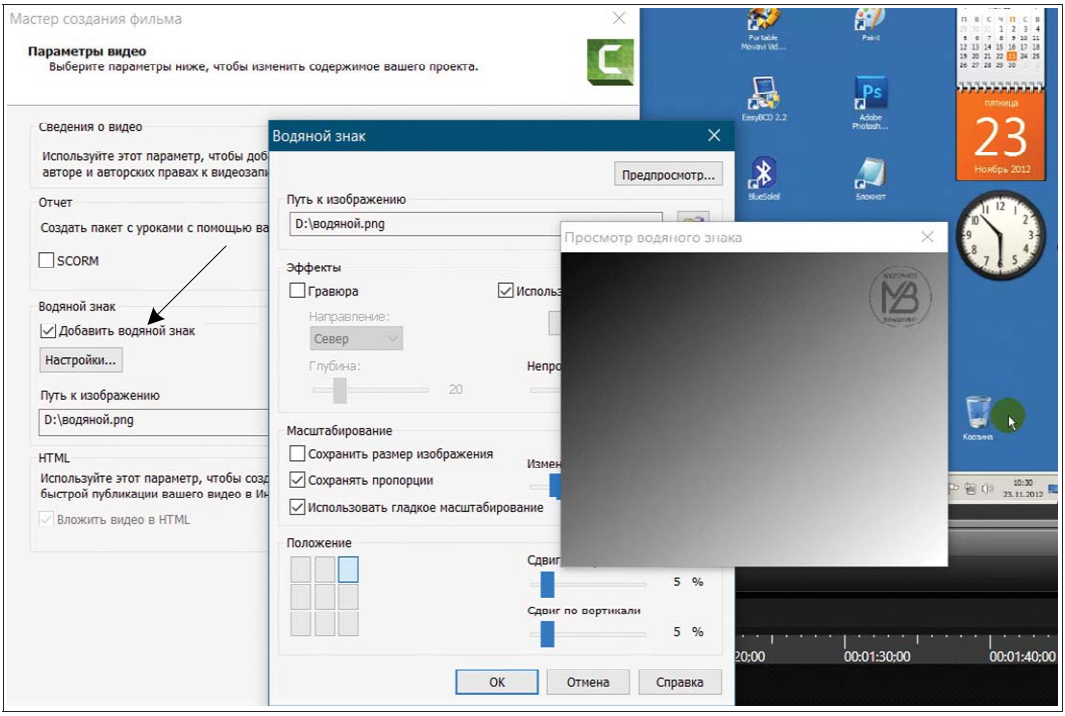


Рис. 13.29. Добавляем на видео свой водяной знак

Рисование экранных примитивов

В учебных видео часто приходится рисовать стрелки и различные графические примитивы. В табл. 13.1 приведены полезные клавиши и их комбинации, упрощающие эту работу. Чтобы включить или отключить режим рисования в Camtasia Studio, нажмите комбинацию клавиш <Ctrl>+<Shift>+<D> и пользуйтесь для рисования примитивов горячими клавишами из табл. 13.1.

Таблица 13.1. *Горячие клавиши в редакторе Camtasia Studio*

Опция	Сочетание клавиш
Активировать режим рисования, экранные маркеры (ScreenDraw)	Ctrl + Shift + D (по умолчанию, можно перенастроить)
Рамка (Frame)	F
Подсветка (Highlight)	H
Эллипс (Ellipse)	E
Ручка (Pen)	P
Линия (Line)	L
Стрелка (Arrow)	A
Черный (BlacK)	K

Таблица 13.1 *(окончание)*

Опция	Сочетание клавиш
Синий (Blue)	B
Голубой (Cyan)	C
Зеленый (Green)	G
Желтый (Yellow)	Y
Белый (White)	W
Пурпурный (Magenta)	M
Красный (Red)	R
Отменить маркер	Ctrl + Z
Повторить маркер	Ctrl + Y
Выход из режима ScreenDraw	ESC

ГЛАВА 14



Соцсети ВКонтакте и Instagram

В этой главе мы рассмотрим возможности соцсетей ВКонтакте и Instagram для «раскрутки» нашего сайта.

Продвижение сайта через сообщество ВКонтакте

Проект **vk.com** (VK, ВКонтакте, Контакт или ВК) — краткое название социальной сети, принадлежащей российскому интернет-порталу Mail.ru, включающему значительное количество различных сервисов. В свою очередь, Mail.ru финансируется и управляется инвестиционным фондом Digital Sky Technologies — частной российской компанией, созданной для управления активами интернет-проектов. Сеть ВКонтакте позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения, создавать собственные веб-страницы и сообщества, публиковать в Интернете изображения, аудио- и видеозаписи, переводить деньги и др. Ежедневно ВКонтакте посещает каждый третий пользователь русскоязычного Интернета.

Создание сообщества ВКонтакте

Создание сообщества ВКонтакте — один из бесплатных способов прорекламировать свой сайт (или сайты). Если вы уже зарегистрировались ВКонтакте, то для создания сообщества выполните на своей странице команду **Сообщества | Создать сообщество** (рис. 14.1), в открывшемся окне выберите вариант **Группа по интересам** (рис. 14.2), заполните необходимые поля в предложенной панели **Создание сообщества** (рис. 14.3) и нажмите там на кнопку **Создать сообщество.**

На следующем шаге нажмите на кнопку **Загрузить фотографию** (рис. 14.4), загрузите аватарку (фото) сообщества в формате PNG и установите статус сообщества — у нас это будет **Дистанционное обучение через ZOOM** (рис. 14.5). Добавьте также описание, которое может влиять на поиск вашего сообщества. Закончив описание, нажмите на галочку, показанную стрелкой на рис. 14.6.

Затем войдите в раздел **Управление** сообществом и добавьте обложку. Сохранив ее, мы получим окончательное представление нашего сообщества ВКонтакте (рис. 14.7).

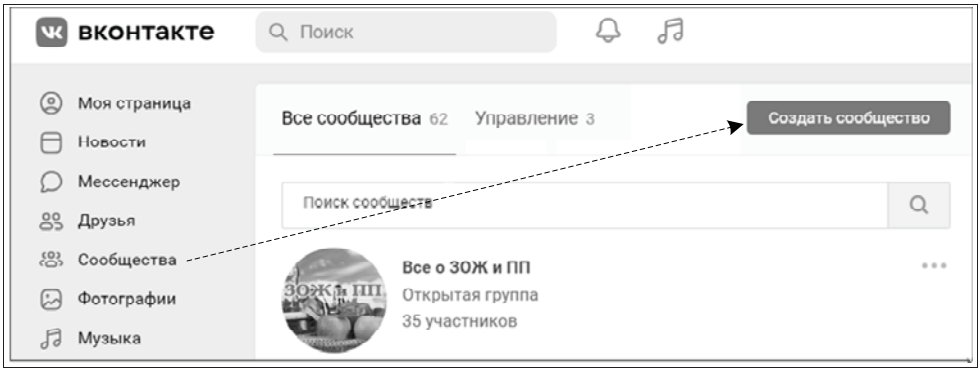


Рис. 14.1. Создаем сообщество



Рис. 14.2. Выбираем вариант **Группа по интересам**

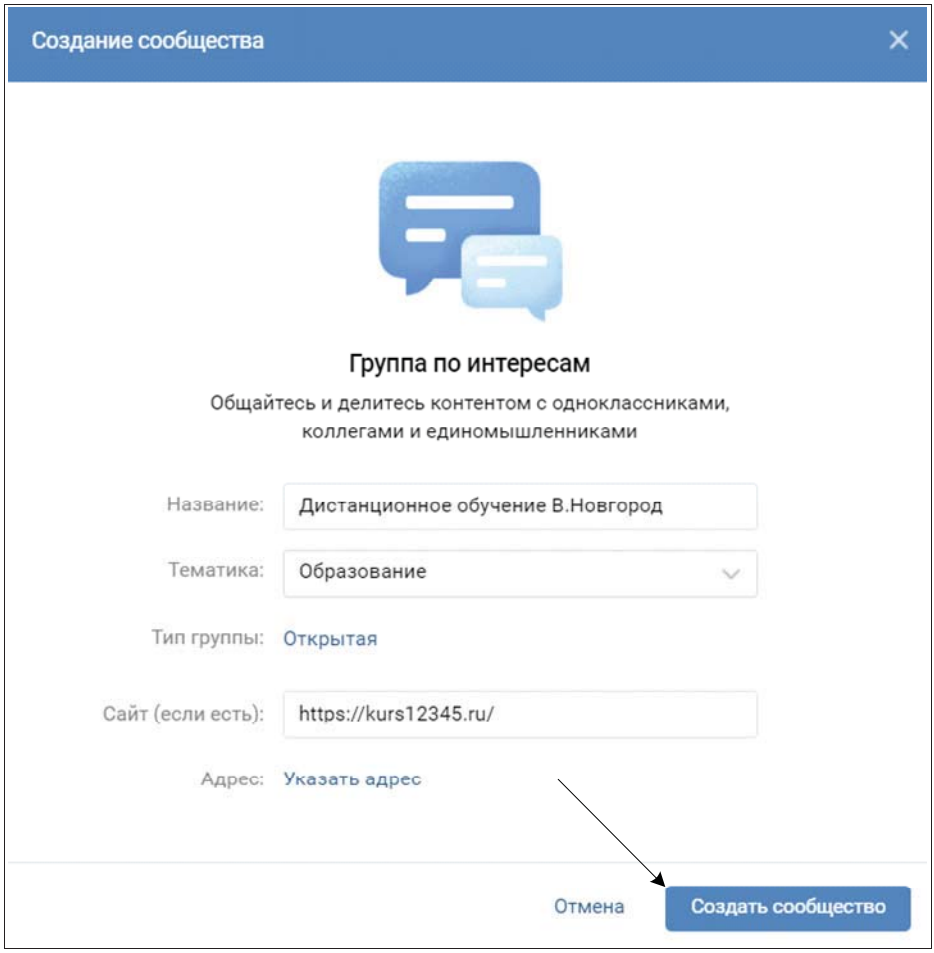


Рис. 14.3. Описываем создаваемую группу по интересам

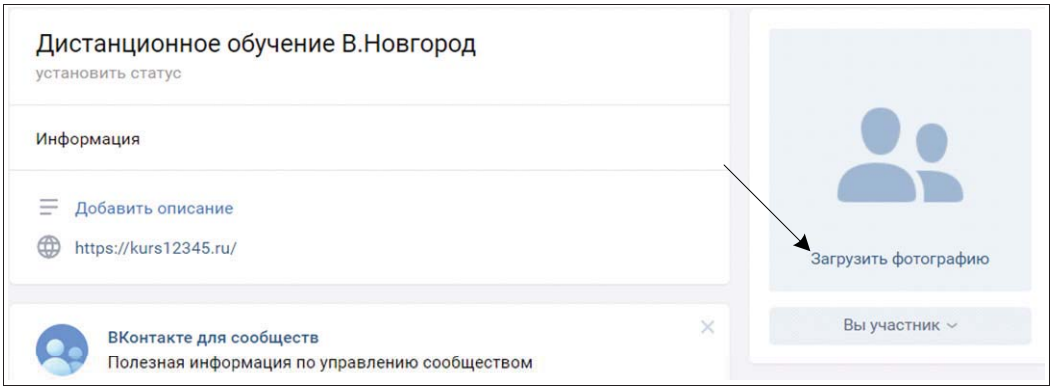


Рис. 14.4. Загружаем аватарку сообщества

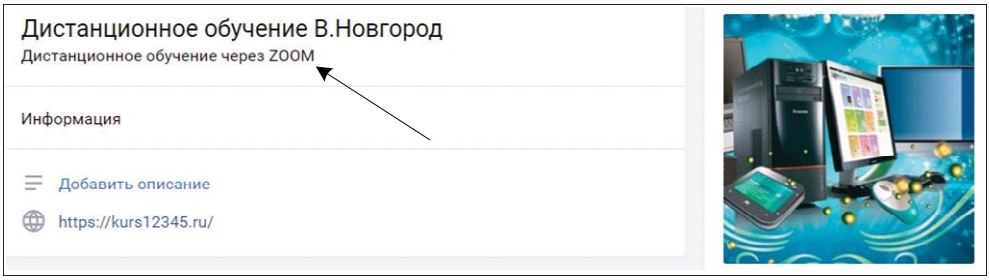


Рис. 14.5. Устанавливаем статус сообщества

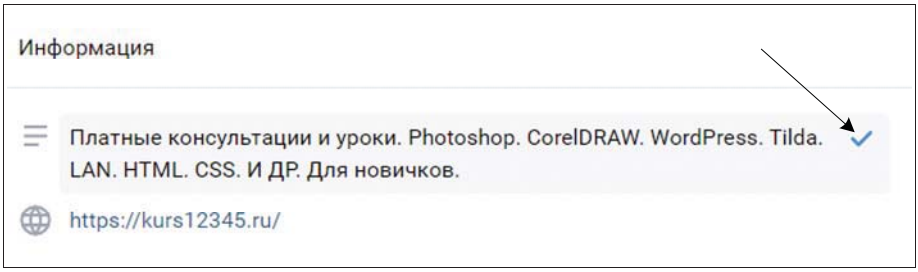


Рис. 14.6. Добавляем описание сообщества

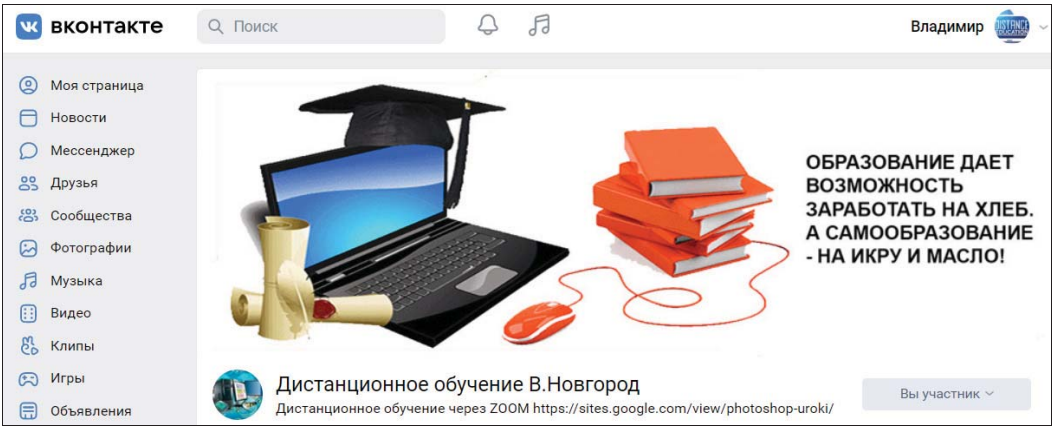


Рис. 14.7. Мы создали обложку сообщества

Обратите внимание, что адрес нашего сообщества неудобен — это просто набор цифр, а потому он сложен для запоминания (рис. 14.8). Но его можно сделать более запоминающимся, если цифры адреса заменить на понятную надпись **OBUCHENIE_NOVGOROD**. Убедитесь, что такой адрес не занят, и сохраните результат (рис. 14.9).

Далее можно создать кнопку действия и закрепить за ней нужное вам действие — например, открыть сайт (рис. 14.10), настроить комментарии (рис. 14.11) и добавить в сообщество ссылки. Дайте, например, сейчас ссылку на наш канал в YouTube (рис. 14.12). Впрочем, ссылок в сообщество допускается добавить любое количество — воспользуемся этой возможностью и добавим еще парочку (рис. 14.13). Ссылки по умолчанию размещаются в правом сайдбаре, и их можно редактировать.

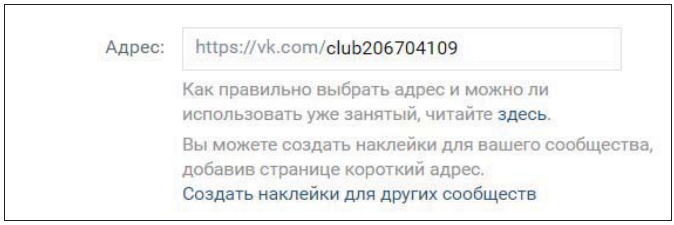


Рис. 14.8. Пока еще адрес нашего сообщества — это просто набор цифр

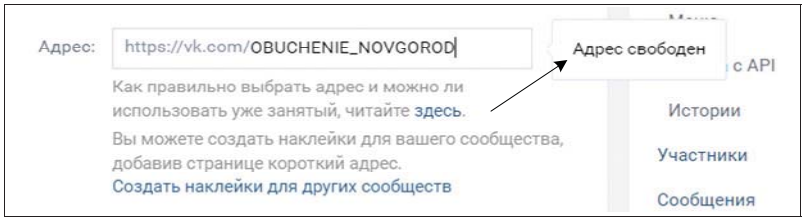


Рис. 14.9. Выбранный нами адрес свободен

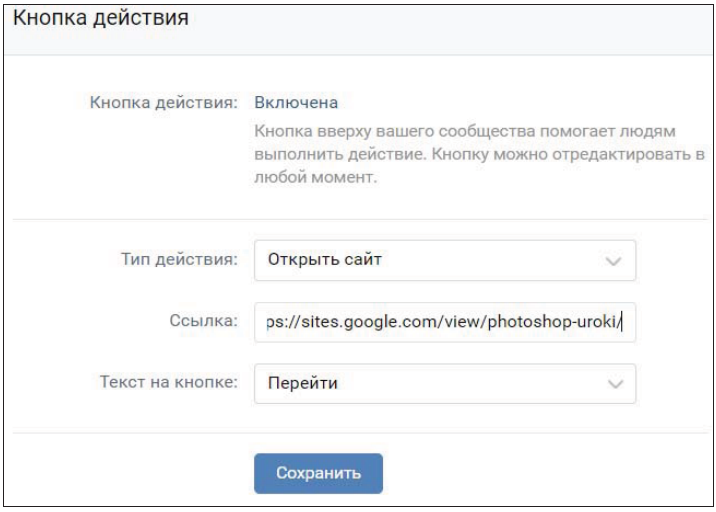


Рис. 14.10. Сохраняем созданную нами кнопку действия

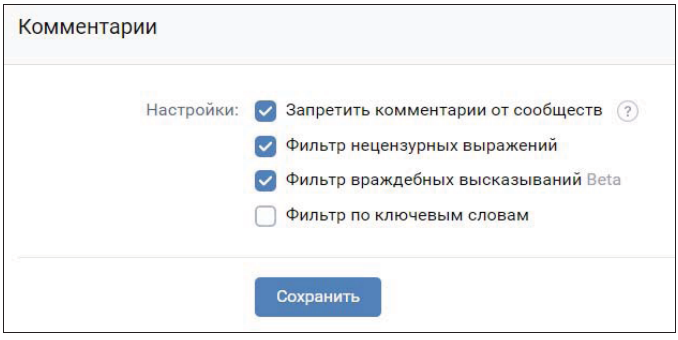


Рис. 14.11. Устанавливаем флажки для комментариев

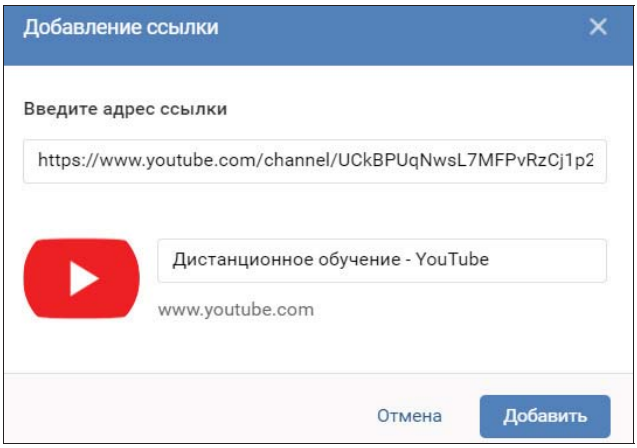


Рис. 14.12. Создаем в сообществе ссылку на свой канал в YouTube

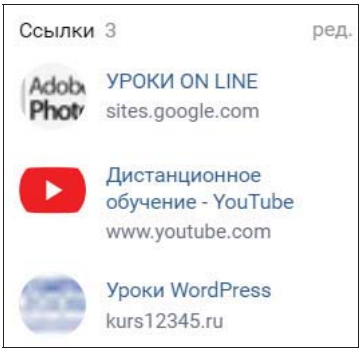


Рис. 14.13. Всего мы добавили три ссылки

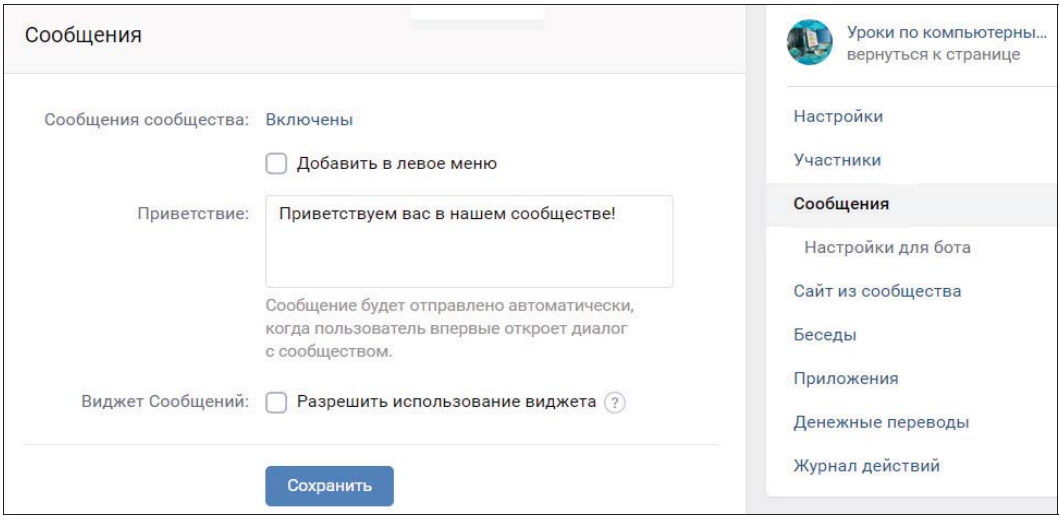


Рис. 14.14. В этом окне напишем наше приветствие и нажмем на кнопку **Сохранить**

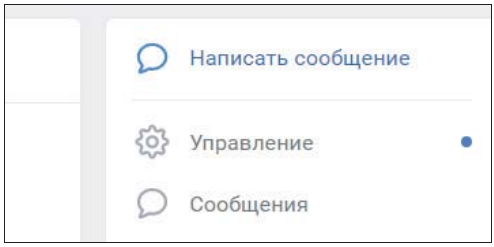


Рис. 14.15. Раздел правого сайдбара, в котором каждый посетитель сообщества может написать сообщение его владельцу

Следует также создать возможность писать нам сообщения. Каждый, кто соберется написать нам в сообщество сообщение, получит текст приветствия, которое надо сейчас вписать в поле **Приветствие** раздела **Сообщения** (рис. 14.14). Предложение **Написать сообщение** появится в правом сайдбаре (рис. 14.15).

Наполнение и продвижение сообщества

Сообщество мы будем наполнять *постами* — записями на сайте. Наиболее популярны такие посты, как фото, видео и опросы (рис. 14.16). Обратите внимание на значок на панели, показанной на рис. 14.16, — это *постер*. Постер ВКонтакте позволяет оформить пост с красивым фоном (рис. 14.17). Нажав на значок шестеренки в окне, показанном на рис. 14.17, вы получите возможность настроить параметры поста (рис. 14.18). А используя **Уникальный постер**, можно загрузить для поста собственный фон (рис. 14.19).

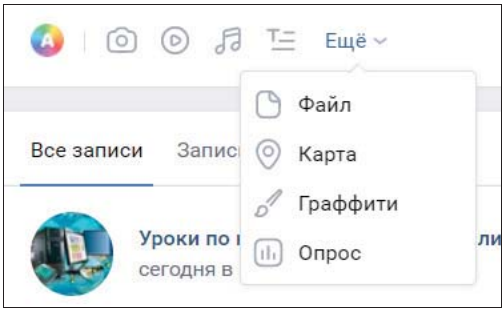


Рис. 14.16. Варианты постов ВКонтакте

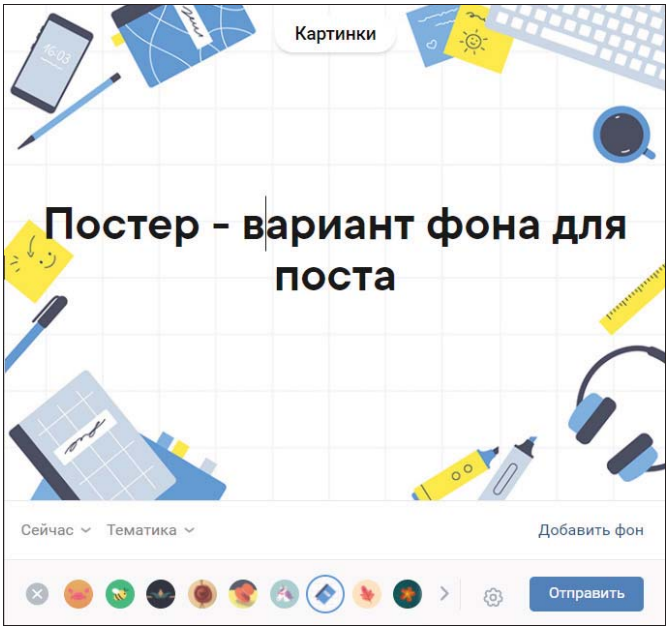


Рис. 14.17. Постер ВКонтакте служит подложкой для красочного оформления поста

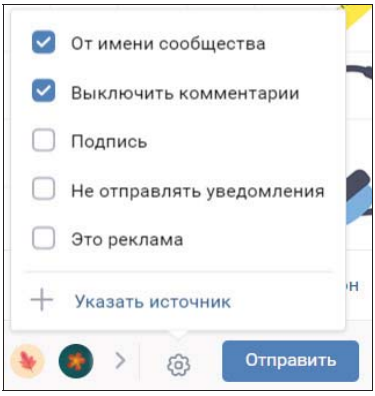


Рис. 14.18. Нажатие на значок шестеренки в постере открывает меню настройки параметров поста



Рис. 14.19. Окно **Уникальный постер** позволяет загрузить для поста собственный фон

Хештеги ВКонтакте

Новый термин

Хештег (от *англ.* hash — решетка, tag — метка) — слово или фраза, перед которой стоит символ #. Хештеги представляют собой ключи, по которым вы можете фильтровать посты (записи). Происходит это через поиск по хештегам. Писать хештеги можно как на русском, так и на английском языке. Пробелы в них недопустимы — вместо пробелов можно использовать знак нижнего подчеркивания. После публикации поста все ключевые слова в нем превращаются в гиперссылки, и при нажатии на такую ссылку (хештег) будут отображены записи, помеченные этим хештегом.

Хештеги используются практически во всех социальных сетях. ВКонтакте разрешено размещение до 10 хештегов в пост, но это лишнее — трех-четырех грамотно сделанных хештегов будет вполне достаточно. При этом хештеги могут находиться в любом месте текста — необязательно в начале его или в конце. Хештеги ВКонтакте помогают решать следующие задачи:

- увеличение аудитории сообщества;
- повышение узнаваемости сообщества;
- продвижение (раскрутка) сообщества.

Чтобы познакомиться с тем, как работают хештеги практически, давайте наберем в поисковой строке `#wordpress` и нажмем на клавишу <Enter> (рис. 14.20). В результатах поиска у нас появятся все посты, имеющие этот хештег. Один из таких постов показан на рис. 14.21.

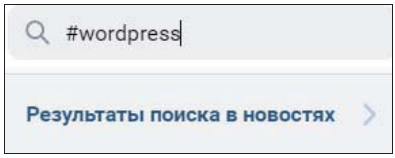


Рис. 14.20. В поиске мы написали хештег **#wordpress**

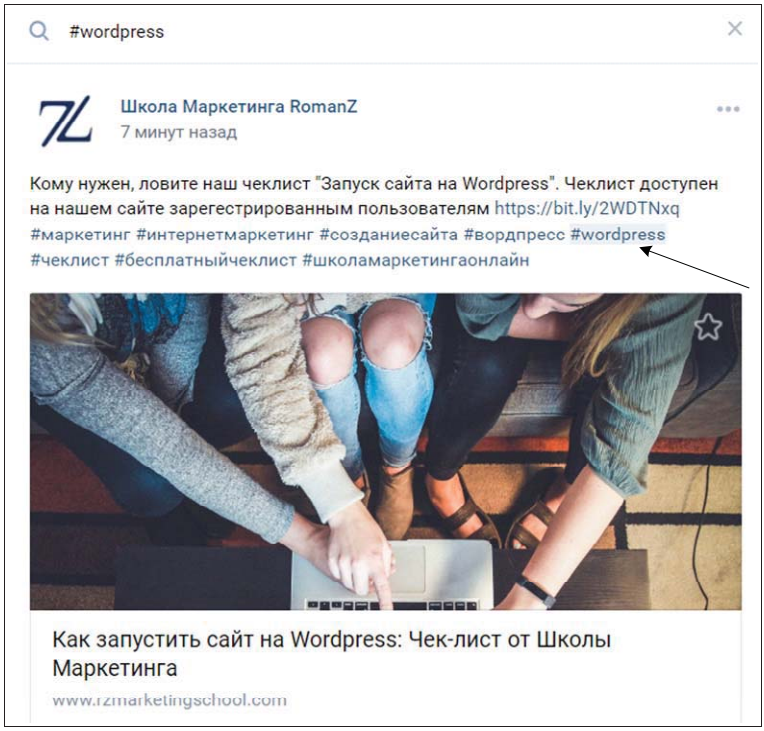


Рис. 14.21. Этот пост найден ВКонтакте по хештегу **#wordpress**

Вот так и ваш пост можно будет по хештегам найти ВКонтакте через строку **Поиск**. Хештеги ВКонтакте привлекают в группу трафик и способствуют продвижению сообщества.

Пример написания поста о новой статье на сайте

Здесь мы разберемся, как можно написать пост в ВКонтакте. Найдите в сообществе область, показанную на рис. 14.22. На своем сайте в Сети скопируйте часть какой-нибудь заметки или статьи, вставьте этот текст в поле **Напишите что-нибудь** в своем сообществе и сопроводите его ссылкой на полный текст этой статьи на своем сайте



Рис. 14.22. В поле **Напишите что-нибудь** мы сделаем запись (пост)

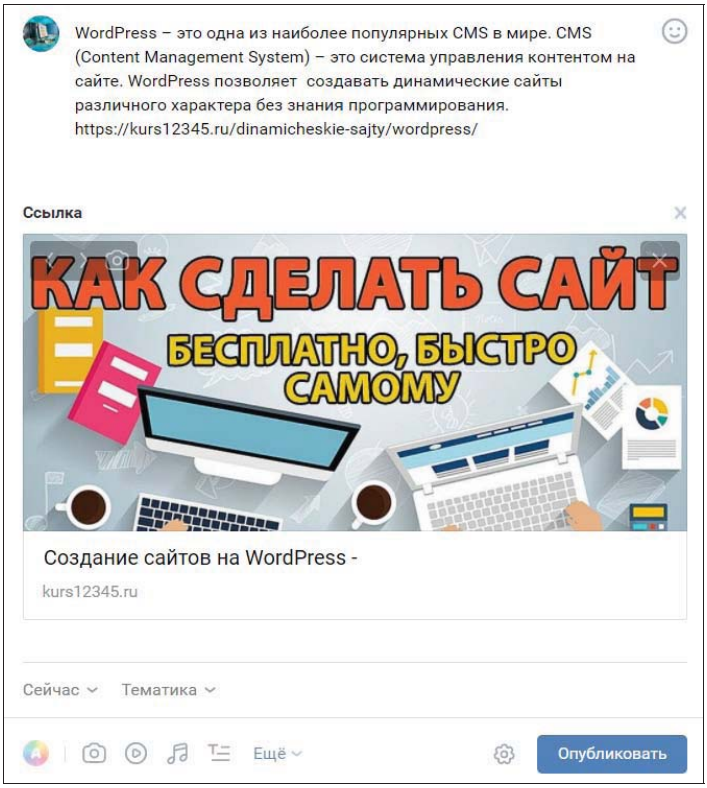


Рис. 14.23. Часть статьи и ссылка на полный текст статьи вставлены в пост

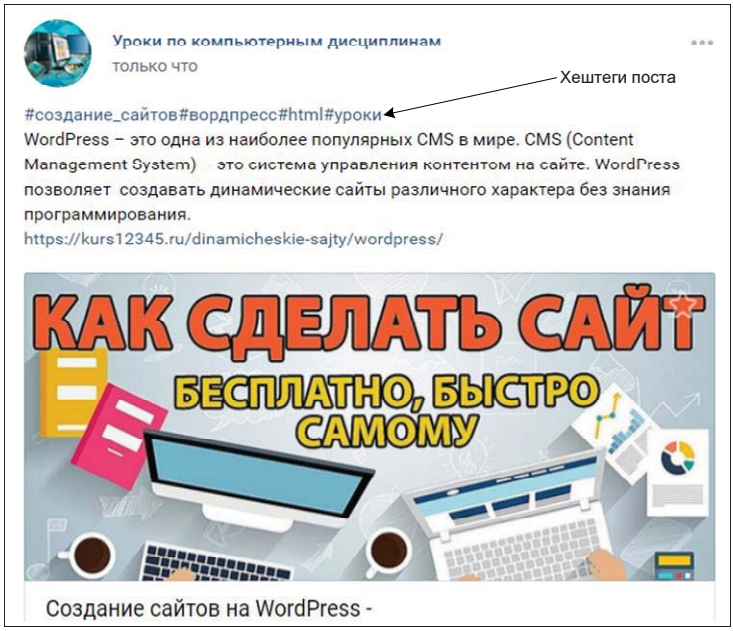


Рис. 14.24. Пост, содержащий часть статьи с сайта, ссылку на нее на сайте и четыре хештега, создан

(рис. 14.23), после чего добавьте в пост четыре хештега (рис. 14.24) и нажмите на кнопку **Опубликовать**.

Способы «раскрутки» сообщества

Способы «раскрутки» (продвижения) сообщества бывают платные и бесплатные. Рассмотрим пока бесплатные.

Первый совет: публикуйте интересный и полезный контент, приглашайте в группу своих друзей (рис. 14.25) — это бесплатно.

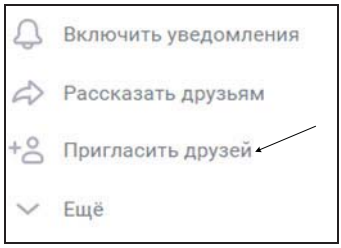


Рис. 14.25. Пригласите друзей

Второй совет такой: через администраторов аналогичных групп можно делать взаимную рекламу (публикуя посты в группах). Это будет бесплатно, поскольку работает по бартеру.

Третий совет: можно сделать на своем сайте (где уже есть аудитория) ссылку на ваше сообщество ВКонтакте (рис. 14.26). Настроив гиперссылку и нажав на кнопку **Обновить**, вы получите результат, показанный на рис. 14.27.

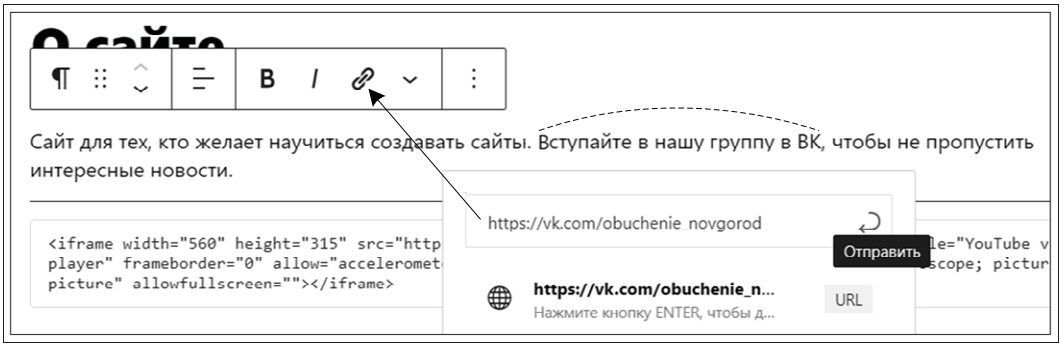


Рис. 14.26. Здесь показано, как сделать ссылку на сайте (это мы уже проходили)

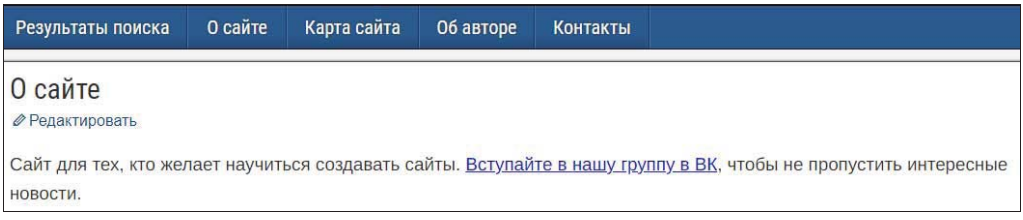


Рис. 14.27. Ссылка выглядит как призыв к действию

Делаем информер для сайта о своем сообществе ВКонтакте

В своем сообществе ВКонтакте слева внизу перейдите по ссылке **Разработчикам** (рис. 14.28), нажмите в открывшейся панели (рис. 14.29) на кнопку **Показать все** и в следующей панели **Виджеты для сайтов** перейдите по ссылке **Сообщества** (рис. 14.30). В открывшемся окне заполните параметры информера (виджета), как показано на рис. 14.31, скопируйте в буфер обмена его код, выполните в консоли WP команду **Внешний вид | Виджеты | Блок HTML** и вставьте скопированный код в правый сайдбар (рис. 14.32).

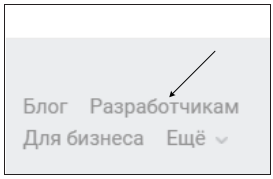


Рис. 14.28. Переходим по ссылке **Разработчикам**

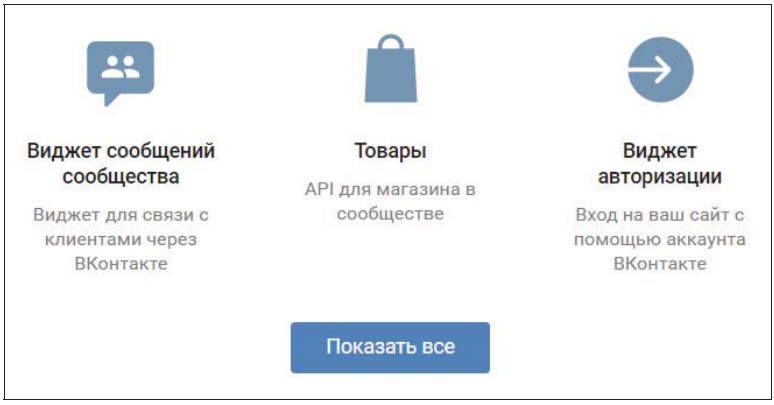


Рис. 14.29. Нажимаем на кнопку **Показать все**

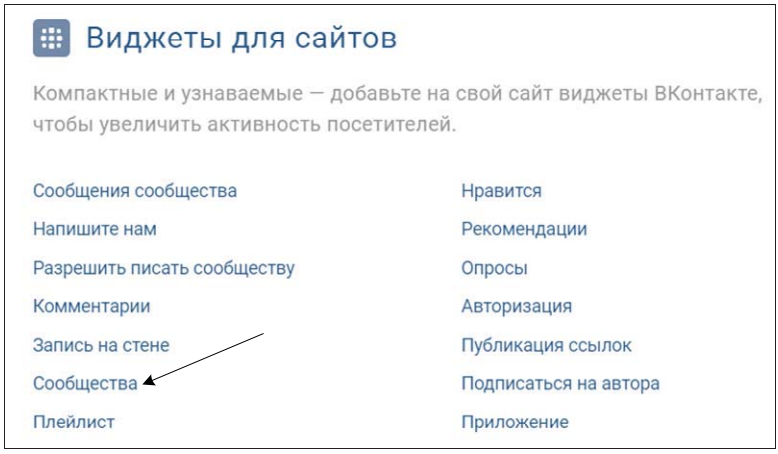


Рис. 14.30. Переходим по ссылке **Сообщества**

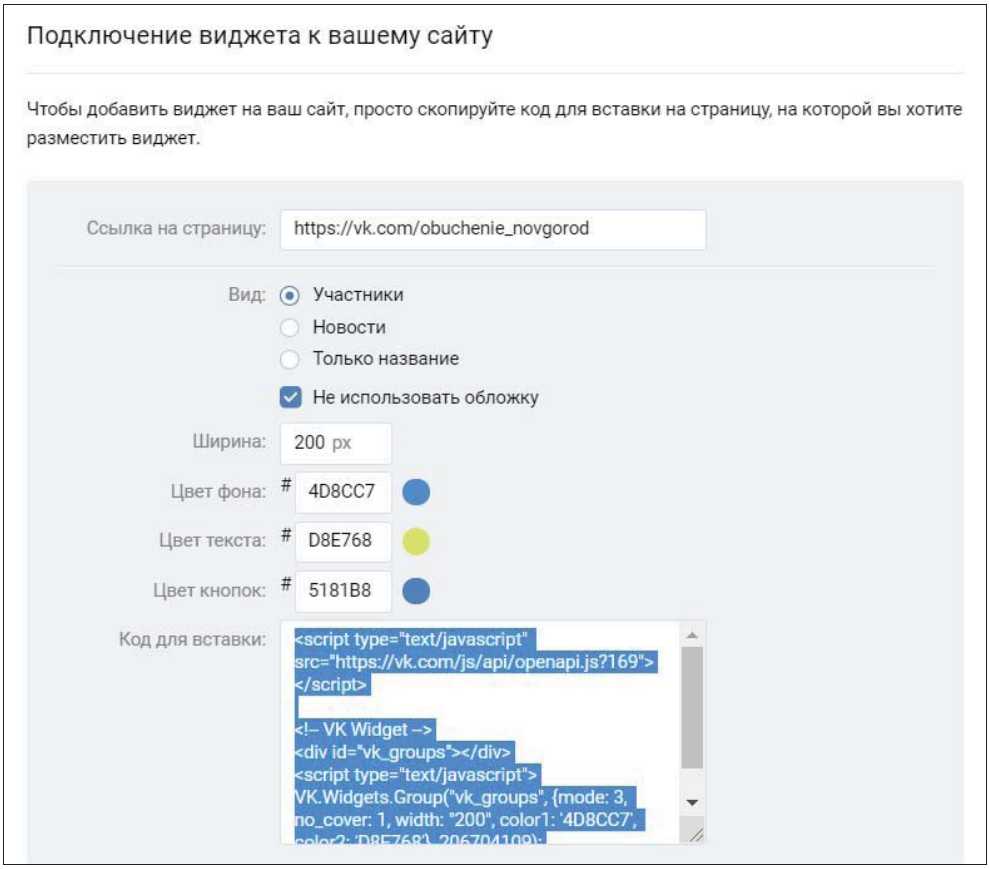


Рис. 14.31. Копируем код информера

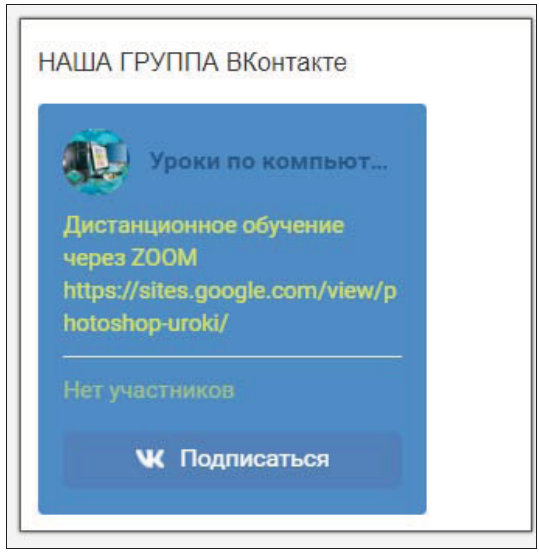


Рис. 14.32. Информер о сообществе размещен у нас на сайте

Платное продвижение сообщества через рекламу

Перейдите в сообществе по ссылке **Реклама сообщества** (рис. 14.33) и выберите цель рекламы (рис. 14.34). Создайте текст рекламной записи, как показано на рис. 14.35, настройте параметры аудитории, которая получит вашу рекламу (рис. 14.36), и уточните

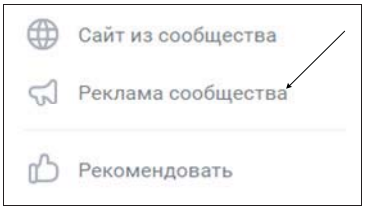


Рис. 14.33. Переходим по ссылке **Реклама сообщества**

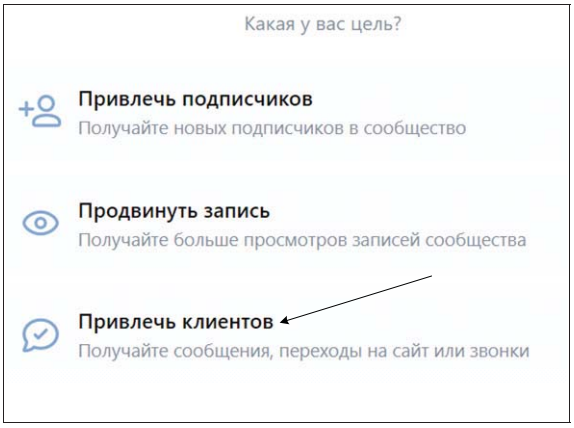


Рис. 14.34. Наша цель — **Привлечь клиентов**

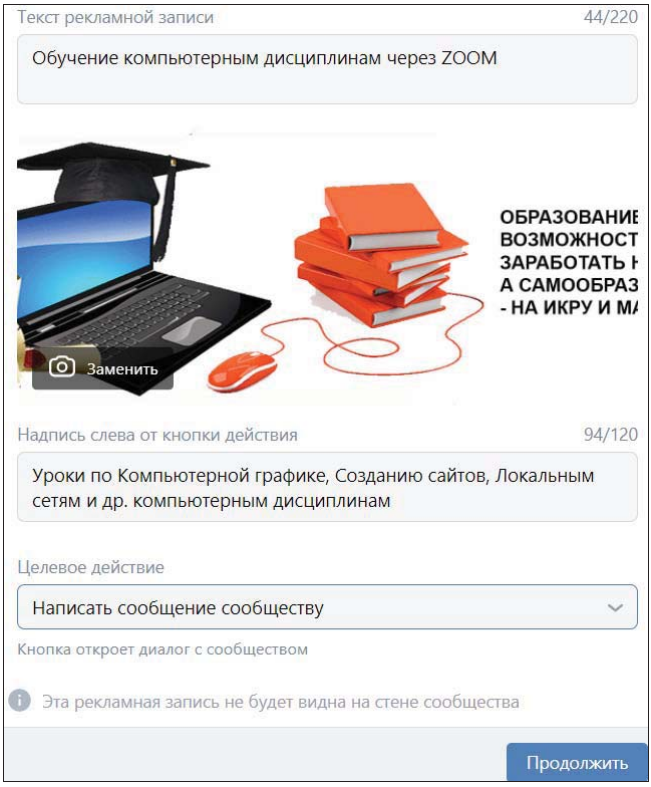


Рис. 14.35. Заполняем текстом все поля этого окна

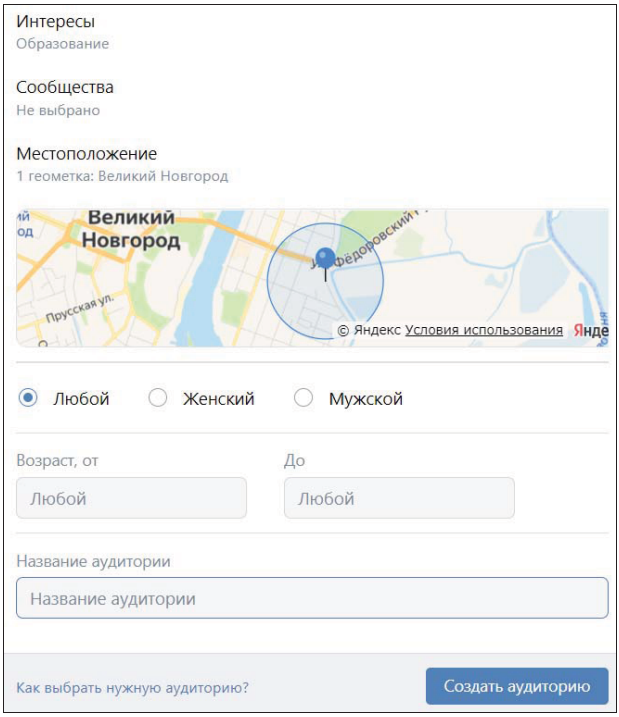


Рис. 14.36. Настраиваем параметры аудитории для рекламы

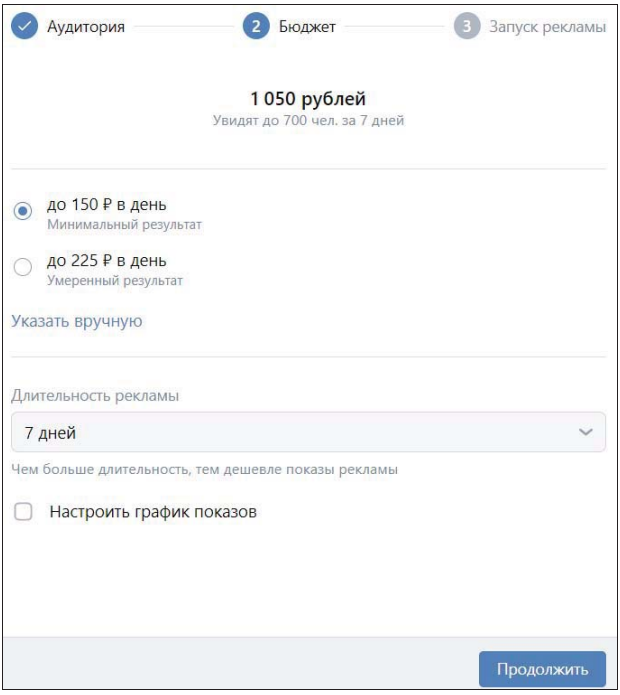


Рис. 14.37. Реклама за эти деньги будет показываться 7 дней

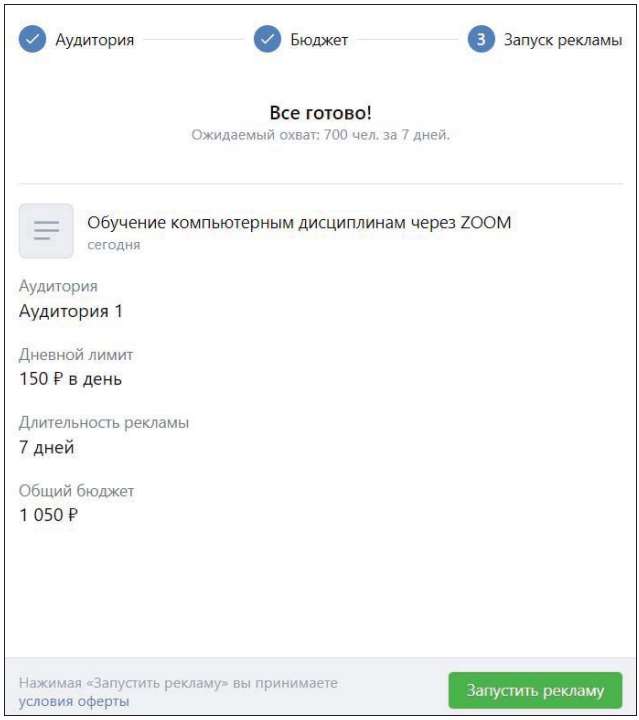


Рис. 14.38. Всё готово — запускаем рекламу

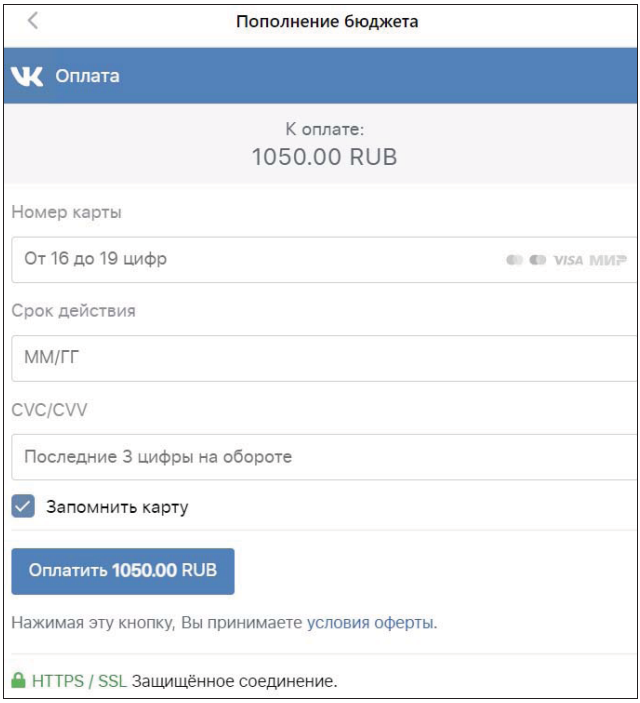


Рис. 14.39. Окно для пополнения бюджета с карты

бюджет рекламы (рис. 14.37). Учтите при этом, что чем большую аудиторию вы выберете, тем дороже будет реклама.

В завершение нажмите на кнопку **Продолжить**, а затем — на кнопку **Запустить рекламу** (рис. 14.38). Остался последний шаг — оплата за рекламу (рис. 14.39).

Есть и другой вариант платной рекламы ВКонтакте — платная реклама через аналогичное сообщество с большой аудиторией. Вы можете заплатить его администратору, чтобы он разместил у себя пост о вашем сообществе. Оплата за рекламу в этом случае договорная.

Рассылки подписчикам ВКонтакте через приложение Senler

Использование рассылок ВКонтакте — удобный способ уведомить подписчиков вашего сообщества о новой полезной информации и различных мероприятиях, и Senler — одно из лучших, простых и удобных приложений этой категории.

Зайдите на сайт **https://senler.ru/** в раздел **Тарифы** (рис. 14.40). Как можно видеть, 150 сообщений в сутки предоставляется рассылать бесплатно. Зарегистрируйтесь в приложении и перейдите по ссылке **Начать бесплатно**. Приложение запросит доступ к вашему аккаунту ВКонтакте (рис. 14.41) — нажмите на кнопку **Разрешить**, и откроется окно, показанное на рис. 14.42.

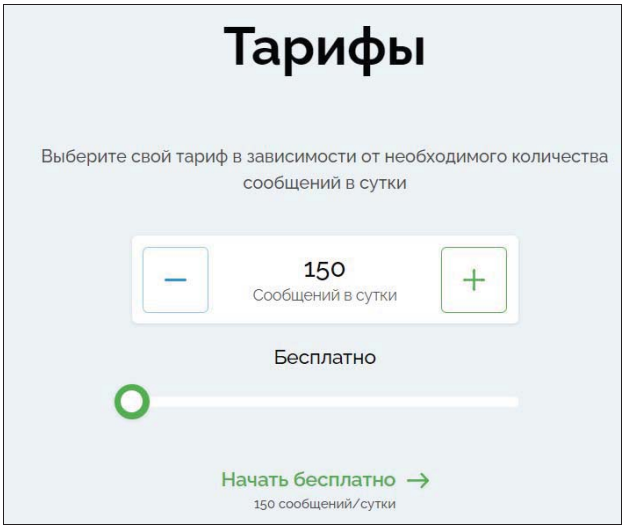


Рис. 14.40. Рассылка 150 сообщений в сутки предоставляется бесплатно

К этому окну мы еще вернемся чуть позже, а пока выполните в своем сообществе команду **Управление | Приложения** и найдите виджет **Senler** (рис. 14.43). Нажмите в нем на кнопку **Добавить**, произведите в открывшемся окне настройки, показанные на рис. 14.44, и нажмите на кнопку **Сохранить**.

Теперь в меню нашего сообщества появилась кнопка **Подписаться** (рис. 14.45). Нажмите на нее, и откроется окно **Главная страница** (рис. 14.46). Перейдите в нем по

ссылке **подключить сообщество** — вы вернетесь в окно приложения **Senler**, показанное на рис. 14.42 (вы должны быть уже авторизованы в этом приложении), нажмите там на зеленую кнопку **Подключить сообщество**, выберите нужное среди созданных вами сообществ (рис. 14.47) и нажмите на кнопку **Подключить**. В следующем окне нажмите на кнопку **Разрешить**, и вы получите сообщение об успешном подключении сообщества (рис. 14.48).

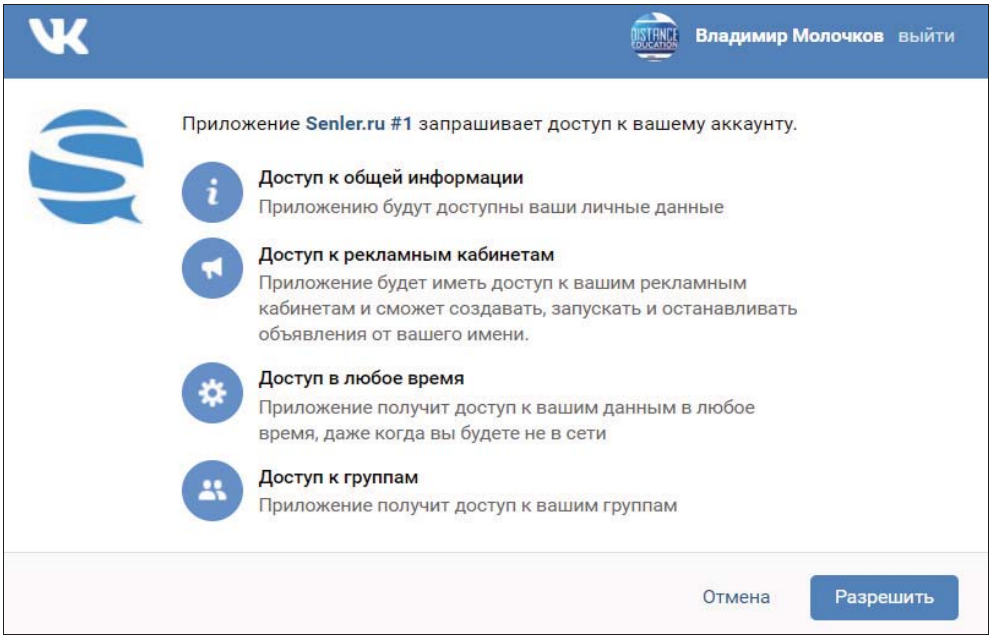


Рис. 14.41. Разрешаем приложению **Senler** доступ к аккаунту

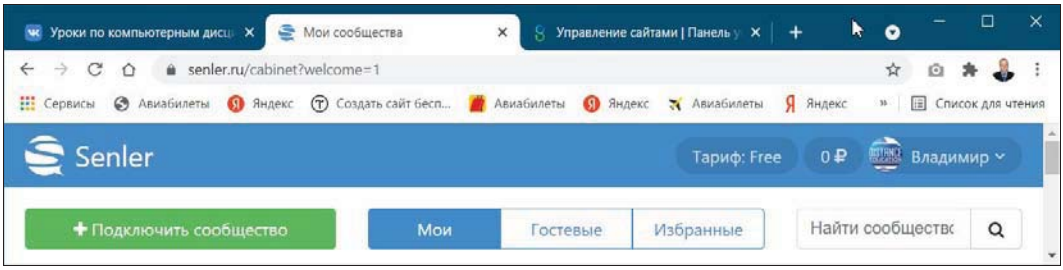


Рис. 14.42. Окно, в котором можно подключить наше сообщество к приложению **Senler**

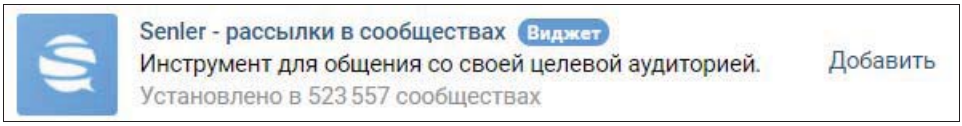


Рис. 14.43. Виджет **Senler**

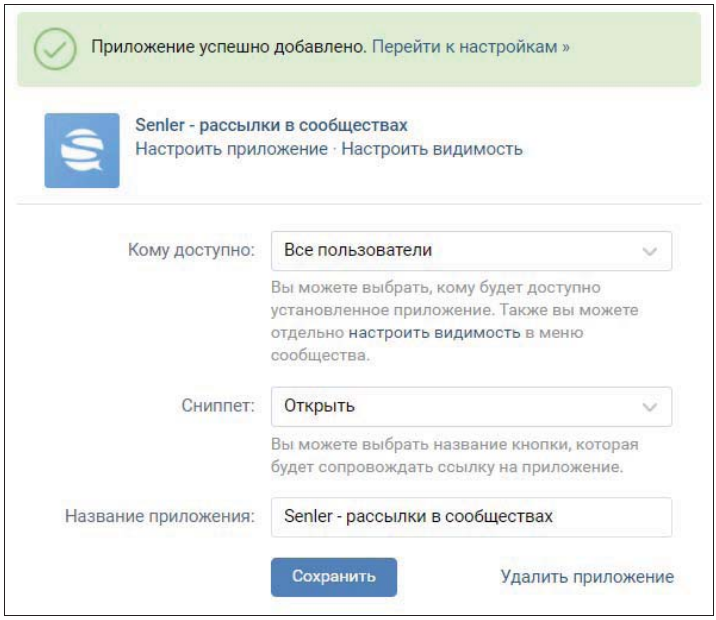


Рис. 14.44. Окно настроек приложения **Senler**



Рис. 14.45. В сообществе появилась кнопка **Подписаться**

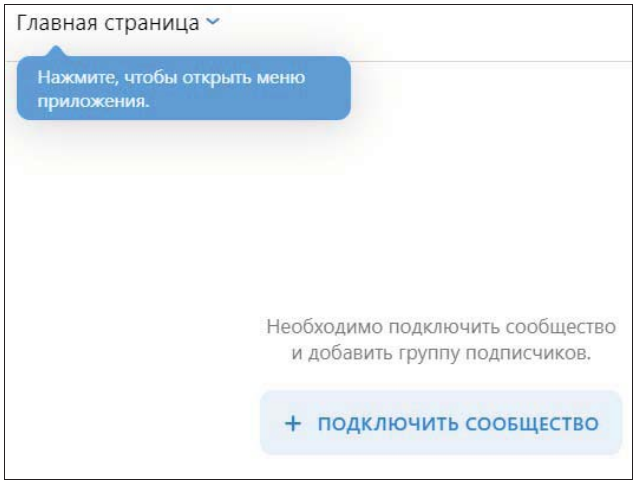


Рис. 14.46. Окно с предложением **подключить сообщество**



Рис. 14.47. Подключаем к рассылкам наше сообщество



Рис. 14.48. Сообщество подключено к **Senler**

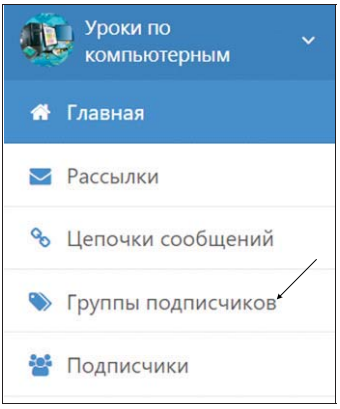


Рис. 14.49. В группах подписчиков создаем новую группу

Осталось настроить собственно рассылку — перейдите для этого в Senler по ссылке **Группы подписчиков** (рис. 14.49) и выполните команду **Новая группа**. В настройках рассылки для новой группы подписчиков (рис. 14.50) укажите ее название, добавьте баннер и значок (иконку). Подписчикам сообщества можно предложить подписаться на рассылку новостей сообщества. Для этого в описание рассылки следует добавить, например, такой текст: **Приглашаем на нашу рассылку ВКонтакте!**. Завершив настройки, нажмите на кнопку **Сохранить**, и вы получите ссылку на подписку в ваше сообщество (рис. 14.51).

Выглядеть форма подписки будет так, как мы ее оформили, плюс на ней появится кнопка **Подписаться** (рис. 14.52). Подписавшиеся на рассылку получат возможность отписаться от нее, нажав на соответствующую кнопку (рис. 14.53).

Настроив рассылку, перейдите в Senler по ссылке **Цепочки сообщений** (рис 14.54), выполните команду **Новая рассылка** и создайте **Автосообщение** — т. е. письмо, которое придет подписавшемуся пользователю (рис. 14.55). Нажмите в этом окне на кнопку **Продолжить** и введите текст автосообщения: **Спасибо за подписку!**, а также укажите группу подписчиков и нажмите на кнопку **Сохранить** (рис. 14.56). После чего в следующем окне (рис. 14.57) нажмите на кнопку **Активировать сейчас.**

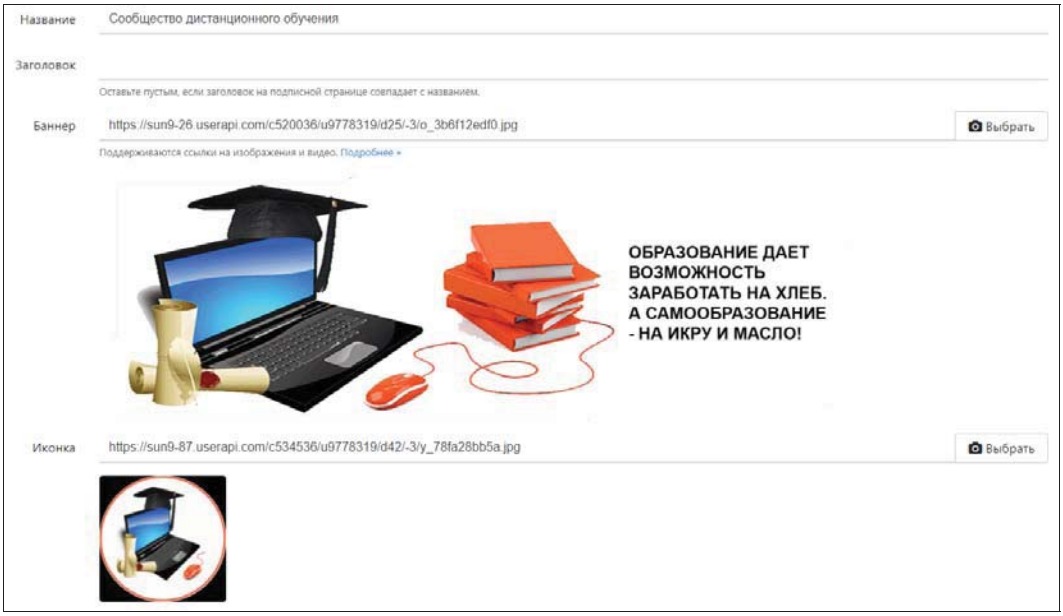


Рис. 14.50. Оформляем внешний вид рассылки, чтобы она стала узнаваемой

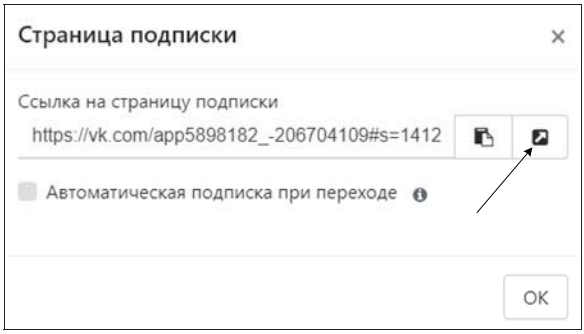


Рис. 14.51. Страница подписки

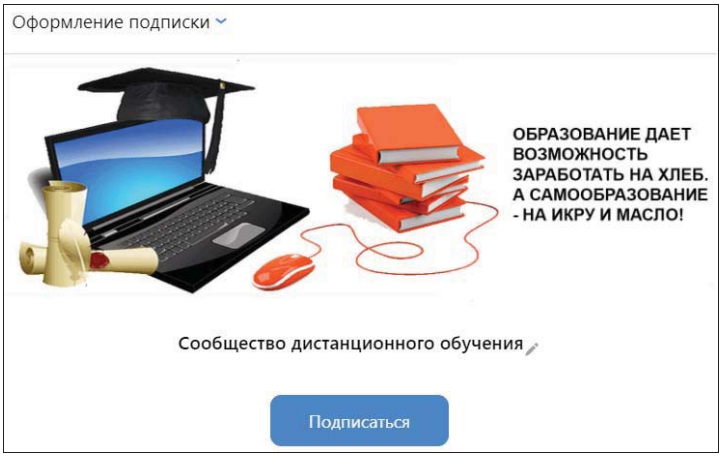


Рис. 14.52. Окно для оформления подписки на рассылку

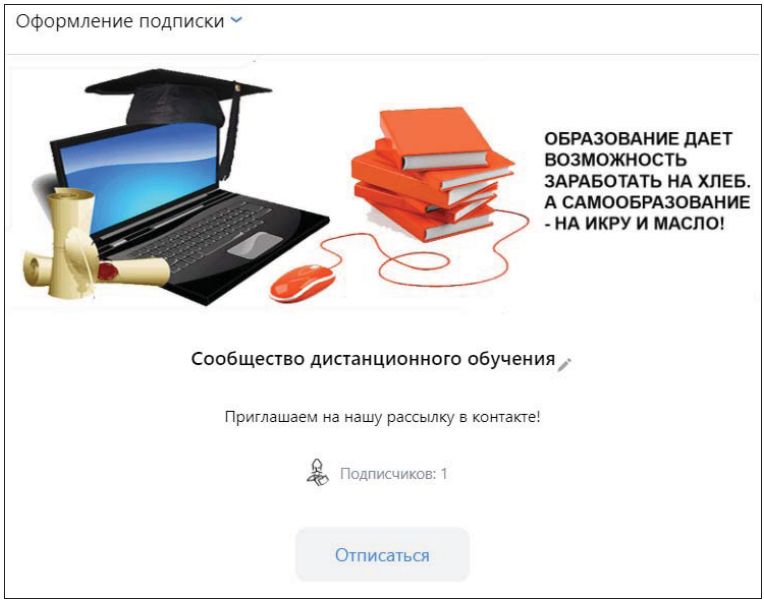


Рис. 14.53. После подписки на рассылку в любой момент можно от нее отписаться

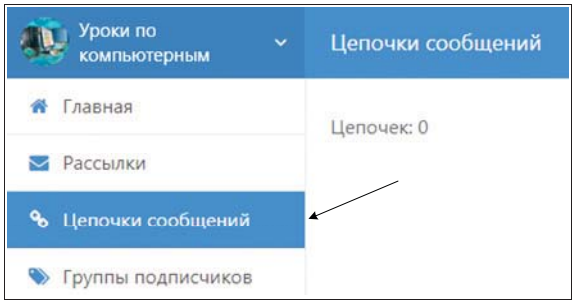


Рис. 14.54. Переходим по ссылке **Цепочки сообщений**

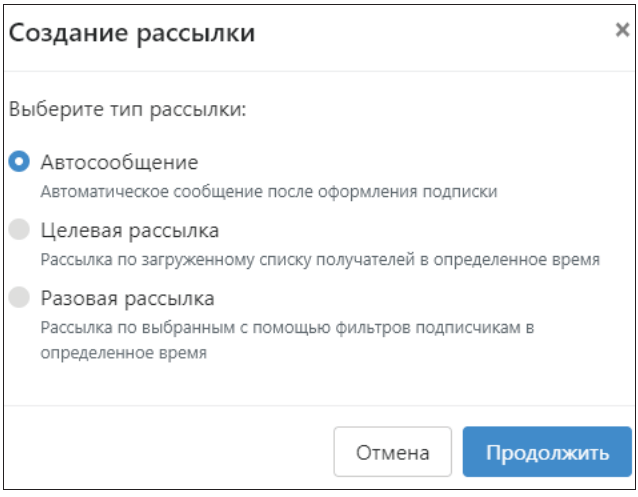


Рис. 14.55. Выбираем тип рассылки: **Автосообщение**

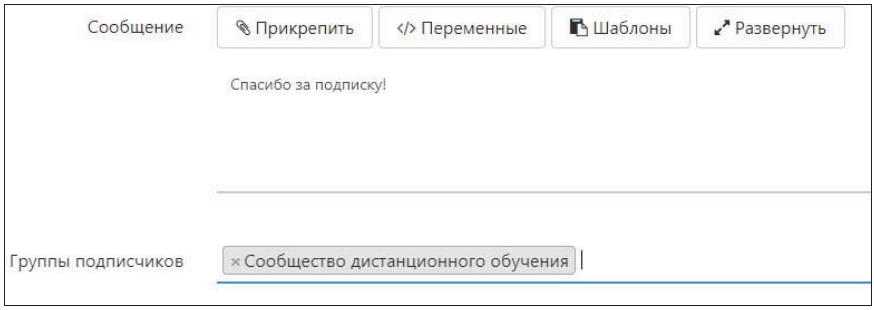


Рис. 14.56. Группа подписчиков указана

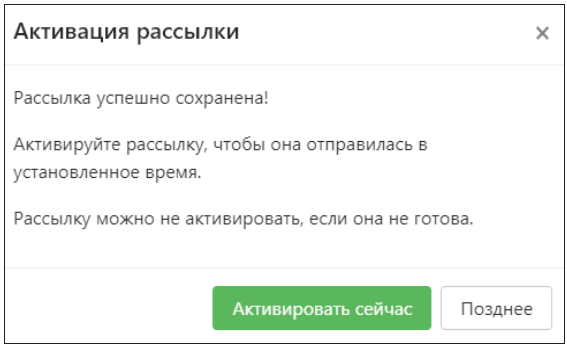


Рис. 14.57. Активация рассылки

Чтобы проверить, как все это работает, вы можете отписаться (рис. 14.58), а затем снова подписаться (рис. 14.59). На рис. 14.60 показано пришедшее в результате автосообщение (рис. 14.60).

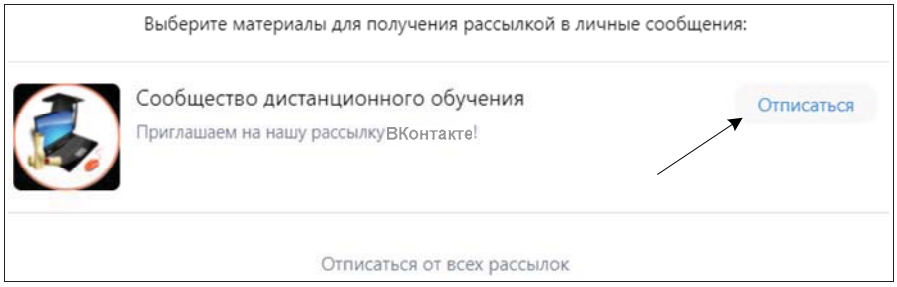


Рис. 14.58. Отписываемся от рассылки

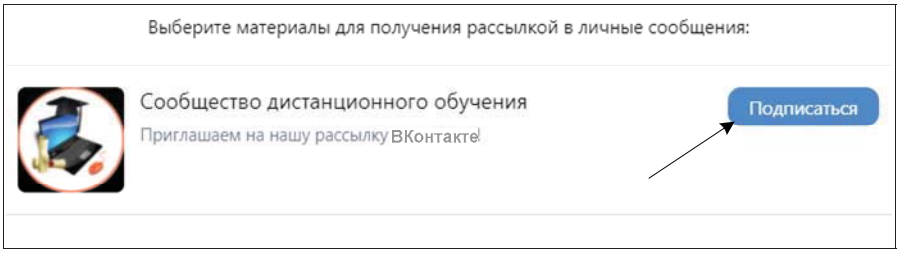


Рис. 14.59. Подписываемся

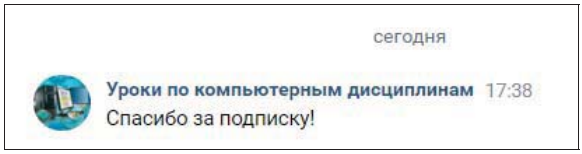


Рис. 14.60. Автосообщение пришло — Senler работает корректно

Продвижение сайта через Instagram

Instagram — соцсеть для публикации контента мультимедиа. Для работы с Instagram зарегистрируйтесь на сайте **https://www.instagram.com/**, затем войдите в свой профиль, настройте его, как показано на рис. 14.61 и 14.62, и нажмите на кнопку **Отправить** —

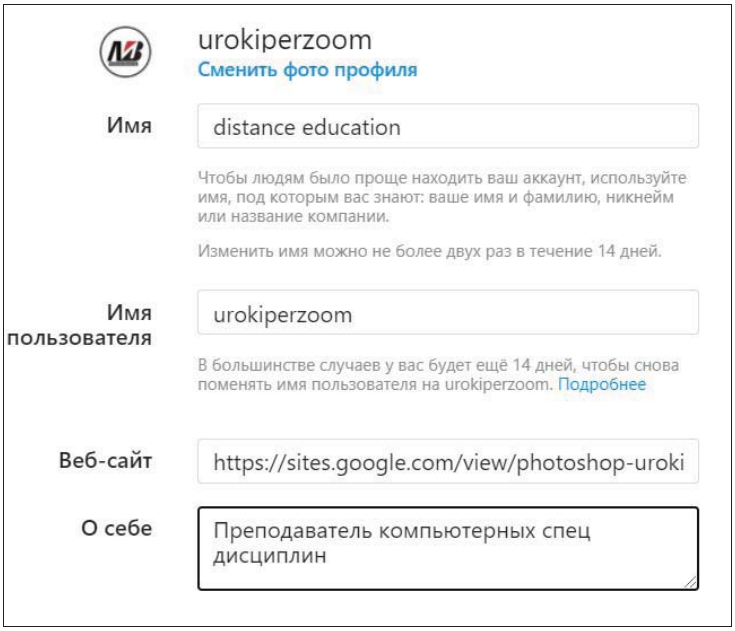


Рис. 14.61. Настройки профиля: начало

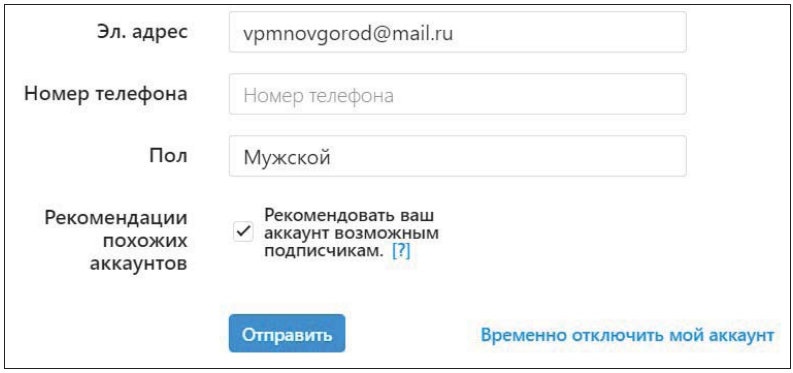


Рис. 14.62. Настройки профиля: завершение

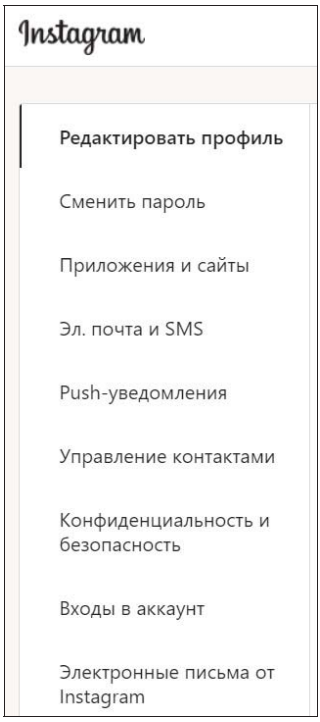


Рис. 14.63. Панель настроек Instagram

профиль будет сохранен. В Instagram есть и другие настройки (рис. 14.63), но на продвижение вашего сайта они никак не повлияют.

Добавление фото или видео в Instagram с компьютера

Загрузка фото

Instagram ориентирован на смартфон, поэтому кнопки «плюс» ⊕ (рис. 14.64) на компьютере может и не быть.

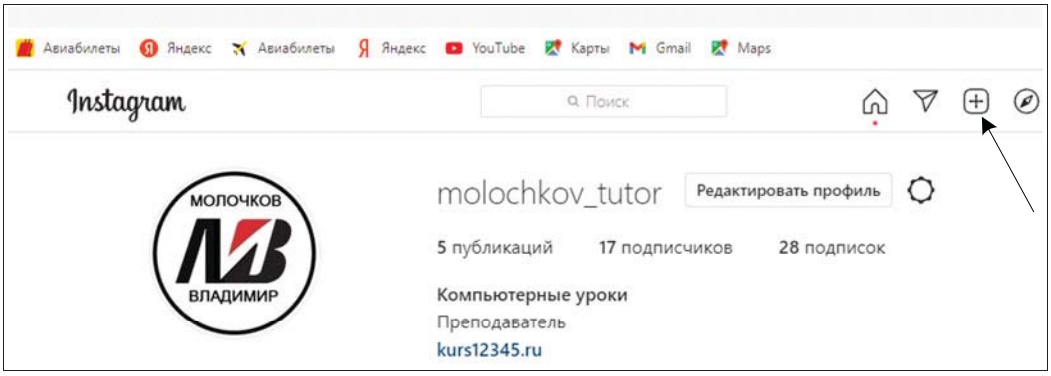


Рис. 14.64. Кнопка «плюс» для добавления фото и видео в Instagram

Чтобы выйти из положения, через браузер Chrome зайдите на сайте **https://www.instagram.com/** в свой профиль и нажмите комбинацию клавиш <Ctrl>+<Shift>+<I> для вызова консоли разработчика. В открывшейся консоли (рис. 14.65) нажмите на значок — так вы сможете эмулировать на своем ПК режим смартфона.

Перезагрузите страницу — это важно! В результате внизу экрана появится кнопка ⊕ для добавления фото и видео в Instagram с вашего ПК (рис. 14.66).

При создании фотопубликации можно и нужно использовать хештеги (рис. 14.67). Остается только нажать на кнопку **Поделиться**, и публикация выполнится (рис. 14.68).

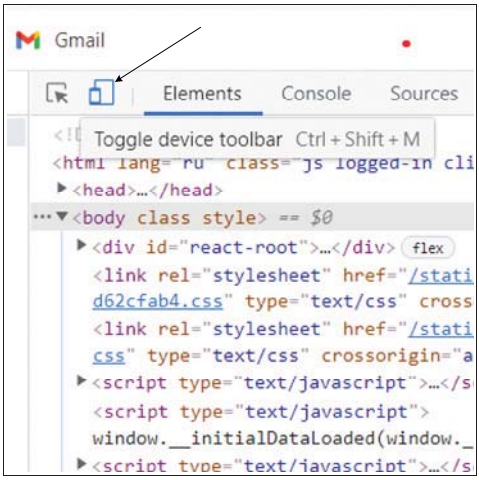


Рис. 14.65. Кнопка эмуляции на ПК режима смартфона

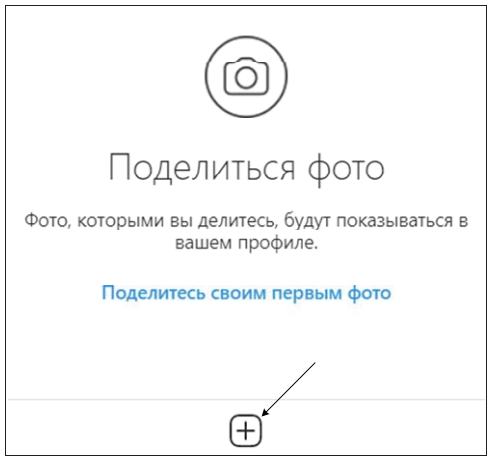


Рис. 14.66. Окно **Поделиться фото**

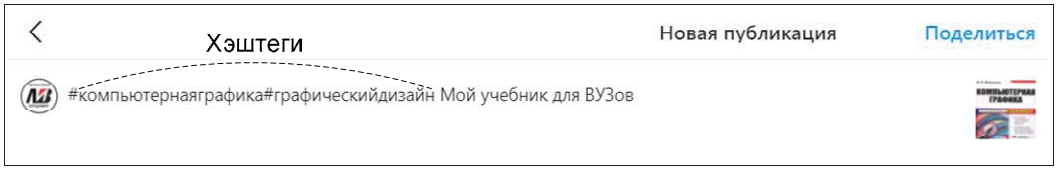


Рис. 14.67. Пример добавления фото с хештегами



Рис. 14.68. Фото с ПК загружено в Instagram

Поскольку ссылки в Instagram не работают, то вы можете вместо ссылки использовать призыв к действию. Так, например, призыв **Пишите в директ** означает мою просьбу писать личные сообщения автору публикации (рис. 14.69).

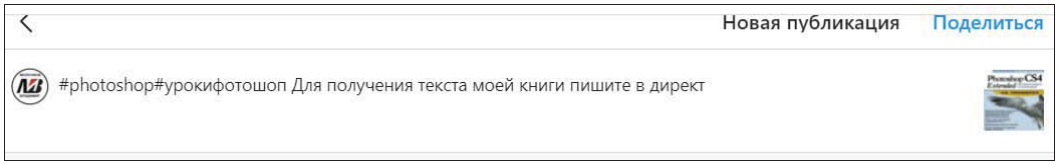


Рис. 14.69. Пример написания хештегов и призыва к действию

Новый термин

Директы — это личные сообщения в Instagram. Писать в директ можно только со смартфона (на ПК это недоступно).

Чтобы попасть в директы, нужно нажать на значок бумажного самолетика, после чего найти нужного вам пользователя Instagram, написать ему письмо (рис. 14.70) и нажать на кнопку **Отправить** (рис. 14.71).



Рис. 14.70. Панель для написания сообщений в директ



Рис. 14.71. Отправка сообщения в директ

Загрузка видео

Для добавления в Instagram видео с компьютера ранее было необходимо нажать в его окне на значок камеры. Сейчас же — в обновленной версии Instagram — значок видеокамеры исчез, и добавление и фото, и видео осуществляется через нажатие на значок ⊕ (см. рис. 14.64).

В открывшейся после этого панели (рис. 14.72) нажмите на кнопку **Выбрать с компьютера** и добавьте нужный видеоролик. Если видео длинное, то его следует публиковать в IGTV (рис. 14.73).

Новый термин

IGTV (Instagram TV) — это видеоканал в Instagram (аналог YouTube) в формате, адаптированном под смартфоны. Поддерживаются файлы MP4 размером до 3,6 Гбайт.

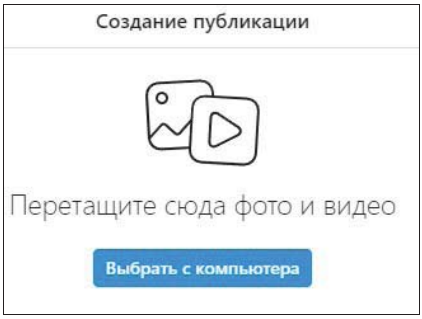


Рис. 14.72. Панель добавления фото и видео

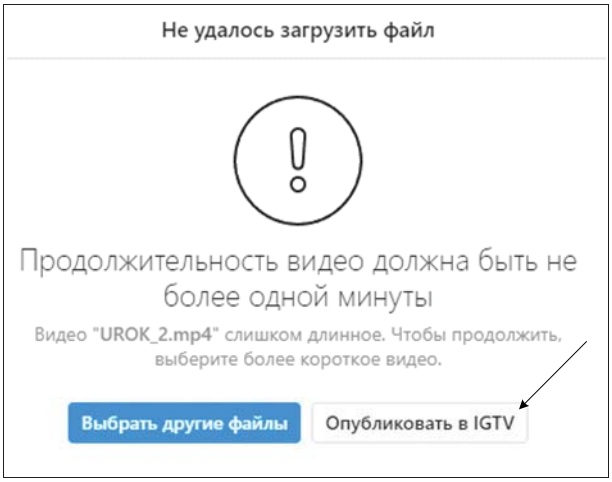


Рис. 14.73. Длинное видео публикуем в **IGTV**

В процессе публикации можно добавить к видео обложку и описание (рис. 14.74). Осталось только нажать на кнопку **Опубликовать** (рис. 14.75).

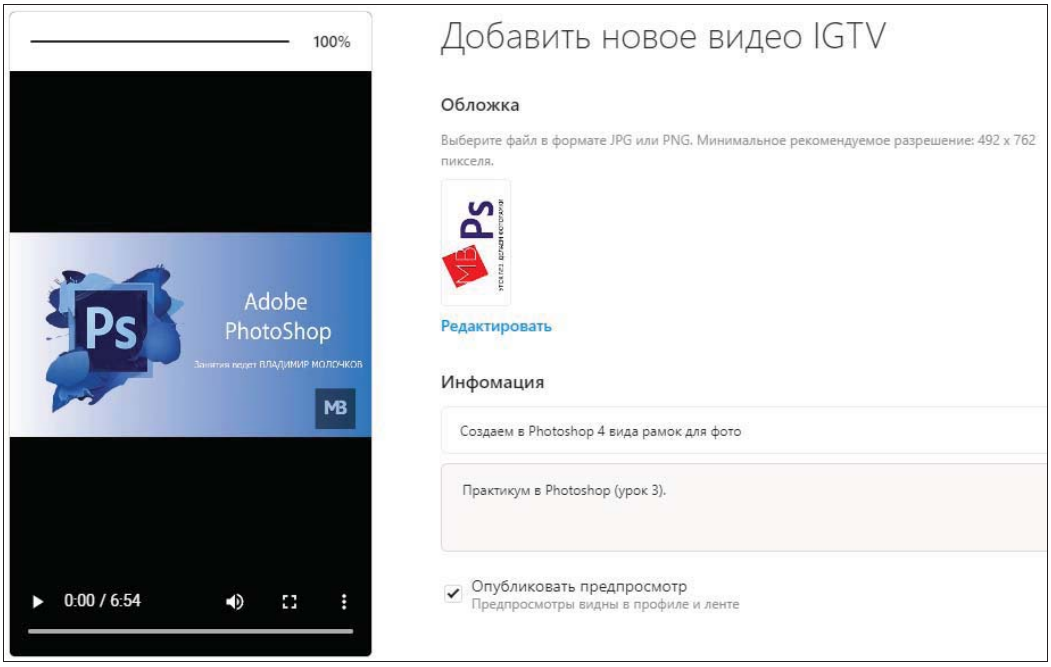


Рис. 14.74. Добавляем к видео обложку и описание

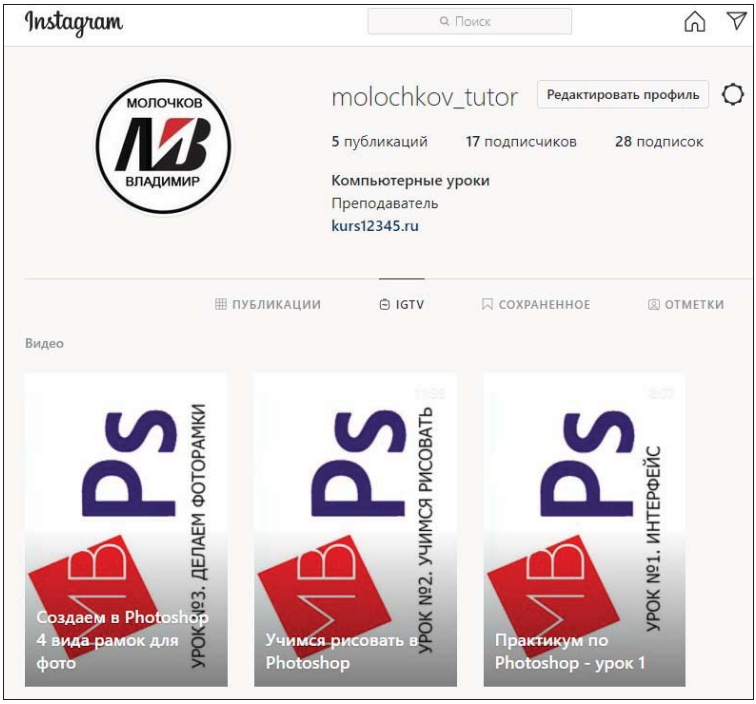


Рис. 14.75. В Instagram опубликованы три видеоролика

Требования к видеофайлам в Instagram

Видео для Instagram должно соответствовать следующим требованиям:

- файл для обложки — в формате JPG или PNG с разрешением 492×762 пиксела;
- видео — с пропорциями 9:16 в формате MP4;
- видео со смартфона могут иметь продолжительность от 15 до 10 минут (размер файла — до 650 Мбайт), а видеоклипы с ПК могут быть длиной до 60 минут (и «весом» до 3,6 Гбайт).

Как и что публиковать?

Если вы не знаете, с чего начать, то в строке **Поиск** посмотрите, что публикуют ваши конкуренты (рис. 14.76), и предлагайте по выбранному вами направлению примерно то же, что и они, но ваш материал должен быть интереснее и полезнее.

Продвижение в Instagram

Под продвижением в Instagram мы будем понимать рост у вас числа подписчиков.

Методы такого продвижения:

- размещайте ссылки на свой аккаунт Instagram на других своих аккаунтах;
- увеличьте свое присутствие в Instagram — подписывайтесь на других людей, комментируйте чужие посты и ставьте лайки. Естественно, что это нужно делать только

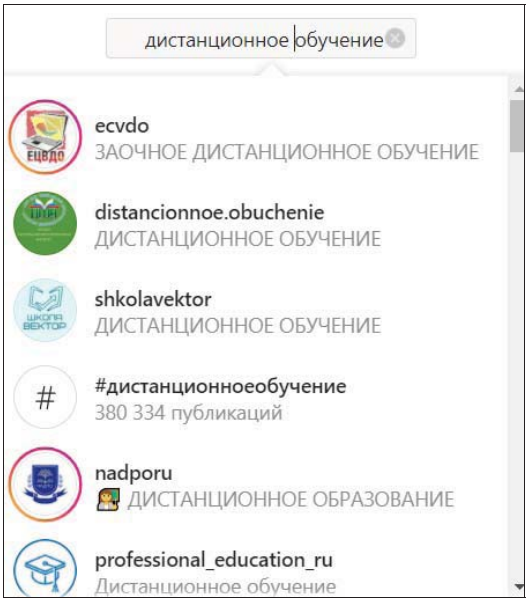


Рис. 14.76. Конкуренты по теме **Дистанционное обучение**

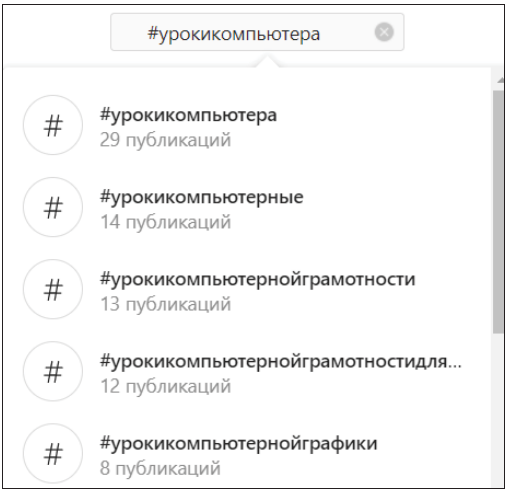


Рис. 14.77. Ищем подписку по хештегу

в своей потенциальной аудитории, которой ваш пост в Instagram может быть интересен;

- подписывайтесь на интересующие вас хештеги. Для этого в поиске наберите такой хештег (рис. 14.77), среди найденных в поиске хештегов выберите нужный вам и нажмите кнопку **Подписаться** рядом с ним (рис. 14.78).

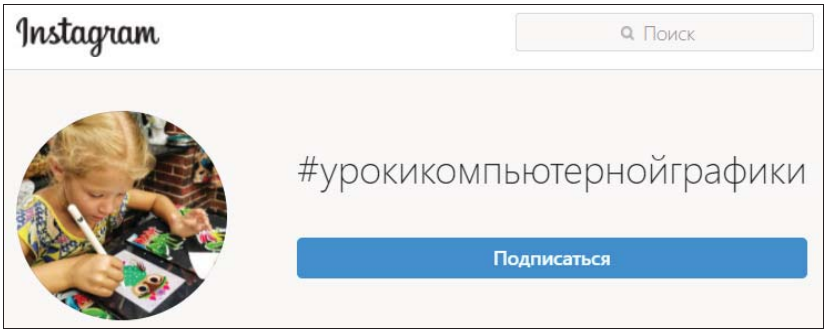


Рис. 14.78. Окно для подписки по хештегу

Есть еще и такой вариант расширения своей аудитории — в Instagram можно подписываться на фолловеров (от *англ.* followers — подписчики). Это люди, которые занимаются подпиской ради подписки и подпишутся на вас, если вы подпишетесь на них. Например, наберите в поиске: `#followforfollow` — этот хештег в публикациях означает, что человек согласен на взаимоподписку (рис. 14.79). Вы также можете использовать хештег **#followforfollow** и у себя.

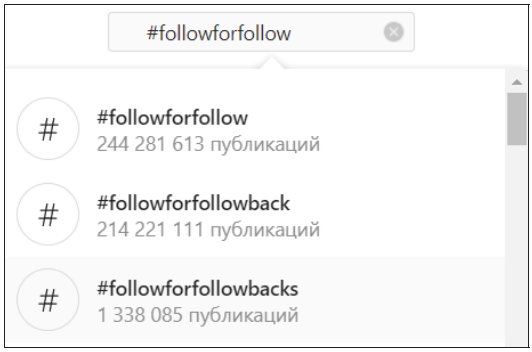


Рис. 14.79. Осуществляем поиск фолловеров

Взгляните, например, на автора **elsadptrrr** (рис. 14.80). В ее профиле имеется запись **#followforfollowback**. Это означает, что если вы подпишетесь на нее, то она с большой вероятностью подпишется на вас.



Рис. 14.80. Пример профиля автора с «обратной подпиской на вас»

Причем запись в профиле необязательно должна быть именно **#followforfollowback**. У русскоязычных пользователей принято писать также **#подписказаподписку** или **#взаимнаяподписка** (рис. 14.81) — как это делает, например, автор, показанный на рис. 14.82.

А вот еще один метод — взаимореклама. Так, если вы договоритесь о взаимной рекламе с автором **mkondrateva_pp**, то можете сделать на него рекламную ссылку в комментариях — при условии, что он сделает аналогичную ссылку на вас. Ссылка делается через лигатуру «собачка» вот так:

```
@https://www.instagram.com/maripp66/
```

Пример создания рекламной ссылки в комментариях приведен на рис. 14.83. После публикации комментария профиль станет гиперссылкой (рис. 14.84), и, перейдя по ней, вы попадете на страницу своего взаиморекламщика (рис. 14.85).

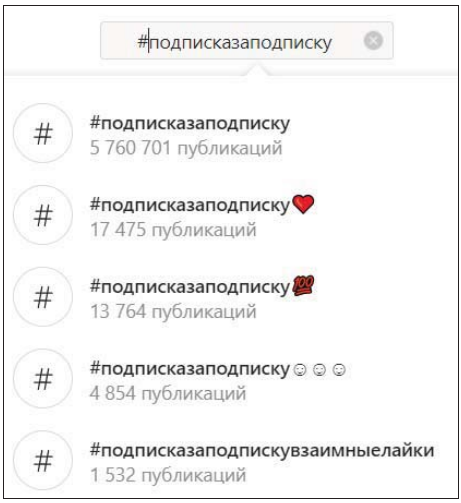


Рис. 14.81. Так пишут хештеги русскоязычные фолловеры

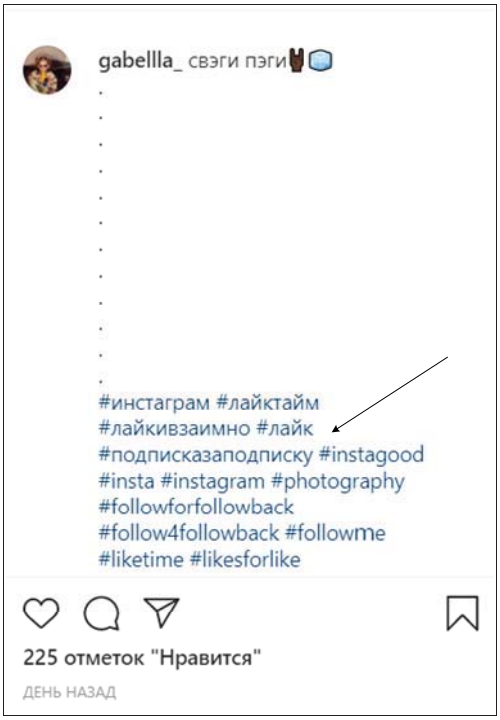


Рис. 14.82. Подобный хештег означает, что если вы подпишетесь на этого автора, то он обещает подписаться на вас. Но помните, обещать — не значит жениться ;-)

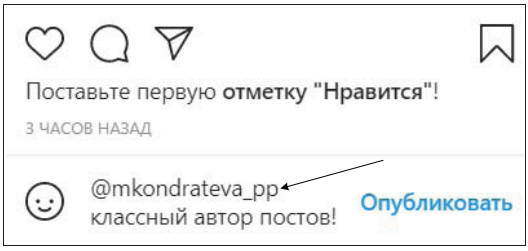


Рис. 14.83. Мы рекламируем у себя профиль **mkondrateva_pp**



Рис. 14.84. Профиль с «собачкой» работает как гиперссылка

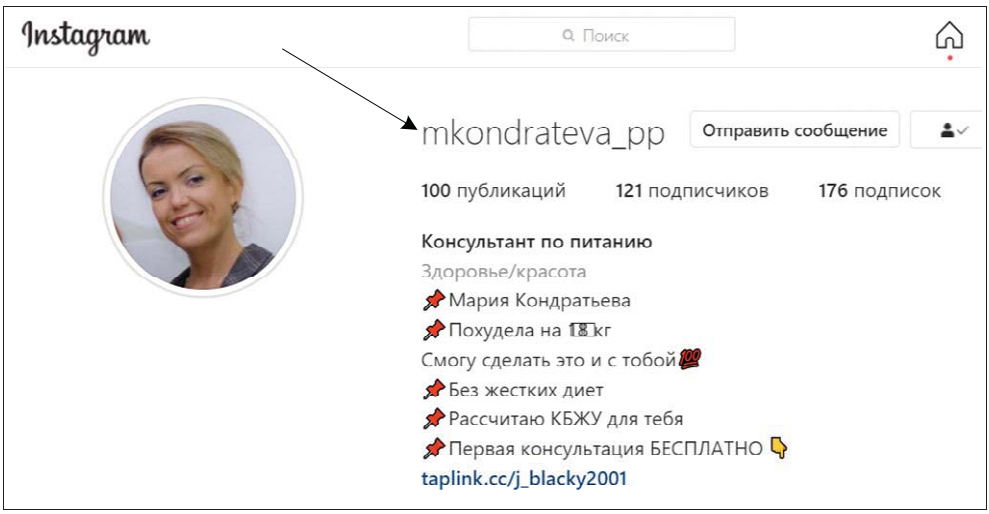


Рис. 14.85. Окно, которое мы увидим, перейдя по гиперссылке **@mkondrateva_pp**

Виджет Instagram у вас на сайте

Найдите в консоли своего сайта плагин **WPZOOM Social Feed Widget**, установите и активируйте его (рис. 14.86). Перейдите в настройки плагина, для чего нажмите на кнопку **Settings** (рис. 14.87) и свяжите свой сайт с Instagram, нажав в открывшемся окне (рис. 14.88) на кнопку **Connect with Instagram**.

В следующем окне нажимите на кнопку **Разрешить** (рис. 14.89). Если вы дадите такое разрешение, плагин **Social Feed Widget by WPZOOM** получит бессрочный доступ к информации, которой вы делитесь, при этом Instagram будет записывать, когда плагин обращается в Instagram.

В открывшемся на следующем шаге окне оставьте все по умолчанию и нажмите на кнопку **Сохранить изменения** (рис. 14.90).



Рис. 14.86. Плагин **WPZOOM Social Feed Widget**

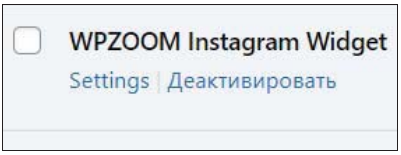


Рис. 14.87. Переходим в настройки плагина

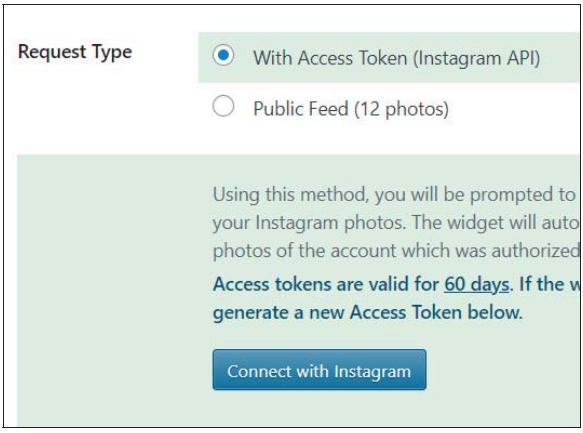


Рис. 14.88. Связываем свой сайт с Instagram

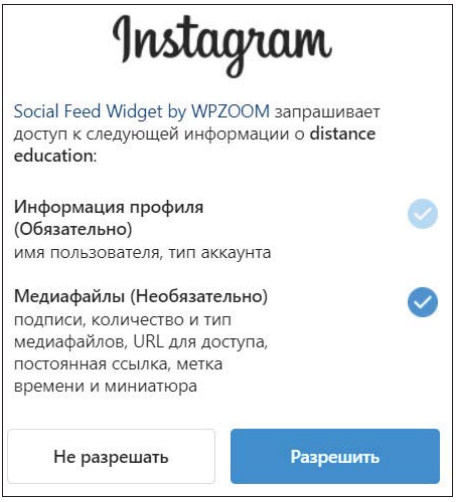


Рис. 14.89. Разрешаем плагину доступ к информации

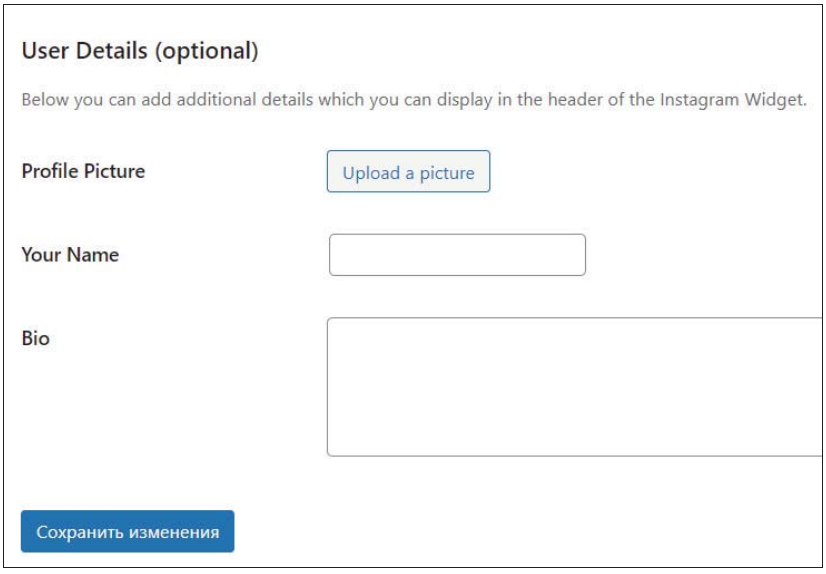


Рис. 14.90. Нажимаем на кнопку **Сохранить изменения**

Перейдите теперь в консоли в раздел **Внешний вид | Виджеты**, и вы увидите, что у вас появился новый виджет с названием **Instagram Widget by WPZOOM** (рис. 14.91). Перетащите этот виджет в правый сайдбар (рис. 14.92) и нажмите на кнопку **Сохранить**. В результате информер виджета появится у вас на сайте в правом сайдбаре (рис. 14.93).

Осталось в консоли настроить этот виджет — а именно: заменить английский текст кнопки на русский и включить «ленивую» загрузку изображений (**Lazy Load images**), как показано на рис. 14.94. Без «ленивой» загрузки изображений информер будет тормозить сайт. Сделав указанные настройки, нажмите на кнопку **Обновить**, и вид информера изменится (рис. 14.95).

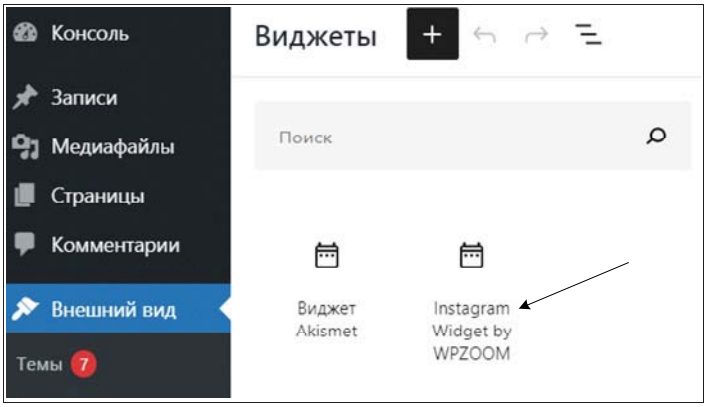


Рис. 14.91. В консоли появился новый виджет

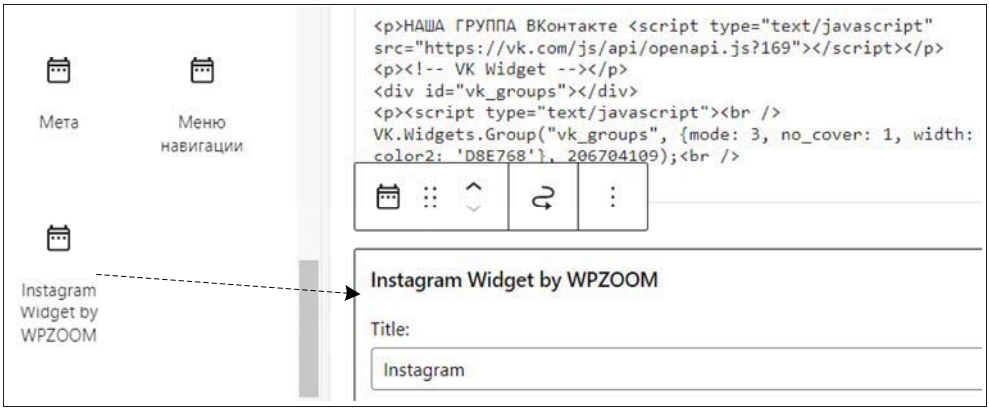


Рис. 14.92. Размещаем виджет на нашем сайте



Рис. 14.93. Виджет размещен у нас на сайте

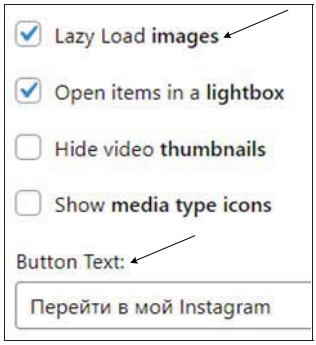


Рис. 14.94. «Ленивая» загрузка влияет на скорость работы сайта



Рис. 14.95. По нажатии на кнопку посетитель сайта перейдет в ваш Instagram

ГЛАВА 15



Соцсети Facebook и Twitter

В этой главе мы изучим возможности соцсетей Facebook и Twitter для «раскрутки» нашего сайта.

Продвижение сайта через Facebook

Facebook — международная социальная сеть, самая крупная в мире (2 миллиарда пользователей).

Перед началом работы с Facebook введем несколько новых терминов:

- *профиль* — это ваша личная страница на Facebook, место, где вы можете написать о себе: указать свои интересы, город проживания, а также добавить личные фото и видео;
- *страницы* — места на Facebook, где люди, например знаменитый артист и его поклонники, могут общаться. Профили могут быть закрыты, а страницы всегда доступны;
- *группы* — места на Facebook для общения людей с общими интересами. Например, это может быть группа рыбаков.

Создание и настройка личного профиля на Facebook

Зайдите на сайт Facebook (**https://www.facebook.com**), зарегистрируйтесь и создайте профиль. Через профиль организуются страницы и группы, а именно эти компоненты Facebook лучше всего подходят для продвижения сайта.

Зарегистрировавшись и создав профиль, авторизуйтесь, после чего в верхней части окна нажмите на свое имя, чтобы в этот профиль перейти. Затем начните его редактировать (рис. 15.1). Другие настройки Facebook станут доступны после выполнения команды **Настройки профиля и меток** (рис. 15.2).

В настройках Facebook имеет смысл указать свой реальный телефон. Добавление телефонного номера на сайте Facebook в профиль позволяет решить сразу несколько задач:

- защитить свой аккаунт от взлома;
- организовать связь с друзьями, которые смогут найти вас в Facebook по вашему телефонному номеру;

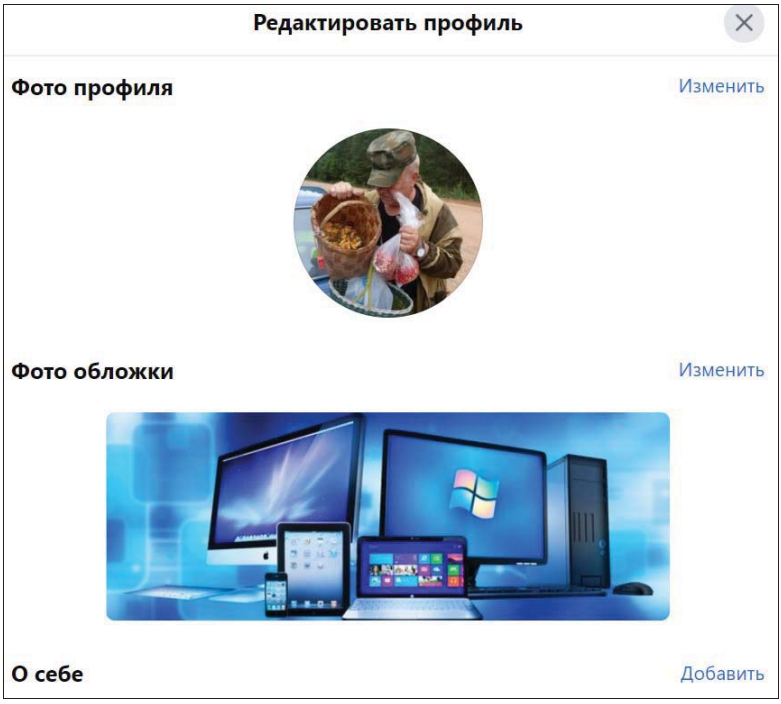


Рис. 15.1. Редактируем свой профиль

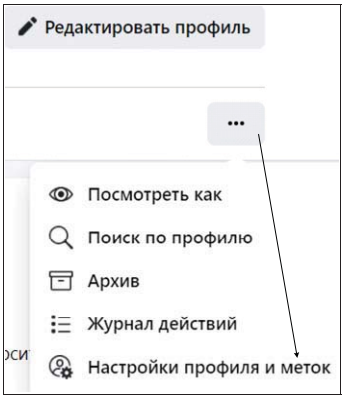


Рис. 15.2. Настройки профиля и меток

- верифицировать аккаунт (восстановить доступ к аккаунту после его утраты по каким-либо причинам).

Для добавления телефонного номера выполните в Facebook команду **Настройки | Общие | Контактная информация | Изменить** и в открывшемся окне перейдите по ссылке, показанной стрелкой на рис. 15.3. В следующем окне (**Подтвердите ваш номер**) нажмите на кнопку **Продолжить**, и вам на телефон придет код подтверждения номера. После нажатия на кнопку **Подтвердить** вы получите такое уведомление (рис. 15.4).

Для продвижения сайта ваш профиль должен быть открытым не только для друзей. Если информация доступна всем, то она становится доступной и для поисковых систем

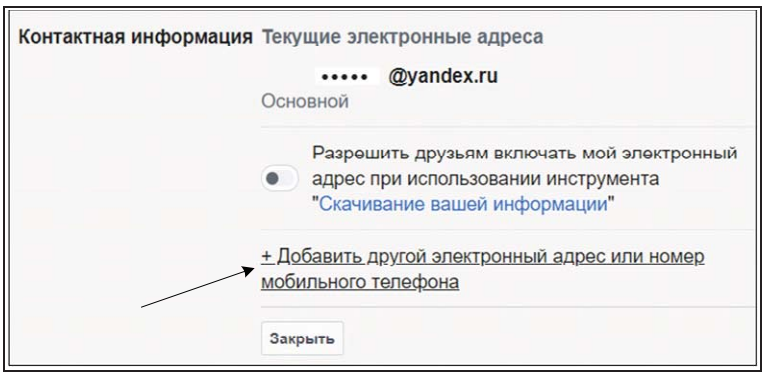


Рис. 15.3. Здесь можно добавить номер вашего мобильного телефона

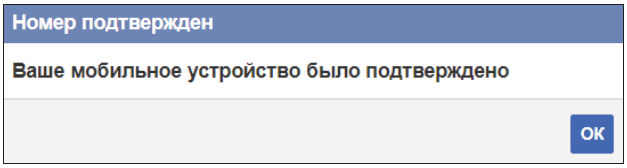


Рис. 15.4. Номер мобильного устройства подтвержден

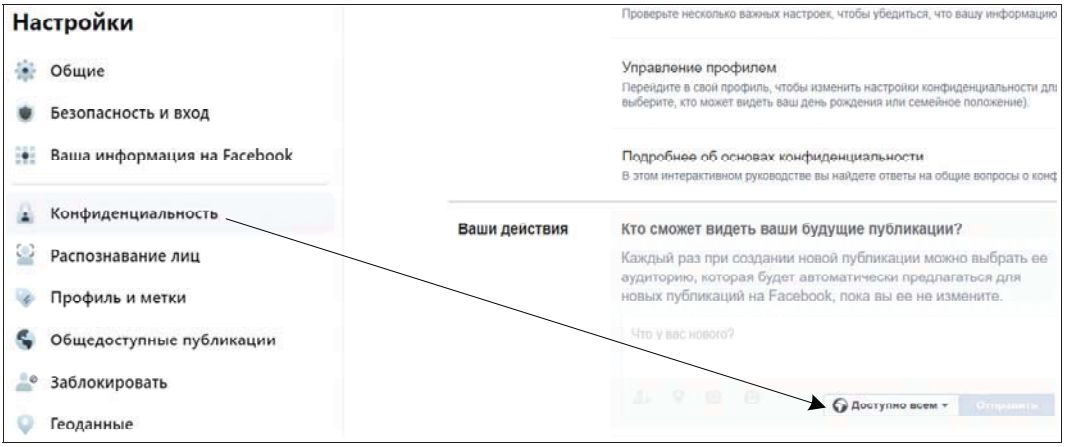


Рис. 15.5. Теперь ваши публикации смогут видеть все

(а это именно то, что нам нужно для продвижения). Открыть профиль можно по команде **Настройки | Конфиденциальность | Ваши действия | Доступно всем** (рис. 15.5).

Создание и настройка страницы

Для создания страницы выполните в Facebook команду **Создать | Страница** (рис. 15.6), заполните в открышейся панели (рис. 15.7) два первых обязательных поля и нажмите на кнопку **Создать страницу**.

Теперь можно добавить на страницу дополнительную информацию — вставьте в нее изображения, как показано на рис. 15.8, и нажмите на кнопку **Сохранить**.

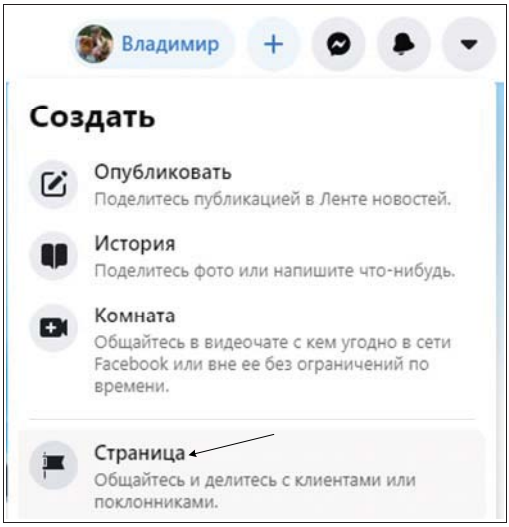


Рис. 15.6. Создаем страницу

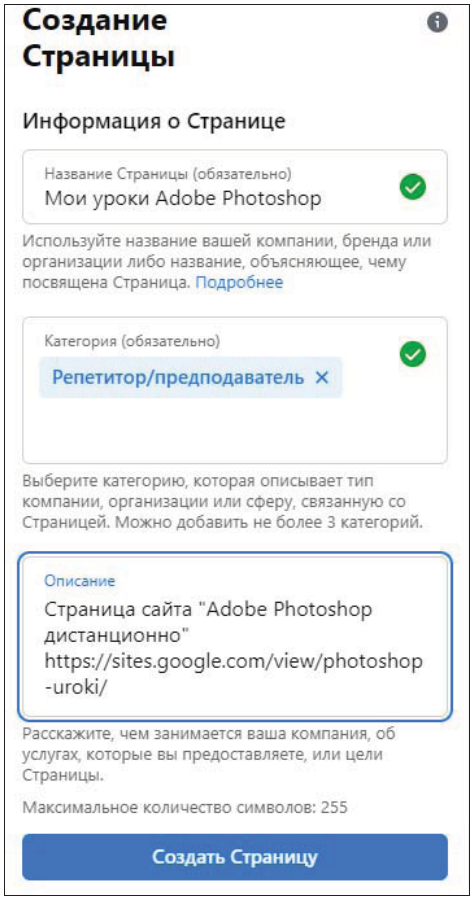


Рис. 15.7. Заполняем обязательные поля



Рис. 15.8. Добавляем изображения

Совет

Вставленные изображения можно будет в любое время изменить, а фото обложки рекомендуется подвигать мышью для достижения его лучшего расположения в рамке просмотра.

Сохранив страницу, добавьте на нее кнопку (рис. 15.9). За кнопкой можно закрепить множество действий из списка, показанного на рис. 15.10, — выберите вариант **Свяжитесь с нами**, в открывшейся панели укажите свой сайт и нажмите на кнопку **Сохранить** (рис. 15.11).

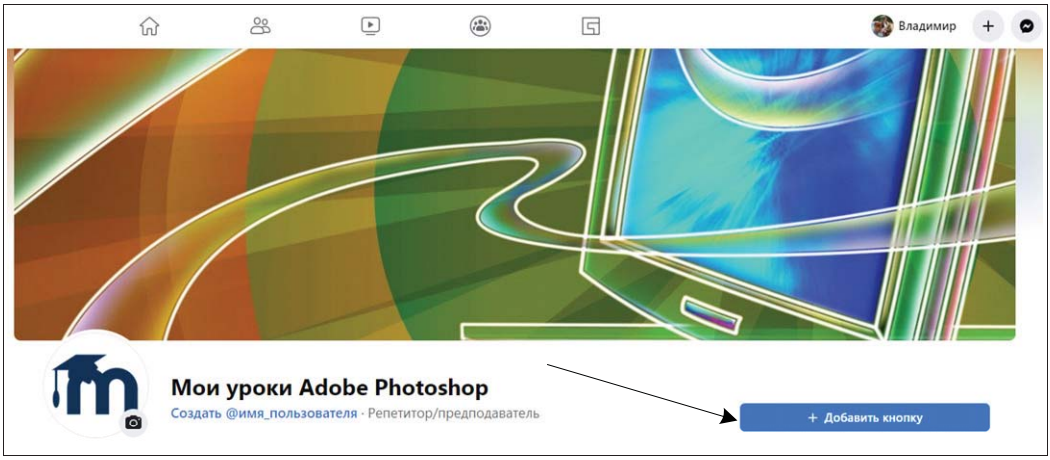


Рис. 15.9. Добавляем кнопку

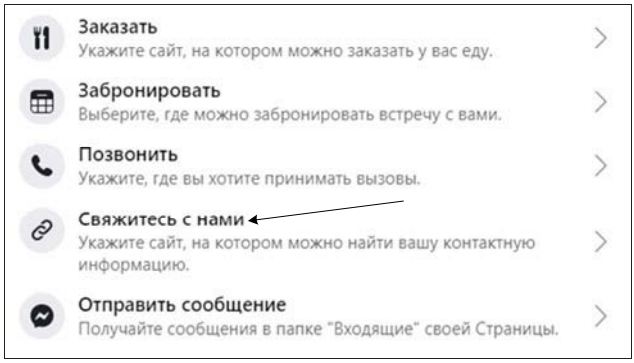


Рис. 15.10. Выбираем действие, закрепленное за кнопкой

Всё — страница создана. Если потребуется ее изменить, то это можно будет сделать в разделе **Редактировать** панели **Управление страницей** (рис. 15.12).

Создание и настройка группы

Для создания группы выполните в Facebook команду **Создать | Группу**. Здесь, так же как и при создании страницы, заполните на группу необходимые данные и нажмите на кнопку **Создать** (рис. 15.13). Далее можно изменить обложку группы на более эффектную (рис. 15.14) — мы добавили картинку формата PNG размером 1880×696 пикселов.

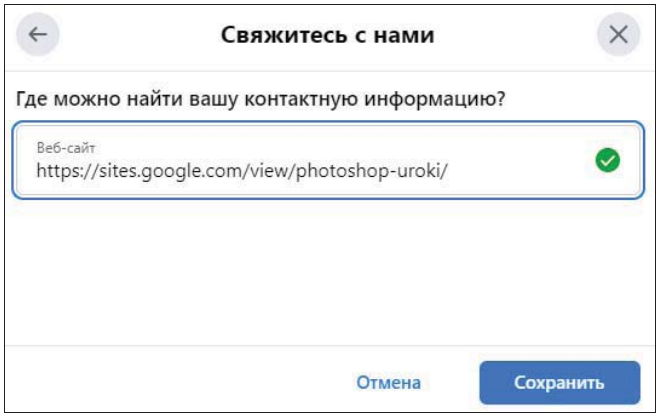


Рис. 15.11. По нажатии на добавленную кнопку будет осуществлен переход на сайт, указанный в этой панели



Рис. 15.12. Здесь можно вносить изменения в вашу страницу

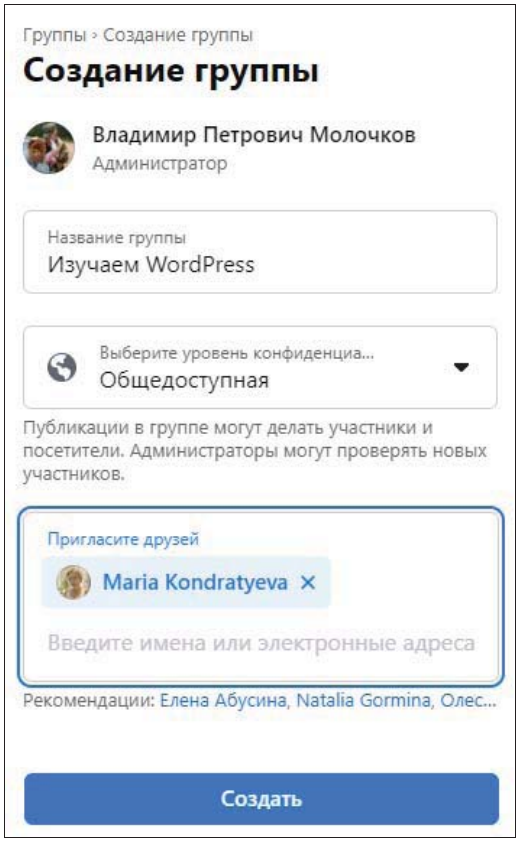


Рис. 15.13. Вносим информацию о группе

Продолжая настройку группы, перейдите по ссылке **Добавьте описание** (рис. 15.15) и впишите в соответствующее поле открывшейся панели необходимый текст (рис. 15.16).

Теперь выполните команду **Управление группой | Настройки** и в разделе **Дополнительные настройки группы** (рис. 15.17) измените цифровой адрес группы на более



Рис. 15.14. Изменяем обложку группы

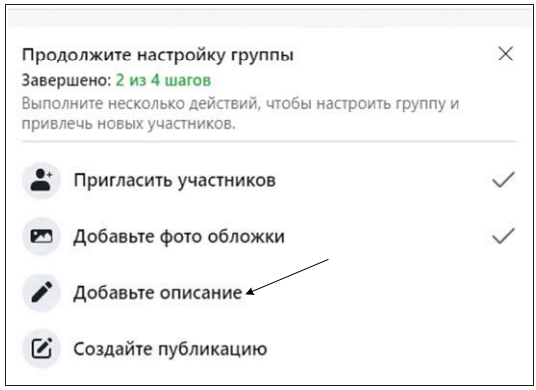


Рис. 15.15. Переходим по ссылке **Добавьте описание**

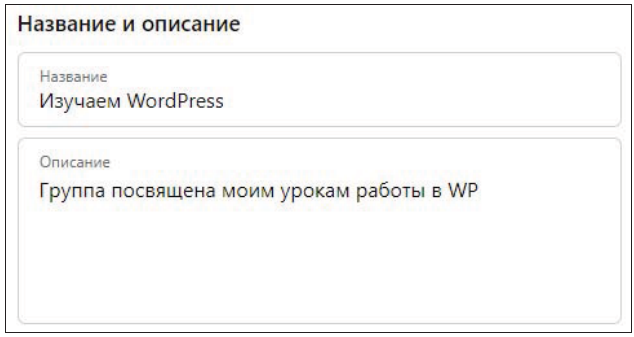


Рис. 15.16. Описание группы создано

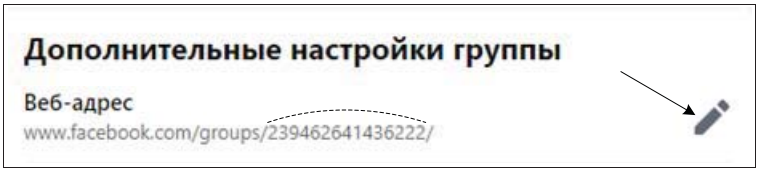


Рис. 15.17. Исходный адрес группы

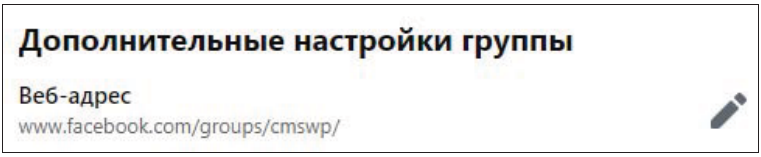


Рис. 15.18. Отредактированный адрес группы

понятный. Для этого нажмите здесь на значок и в адресе **www.facebook.com/groups/239462641436222/** замените цифры на буквы `smswp` (рис. 15.18).

Что публиковать на Facebook?

Для продвижения своего сайта через Facebook имеет смысл публиковать анонсы своих новых статей со ссылками на полную их версию.

Новый термин

Анонс — это оповещение о каком-либо событии.

Можно и нужно публиковать на Facebook интересный и полезный материал по выбранному вами направлению. Поскольку мы рассматриваем в примерах обучающий сайт, то его целевая аудитория — ученики, так что стоит посмотреть, что ваши конкуренты публикуют на Facebook по тем же предметам обучения, что и вы.

Создание публикации на Facebook

Здесь мы рассмотрим несколько способов создания публикаций.

Публикация в профиле

Возьмите со своего сайта пару предложений, пригодных для анонса, добавьте к ним ссылку на полную версию статьи и хештеги, после чего в своем профиле Facebook войдите в поле **Что у вас нового?** (рис. 15.19) и в открывшемся окне **Создание публика-**

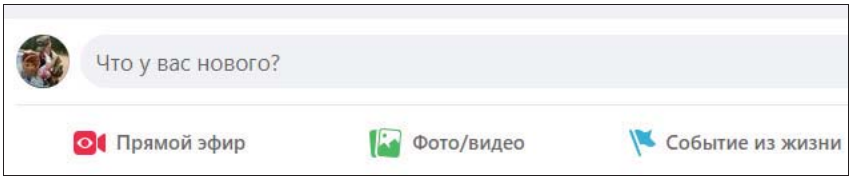


Рис. 15.19. Входим в поле **Что у вас нового?**

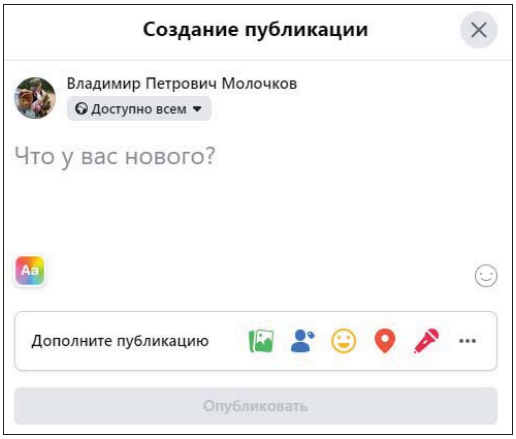


Рис. 15.20. Окно **Создание публикации**

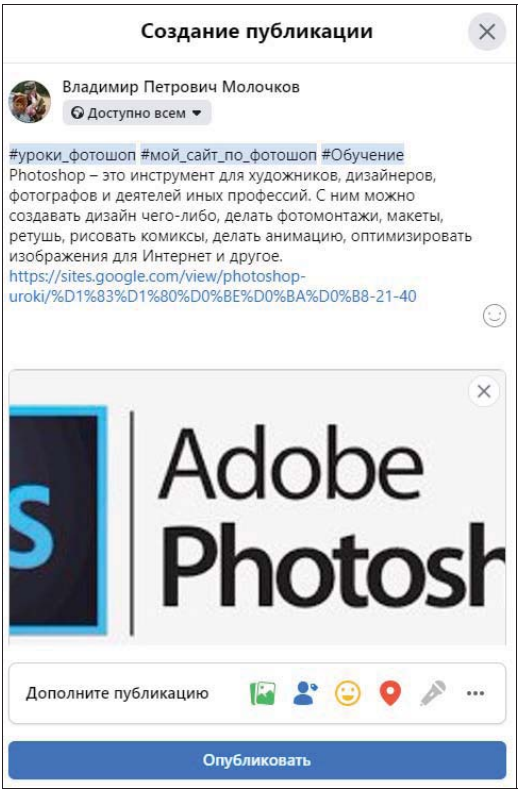


Рис. 15.21. Подготовленная к публикации в профиле Facebook информация

ции (рис. 15.20) разместите подготовленную информацию (рис. 15.21). Осталось нажать на кнопку **Опубликовать** — ваш пост появится в профиле.

Редактирование публикации, размещенной на Facebook

Чтобы отредактировать публикацию, которую вы разместили на Facebook, перейдите к этой публикации, нажмите на кнопку с тремя точками ···, расположенную в правом верхнем углу публикации, и выберите из открывшегося меню команду **Редактировать публикацию** (рис. 15.22).

Если в публикации есть картинка, фото или какое-либо другое изображение, то они иногда отображаются некорректно и требуют редактирования. Такую иллюстрацию можно удалить, не удаляя всей публикации, для чего в окне **Редактировать публикацию** (рис. 15.23) следует нажать на значок ⊗, расположенный в правом верхнем углу иллюстрации.

Чтобы добавить в публикацию картинку или другие объекты, нажмите в окне **Редактировать публикацию** на кнопку **Дополните публикацию** (рис. 15.24).

Для внесения в публикацию произведенных изменений нажмите на кнопку **Сохранить** — результат редактирования публикации приведен на рис. 15.25.

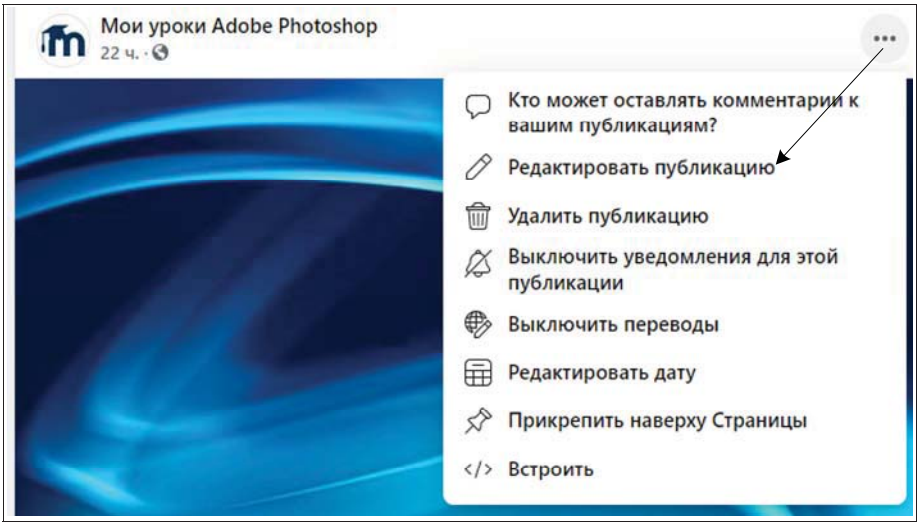


Рис. 15.22. Выполняем команду **Редактировать публикацию**

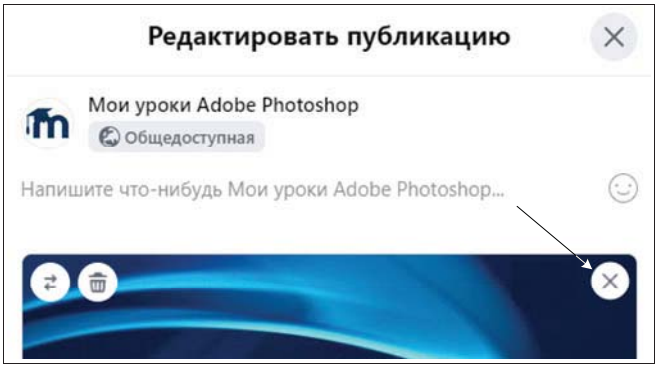


Рис. 15.23. Для удаления фото из публикации нажмите на этот значок

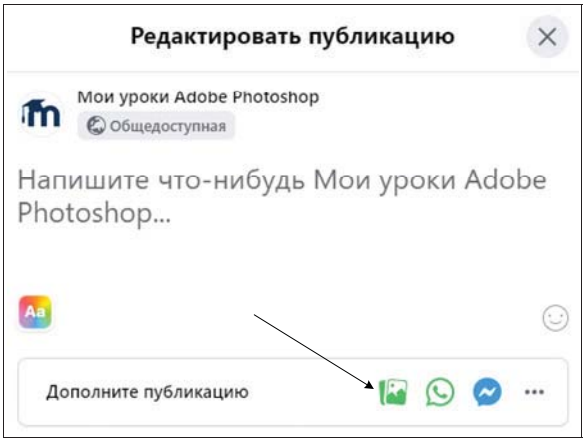


Рис. 15.24. Кнопка дополнения публикации картинкой или фото



Рис. 15.25. Изображение в публикации заменено другим

Публикация на странице

Выполните команду **Главная | Страницы**, а затем выберите какую-либо из созданных вами ранее страниц и перейдите в ней в поле **Создать публикацию** (рис. 15.26). Принцип создания публикации нам уже знаком: взять со своего сайта несколько предложений, пригодных для анонса, добавить к ним ссылку на полную версию статьи и хештеги и разместить подготовленную таким образом информацию в окне **Создание публикации** (рис. 15.27). По нажатии на кнопку **Опубликовать** пост появится на вашей странице.

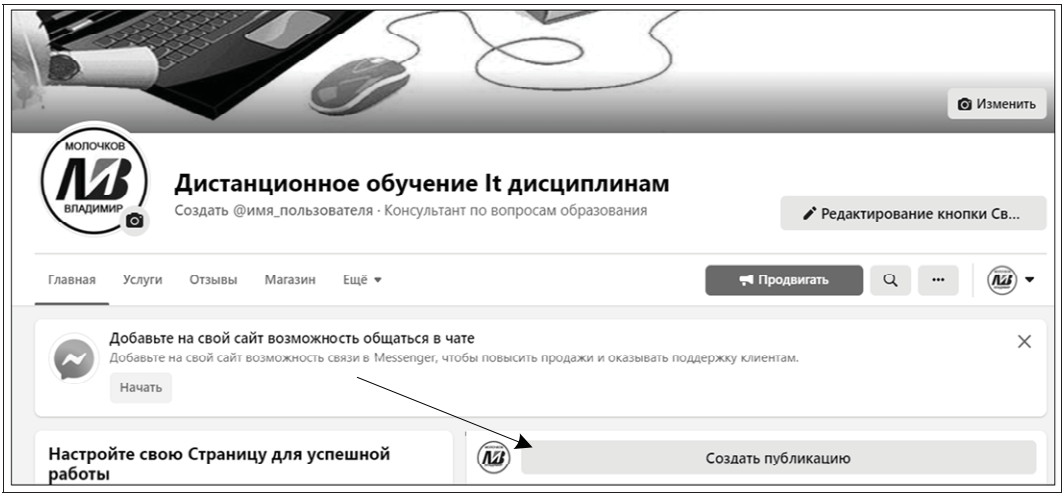


Рис. 15.26. Открываем страницу для создания в ней публикации

Как уже отмечалось в предыдущем разделе, картинка, вставленная в публикацию по умолчанию, может отображаться некорректно. Замена картинки, а также изменение опубликованного на странице текста осуществляются в том же порядке в окне **Редактировать публикацию** (рис. 15.28).

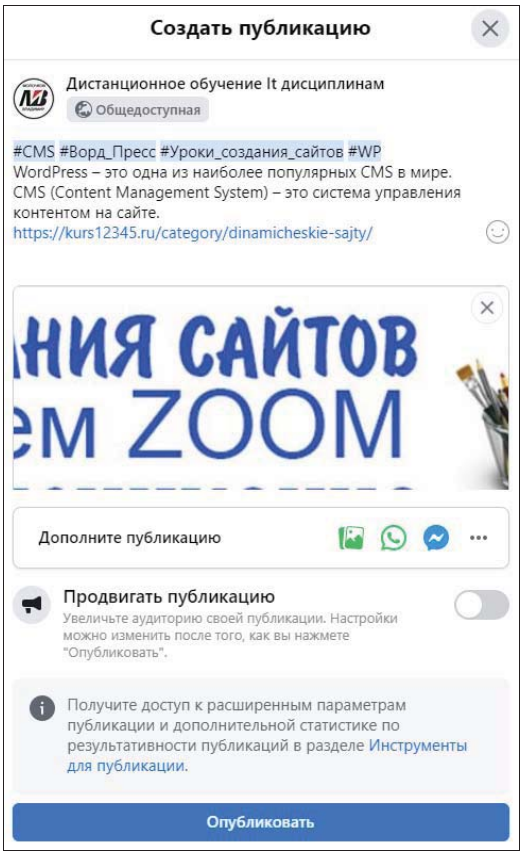


Рис. 15.27. Создаем публикацию на странице

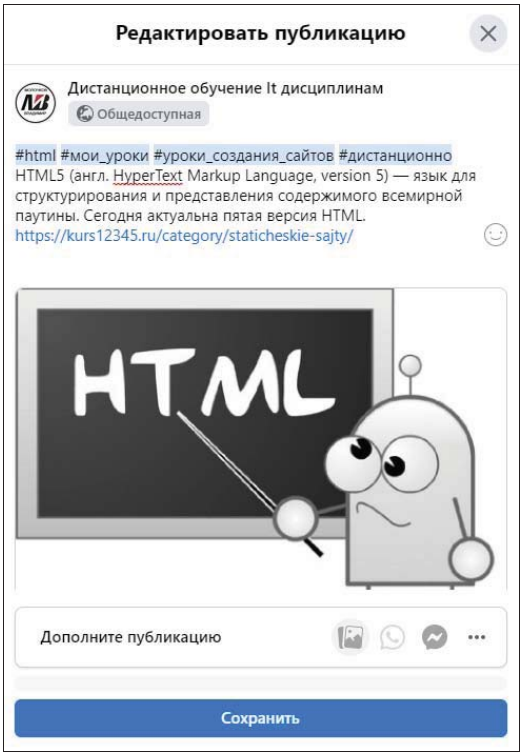


Рис. 15.28. В исходной публикации изменено все: и текст, и картинка

Публикация в группе

С главной страницы войдите в свою группу и перейдите по ссылке **Создайте публикацию** (рис. 15.29). Прорекламируем здесь, например, книгу по WordPress (рис. 15.30). Как можно видеть, принцип создания публикации тот же, что и описанный ранее: разместить в окне **Создание публикации** подготовленную информацию и нажать на кнопку **Отправить**.

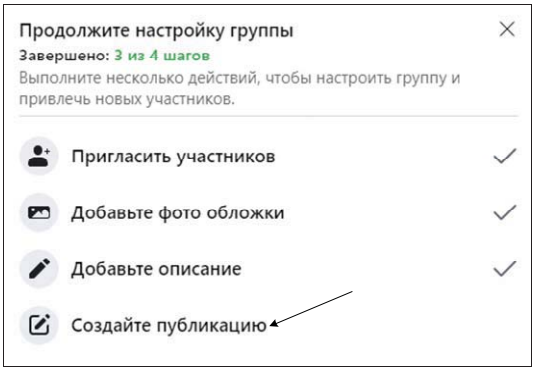


Рис. 15.29. Переходим по ссылке **Создайте публикацию**

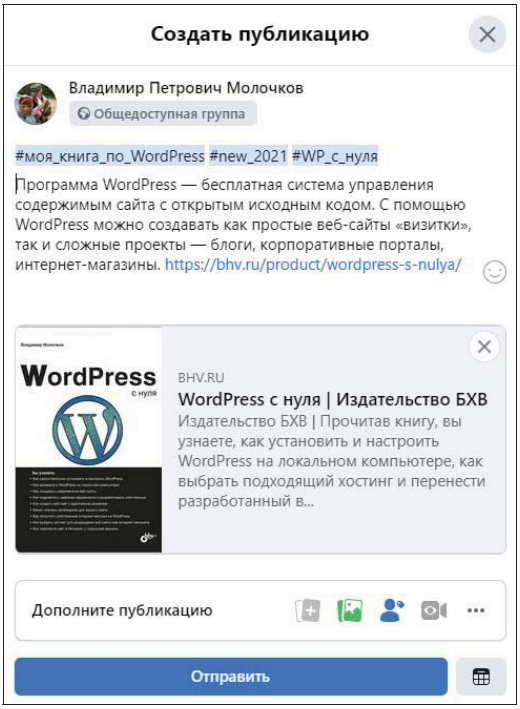


Рис. 15.30. Создаем публикацию в группе

Продвижение страницы и группы

Под продвижением своего продукта (сайта) мы, как и ранее, будем понимать увеличение нашей аудитории посетителей и подписчиков. Для этого есть несколько способов.

- **Способ 1**: увеличить свое присутствие в соцсети.

  Для этого нужно:

  - регулярно размещать на Facebook интересную и полезную информацию;
  - посылать приглашение на свои страницы и в группы потенциальным подписчикам;
  - писать комментарии, ставить лайки в сайтах аналогичного профиля.

- **Способ 2**: реклама бесплатная.

  Можно договориться с администраторами аналогичных групп о взаимной рекламе на бесплатной основе по принципу «ты — мне, а я — тебе».

- **Способ 3**: реклама платная.

  Если у конкурентов (администраторов аналогичных групп) подписчиков очень много, а у вас — мало, то с ними придется договариваться о рекламе на платной основе...

  Но платную рекламу поддерживает и сама соцсеть. В нижней части окна Facebook перейдите по ссылке **Реклама** (рис. 15.31), нажмите в открывшейся панели на кноп-

ку **Создать рекламу** (рис. 15.32) и определитесь на следующем шаге с целью вашей рекламы (рис. 15.33). Остальные шаги мы здесь рассматривать не будем — подход к ним тот же, что и при организации рекламы ВКонтакте (см. *разд. «Платное продвижение сообщества через рекламу» главы 14*): выбирается аудитория для просмотра рекламы (возраст людей, их пол), указывается география (например, Россия, Москва), а затем настраивается, как часто будет проходить показ рекламы и как долго. И, наконец, появится кнопка **Оплатить**.

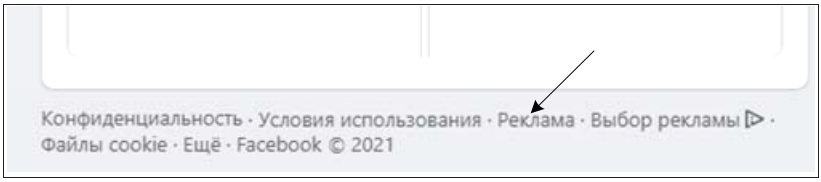


Рис. 15.31. Платная реклама в Facebook

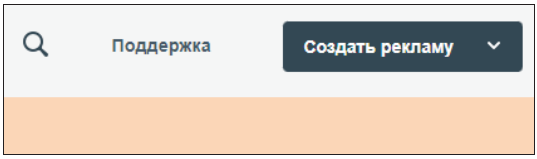


Рис. 15.32. Кнопка **Создать рекламу**

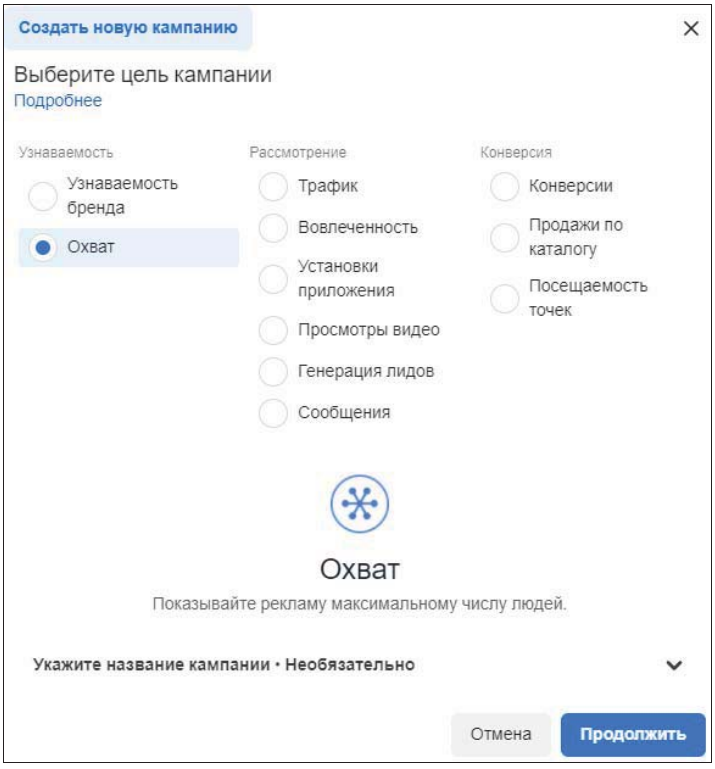


Рис. 15.33. Охват означает показ рекламы максимальному числу людей

- **Способ 4**: ссылки.

  Суть здесь заключается в размещении ссылок на свой продукт (на свои страницы) как можно чаще и в разных местах Сети. Это могут быть ваши сайты, форумы по вашей теме, комментарии и пр.

Работа с Twitter

Новый термин

Twitter — международная социальная сеть для обмена короткими (до 300 символов) сообщениями при помощи веб-интерфейса. Владельцем системы «Твиттер» является компания Twitter Inc., главный офис которой находится в США. Сообщения, созданные в этой социальной сети, называются «твитами» (от *англ.* twitter — болтать, щебетать).

Чтобы начать работать с Twitter, зайдите по адресу **https://twitter.com/** и зарегистрируйтесь. Затем войдите в свой аккаунт, на его главной странице перейдите по ссылке **Еще** (рис. 15.34), нажмите на кнопку **Настройки и конфиденциальность** (рис. 15.35) и впишите в соответствующее поле открывшейся панели (рис. 15.36) имя пользователя, несущее смысловую нагрузку.

Если язык интерфейса Twitter у вас оказался изначально английский, то его можно изменить на русский (рис. 15.37).

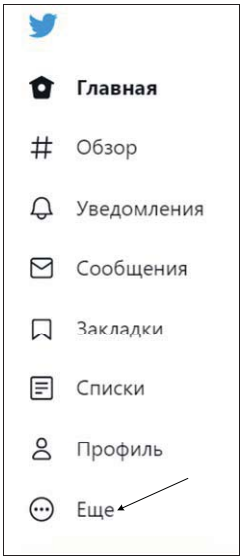


Рис. 15.34. Заходим в настройки, указанные стрелкой

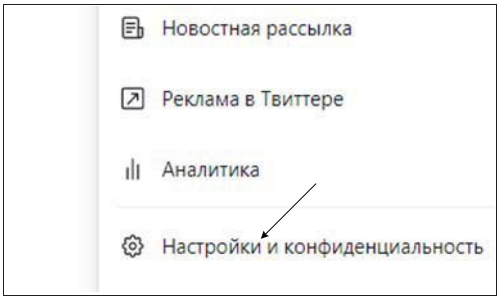


Рис. 15.35. Кнопка **Настройки и конфиденциальность**

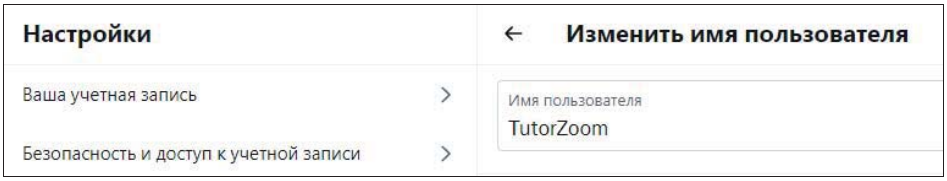


Рис. 15.36. Редактируем заданное по умолчанию имя пользователя

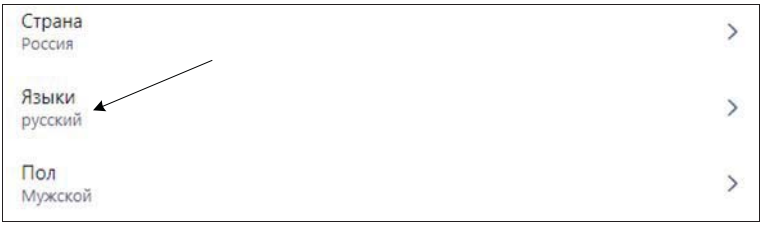


Рис. 15.37. Здесь можно поменять язык интерфейса Twitter

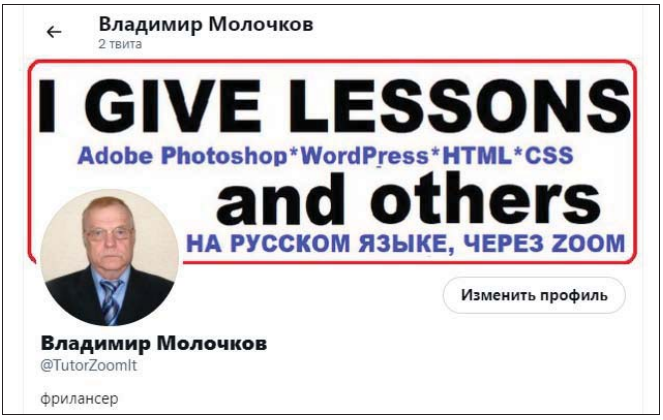


Рис. 15.38. Окно профиля Twitter

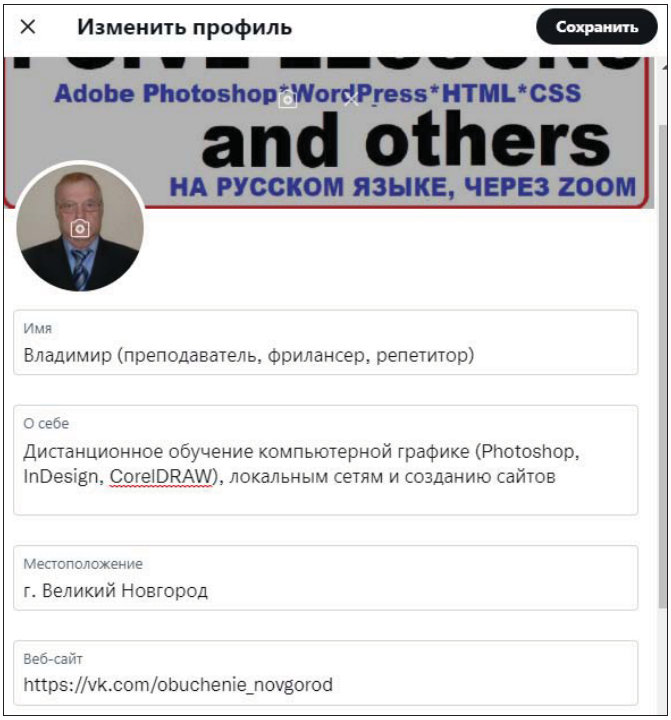


Рис. 15.39. Редактируем свой профиль

Сохраните сделанные настройки, перейдите на главной странице своего аккаунта Twitter (см. рис. 15.34) по ссылке **Профиль** и нажмите в открывшемся окне профиля (рис. 15.38) на кнопку **Изменить профиль**. В открывшемся окне (рис. 15.39) вы можете создать шапку для своей страницы в Twitter (ее размеры не должны превышать 812×278 пикселов), а также дополнить информацию о себе.

Создание постов на Twitter

В Twitter, как и в Instagram, нельзя создавать группы, — только посты. Создание нового поста производится на главной странице аккаунта с использованием хештегов (рис. 15.40). Обратите внимание на кружок внизу страницы, на который указывает стрелка, — он примерно показывает, сколько знаков еще можно дописать в сообщение.

Когда пост (твит) готов, нажмите на кнопку **Твитнуть**, и он появится в вашей ленте.

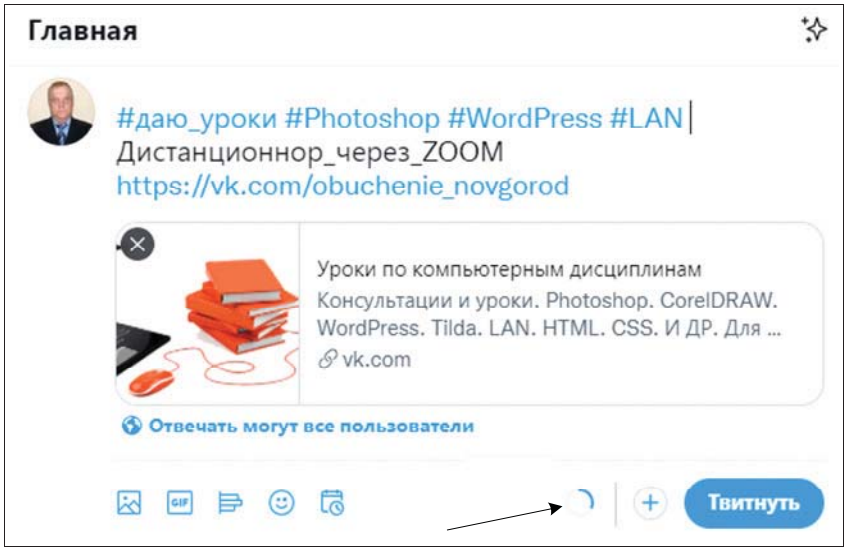


Рис. 15.40. Создаем пост в Twitter

Ставим виджет Twitter на свой сайт

Для продвижения в Twitter (набора аудитории подписчиков) необходимо регулярно публиковать интересные и полезные посты, способные заинтересовать читателей, а также постоянно поддерживать с ними переписку. Установка виджета Twitter на свой сайт также позволит привлечь подписчиков и увеличить полезный трафик. Виджет на сайте станет отображать все твиты, которые вы будете публиковать в Twitter.

Итак, зайдите на **https://publish.twitter.com/#** и нажмите на среднюю картинку (рис. 15.41) — откроется окно (рис. 15.42), в соответствующее поле которого введите ссылку на свой профиль в Twitter и нажмите на кнопку **Previev**.

В результате вы увидите свою твиттер-ленту (рис. 15.43). Лента получилась слишком длинная для размещения на нашем сайте, поэтому перейдите здесь по ссылке **set**

customization options и в открывшейся панели (рис. 15.44) ограничьте длину ленты величиной 400 пикселов. Затем нажмите на кнопку **Update,** в открывшейся панели (рис. 15.45) нажмите на кнопку **Copy Code** и скопируйте код из панели, показанной на рис. 15.46, нажав там на кнопку **Копировать код**.

Осталось зайти на наш сайт WP, выполнить в консоли команду **Внешний вид | Виджеты | блок HTML**, вставить скопированный код в нужное место на нашем сайте и нажать на кнопку **Обновить**. В результате твиттер-лента будет вставлена в наш сайт (рис. 15.46).

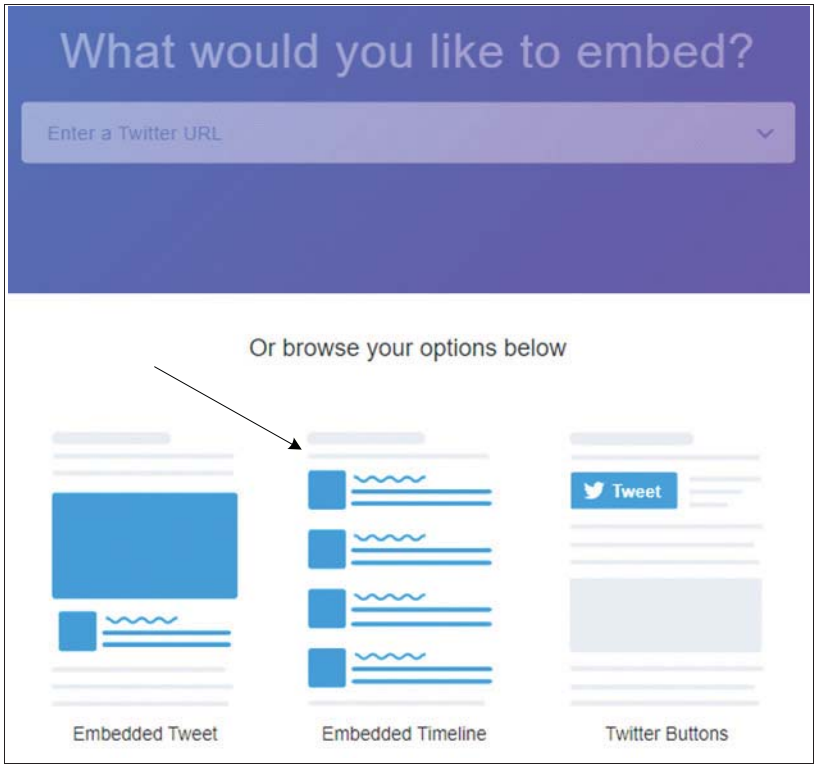


Рис. 15.41. Окно сайта **Twitter Publish**



Рис. 15.42. Здесь вводим ссылку на адрес своего профиля в Twitter

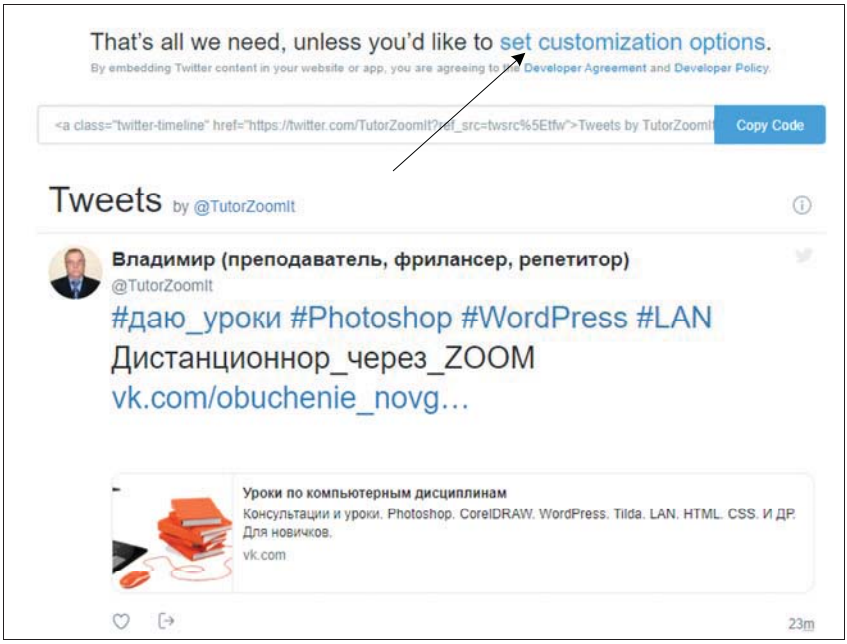


Рис. 15.43. Часть твиттер-ленты пользователя **@TutorZoomIt**

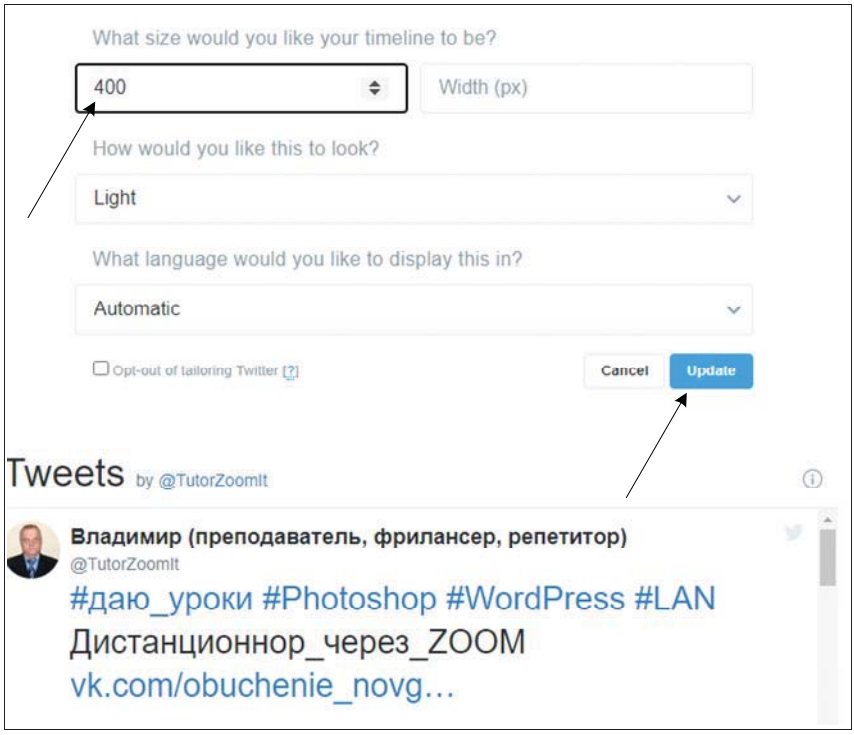


Рис. 15.44. Мы ограничили длину ленты величиной в 400 пикселов

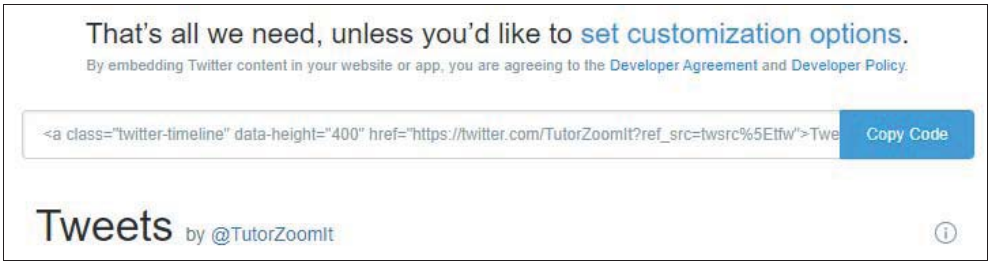


Рис. 15.45. Нажимаем на кнопку **Copy Code**



Рис. 15.46. Код для вставки на сайт

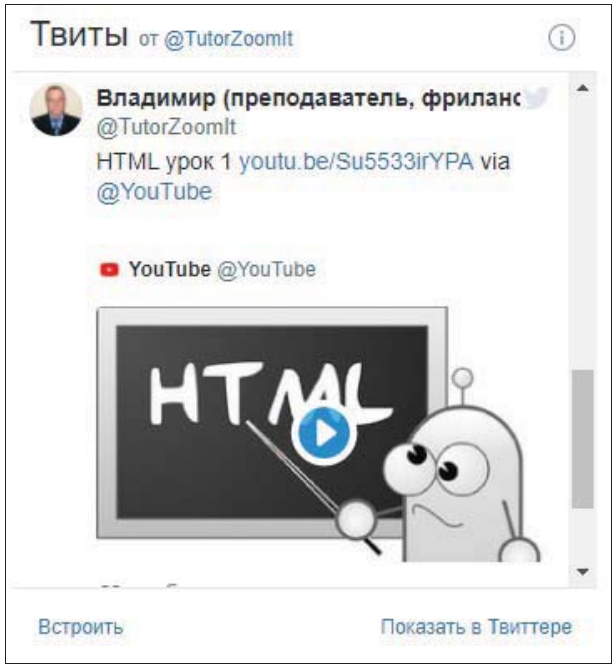


Рис. 15.46. Виджет от Twitter вставлен в наш сайт

ГЛАВА 16



Соцсети Одноклассники и Мой мир и мессенджер Telegram

В этой главе мы рассмотрим возможности трех популярных ресурсов: соцсетей Одноклассники и Мой мир и мессенджера Telegram — для популяризации вашего сайта.

Социальная сеть Одноклассники

Одноклассники — российская социальная сеть, принадлежащая Mail.ru Group и насчитывающая более 330 млн пользователей. Зарегистрируйтесь в этой сети по адресу **https://ok.ru**.

Как и в других социальных сетях, начать работу в Одноклассниках нужно с редактирования своего профиля. Для этого зайдите в **Настройки** (рис. 16.1) и задайте фото и обложку. Здесь же можно отредактировать и ссылку на профиль: заменить, например, исходную ссылку, представляющую собой набор цифр (рис. 16.2), на нечто осмысленное (рис. 16.3). Войдите также в **Вид профиля**, добавьте две кнопки, выполните остальные настройки и сохраните (рис. 16.4).

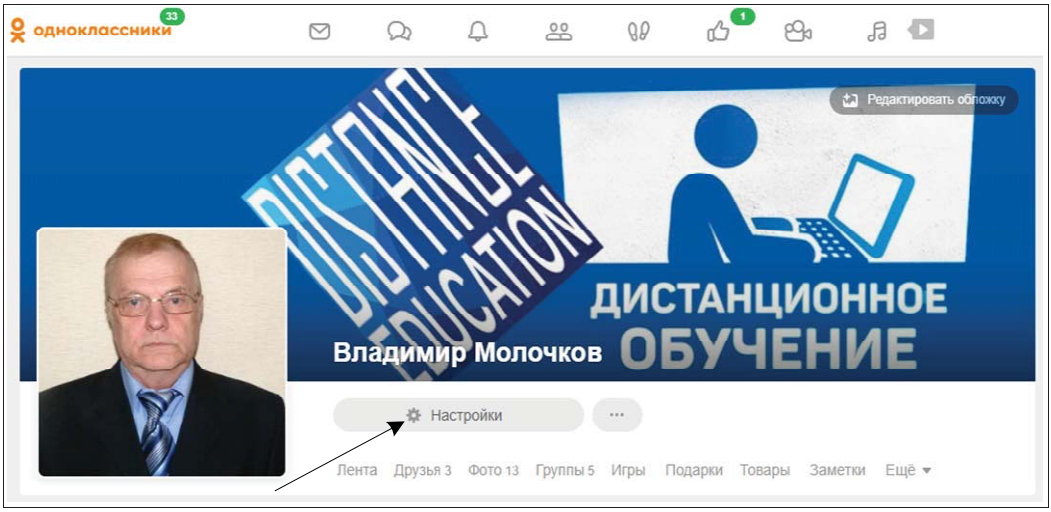


Рис. 16.1. Задаем фото и обложку профиля

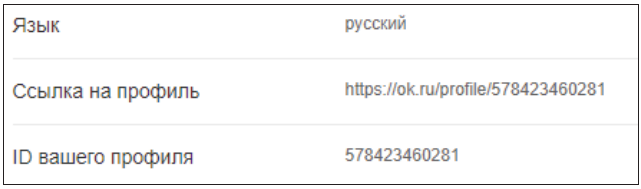


Рис. 16.2. Исходная ссылка на профиль по умолчанию: набор цифр

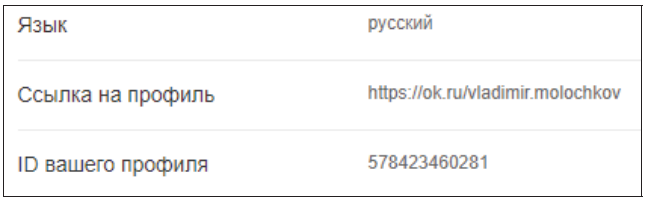


Рис. 16.3. Измененная ссылка на профиль: ваше имя

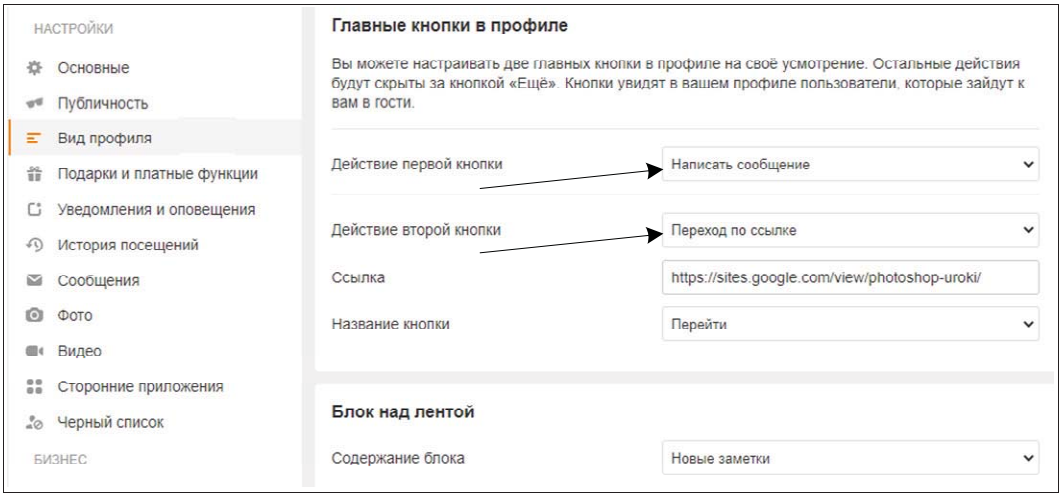


Рис. 16.4. Добавляем в профиль две кнопки

Создание группы

Чтобы создать в Одноклассниках группу, выполните команду **Группы | Создать группу** и выберите тип вашей группы (рис. 16.5), заполните данные для создания группы (рис. 16.6) и настройте вид группы — добавьте аватарку и обложку (рис. 16.7). Рекомендуемый размер обложки: 1944×600 пикселов.

Затем нажмите в этом же окне на значок с тремя точками ··· — откроется окно **Настройки**, где в разделе **Основные** вы сможете отредактировать данные своей группы (рис. 16.8), а в разделе **Инструменты —** настроить **Кнопки действий** (рис. 16.9). Нажмите в завершение настроек на кнопку **Сохранить**, и в группе появятся новые кнопки (рис. 16.10).

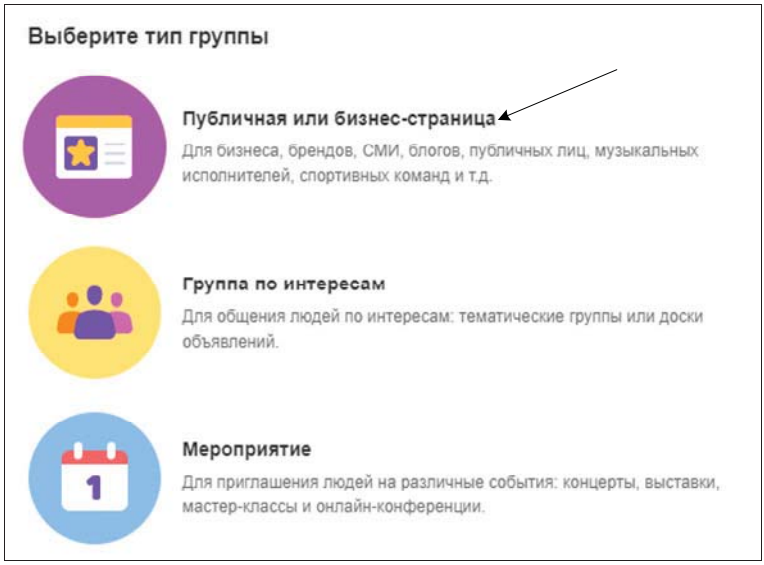


Рис. 16.5. Выбираем тип группы

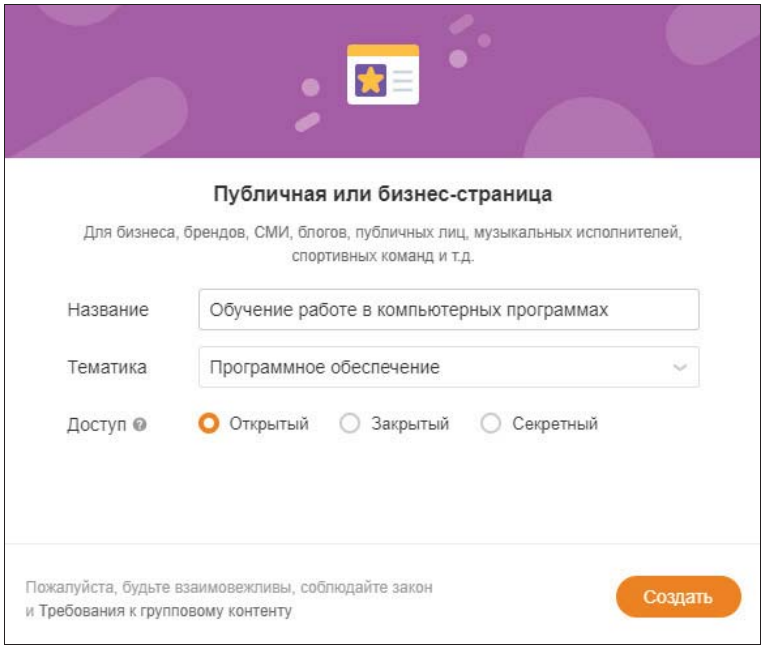


Рис. 16.6. Заполняем данные для создания группы

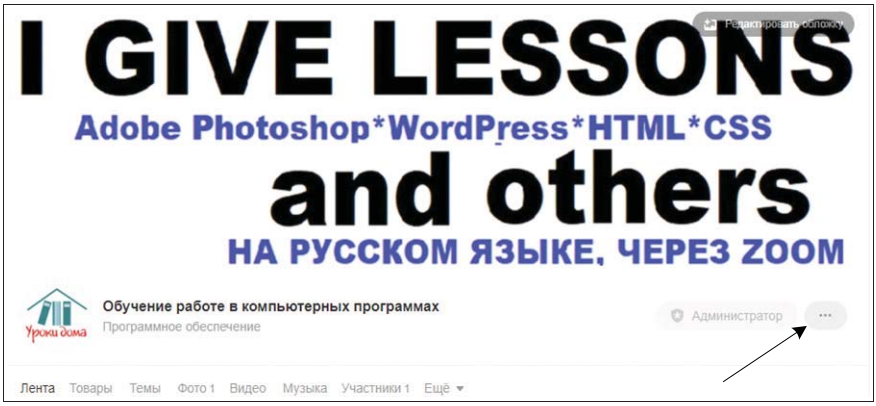


Рис. 16.7. Добавляем для группы обложку и аватарку и переходим в настройки

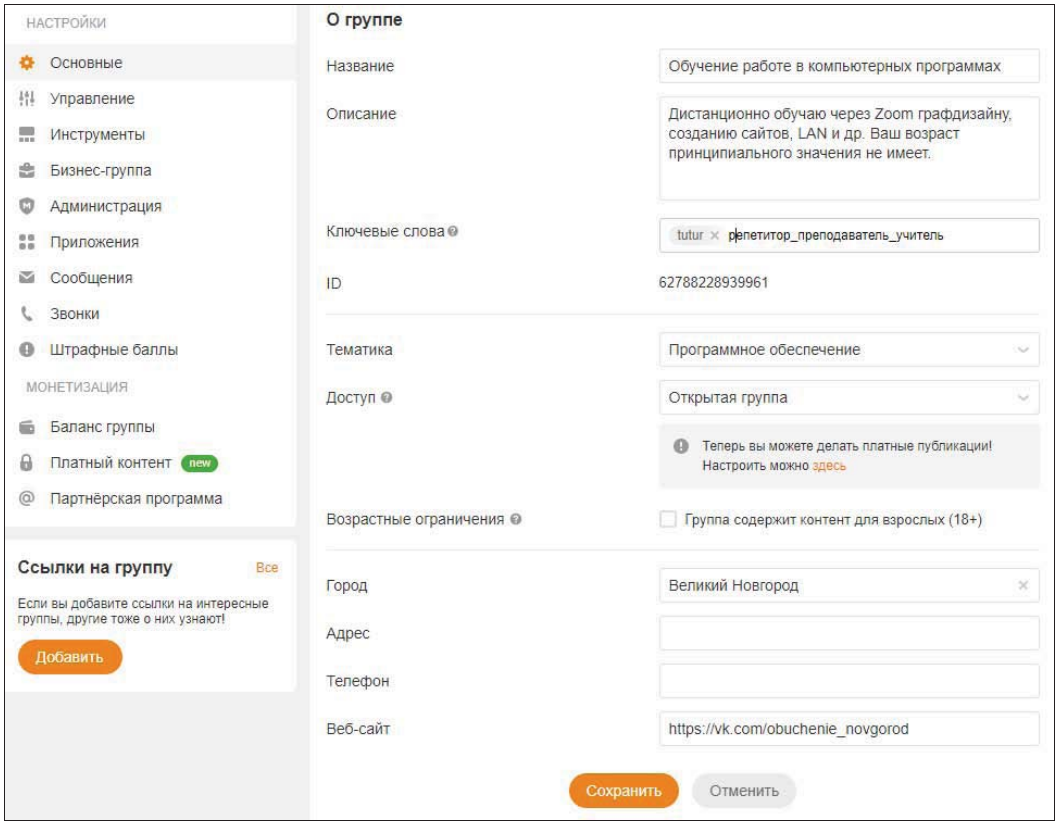


Рис. 16.8. Настройки группы: раздел **Основные**, панель **О группе**

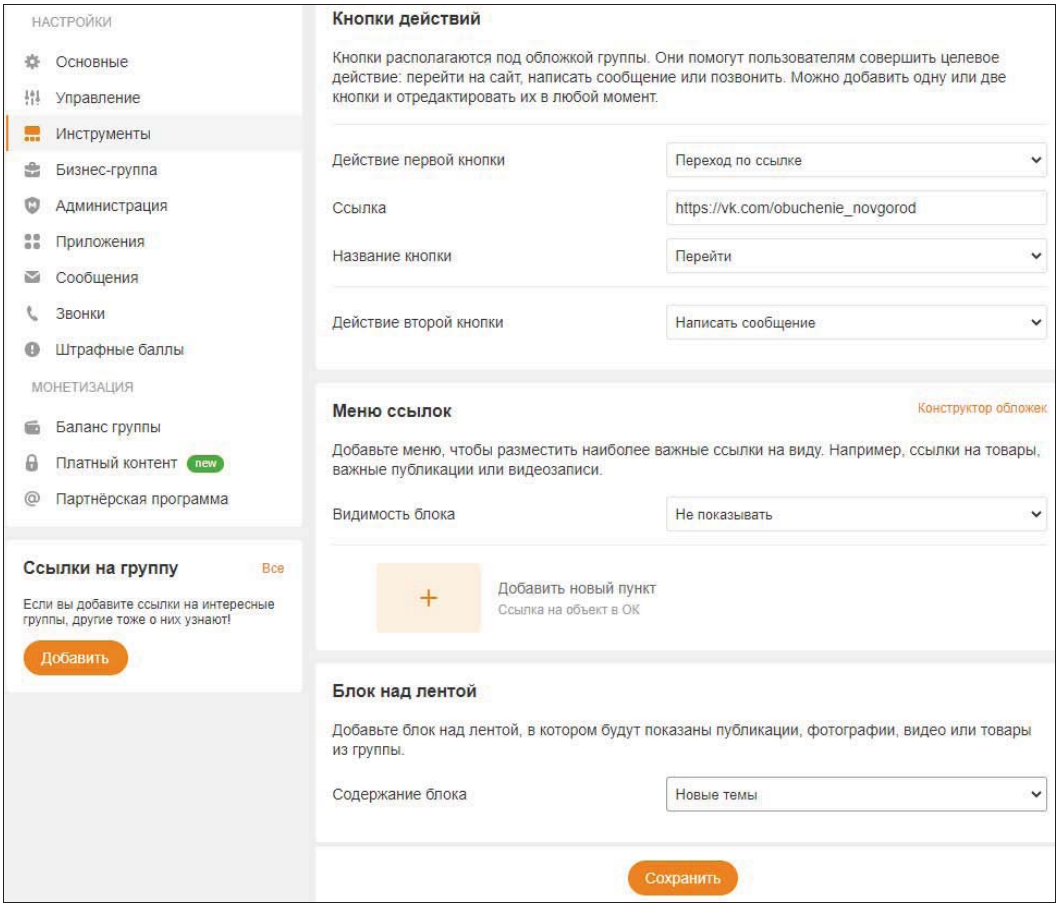


Рис. 16.9. Настройки группы: раздел **Инструменты**, панель **Кнопки действий**



Рис. 16.10. Кнопки действий созданы

Создание публикаций (постов) в группе

Зайдите в своей группе в раздел **Создать новую тему** (рис. 16.11). В открывшейся панели создания поста (рис. 16.12) впишите сначала хештеги, затем добавьте фрагмент статьи, а также адрес рекламируемого вами сайта. Завершите создание поста нажатием на кнопку **Поделиться**, и все ваши подписчики его увидят.

Публиковать посты можно не только в группе, но и непосредственно в профиле — там, где находится приглашение **Напишите заметку** (рис. 16.13). Содержание поста формируется аналогично.

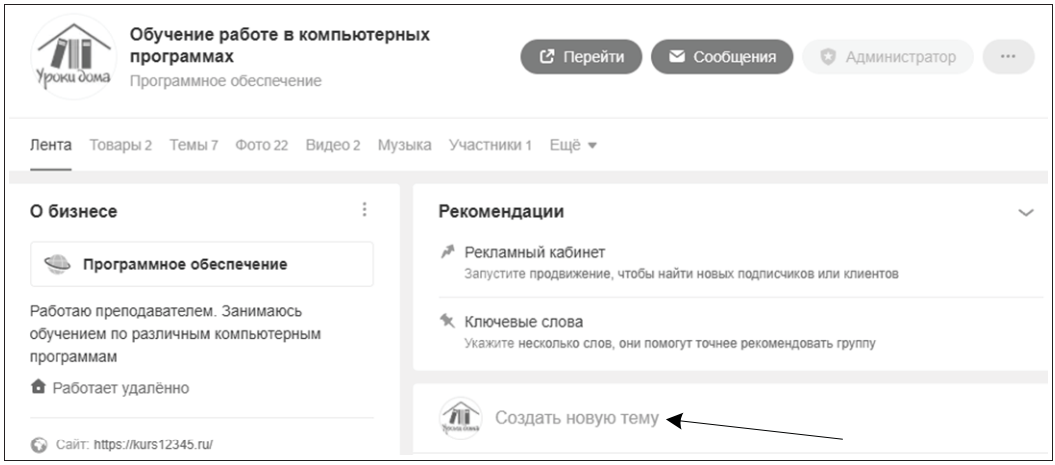


Рис. 16.11. Начинаем создавать публикацию в группе



Рис. 16.12. Пост создан

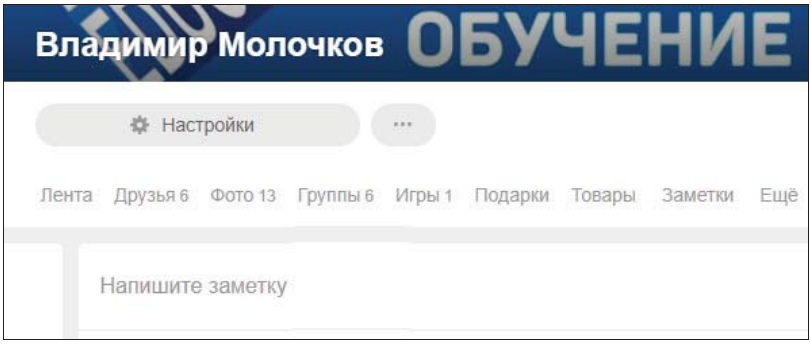


Рис. 16.13. Поле **Напишите заметку** — место для публикации в вашем профиле

Продвижение группы

Вернемся в группу и посмотрим, как ее можно продвигать. Прежде всего, вы можете пригласить в группу своих друзей (рис. 16.14).

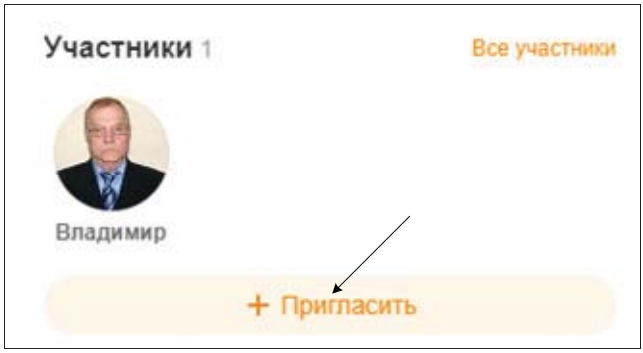


Рис. 16.14. Кнопка приглашения в группу

Есть в Одноклассниках и возможность размещения платной рекламы — для этого в панели **Рекомендации** (рис. 16.15) по ссылке **Запустите** перейдите в рекламный кабинет (рис. 16.16) и начните процедуру платного продвижения. Принципы создания платной рекламы в соцсетях мы уже рассматривали ранее (см. например, *разд. «Платное продвижение сообщества через рекламу» главы 14*).



Рис. 16.15. Запуск рекламного кабинета

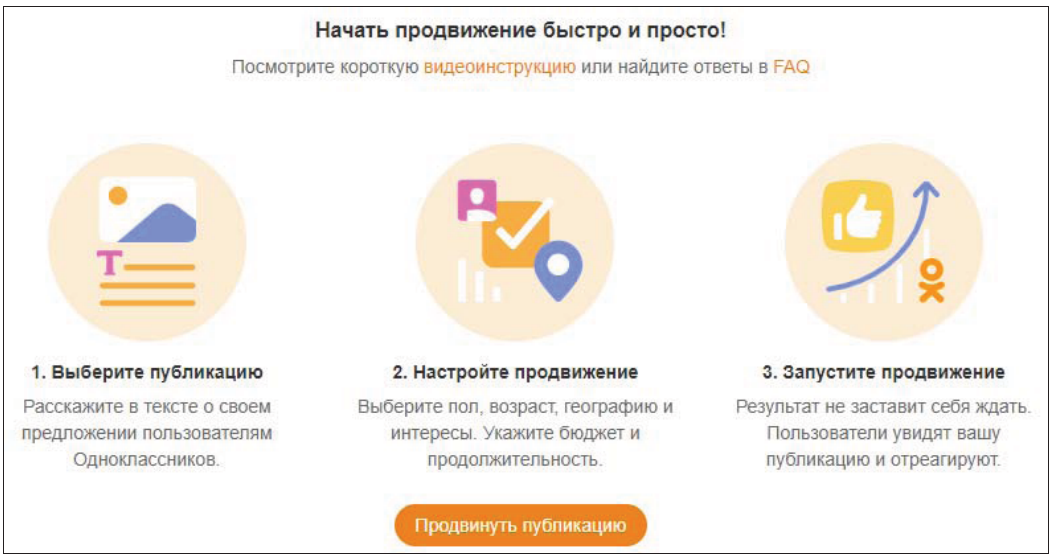


Рис. 16.16. Начало продвижения через платную рекламу

Виджет вашей группы в Одноклассниках

Перейдите по адресу **https://apiok.ru/ext/** и зайдите в раздел **Виджеты | Виджет группы** (рис. 16.17). Введите в открывшейся панели настройки виджета (рис. 16.18) ID вашей группы. ID группы можно найти в ее адресной строке (рис. 16.19).

Вид настроенного виджета и его код приведены на рис. 16.20. Скопируйте этот код в буфер обмена, выполните в консоли WP команду **Внешний вид | Виджеты | блок**

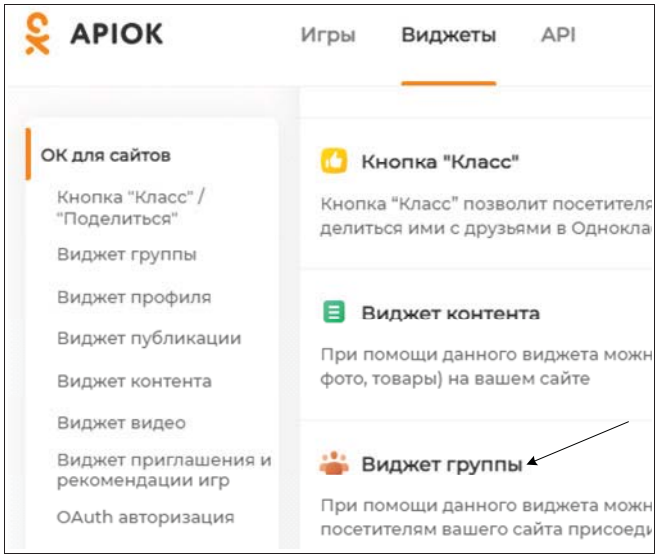


Рис. 16.17. При помощи этого виджета можно рекламировать вашу группу в Одноклассниках

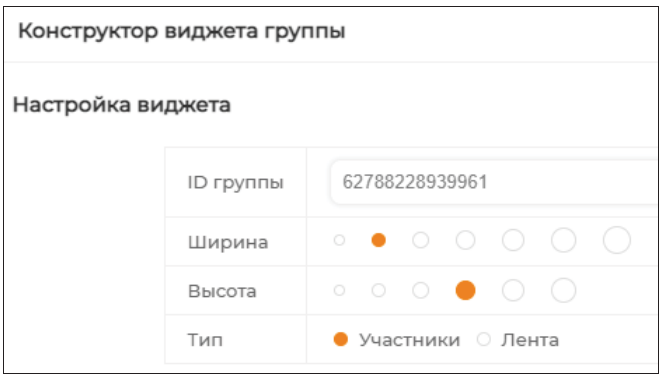


Рис. 16.18. Окно настройки вида виджета

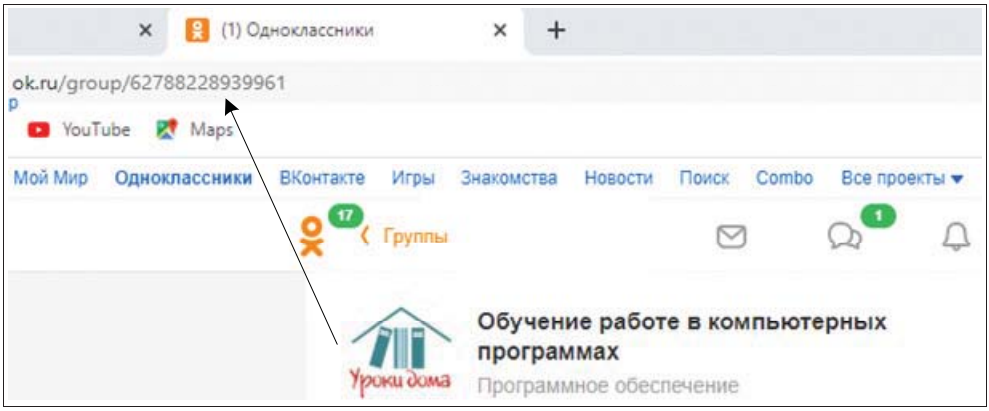


Рис. 16.19. ID этой группы **62788228939961**

HTML и вставьте скопированный код в правый сайдбар (рис. 16.21). Осталось только нажать на кнопку **Обновить**, и виджет будет размещен на сайте (рис. 16.22).

Монетизация в Одноклассниках

Получать денежные переводы в Одноклассниках можно через **Донаты**, **Платный контент** и **Платный доступ в группу** (рис. 16.23).

Все средства, собранные с помощью монетизации, выводятся на вашу карту автоматически. От вас требуется только выбрать метод перевода денег: банковская карта или счет QIWI. Комиссия равна 10%.

Донаты

Новый термин

Донаты — это безвозмездные пожертвования. Такой вариант монетизации заключается в спонсорстве ваших подписчиков, когда любой пользователь собирает средства на что угодно (на развитие группы, издание книги и т. п.). Запуск сборов через донаты производится в настройках группы. Однако эта монетизация окажется недоступной, если подписчиков в группе будет менее 1000.

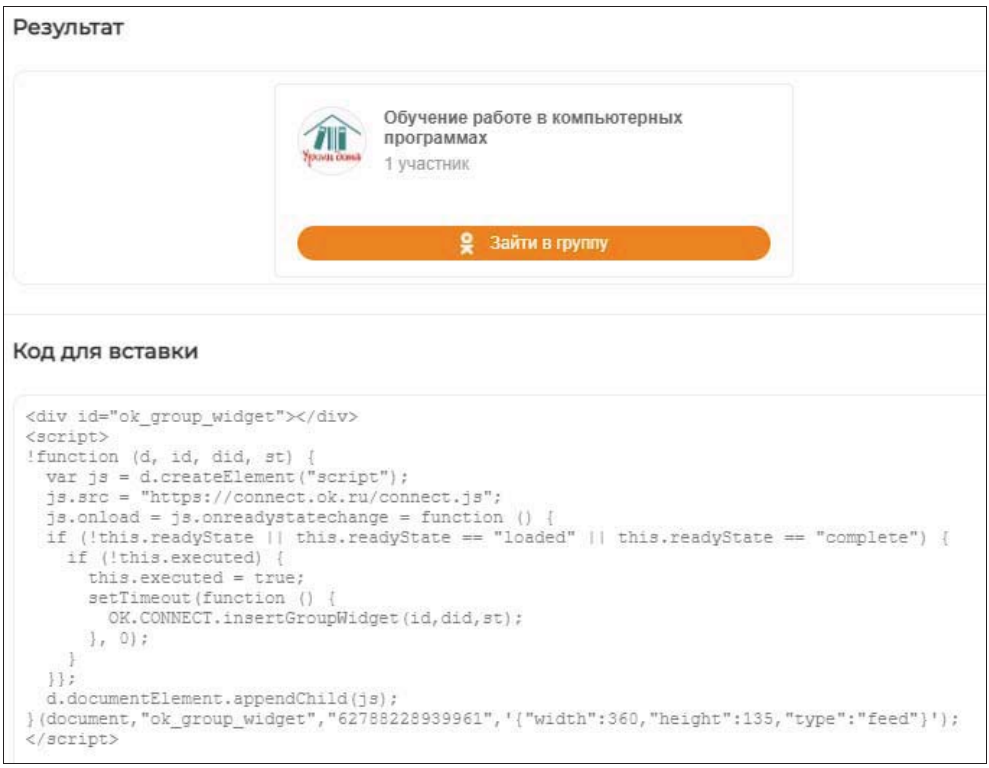


Рис. 16.20. Копируем этот код



Рис. 16.21. Кроме кода здесь можно написать заголовок — например: **Наша группа в Одноклассниках**

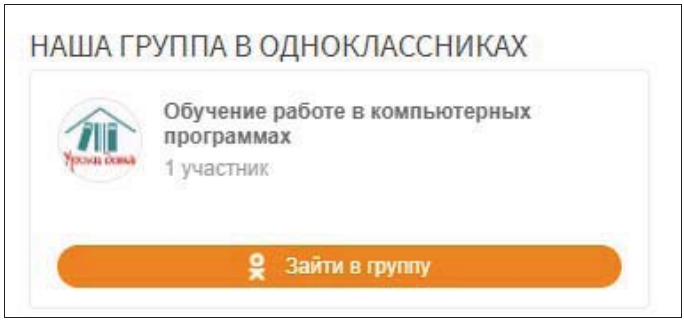


Рис. 16.22. Виджет размещен на сайте

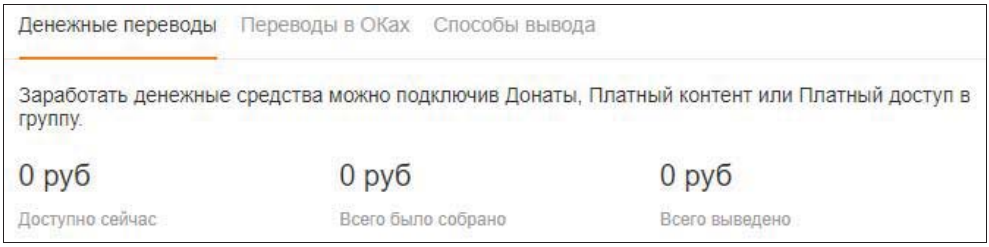


Рис. 16.23. Три способа монетизации в Одноклассниках

Вы можете запускать в Одноклассниках прямые трансляции (рис. 16.24), и вашу трансляцию (стрим) благодаря ленте и витрине видео увидят пользователи, которые на вас подписаны. Зрителей можно конвертировать в платежи, предложив им поддержать ваше видео с помощью лайков.

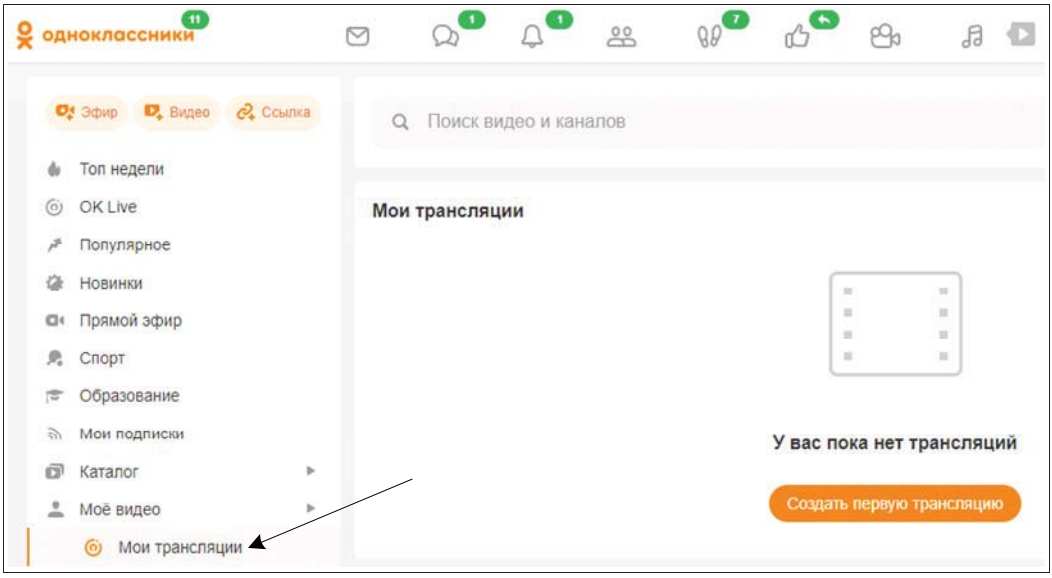


Рис. 16.24. Окно запуска трансляции

Трансляцию допускается запустить как от имени группы, так и от вашего профиля. При этом пользователи увидят ваше предложение поддержать прямой эфир лайками. Собранные средства можно вывести в разделе **Платежи и подписки** — перевести на свой счет или на счет банковской карты по курсу 1 лайк = 0,42 рубля.

Платный контент

Платный контент организуется в группе для тех, кто оплатит доступ к платной ленте новостей. Для его организации перейдите в раздел **Настройки | Платный контент** (рис. 16.25). Добавьте свою банковскую карту, включите платный контент, установите стоимость подписки и вид оплаты: единоразово или по подписке. При создании платного поста поставьте для него флажок **Платная публикация**.

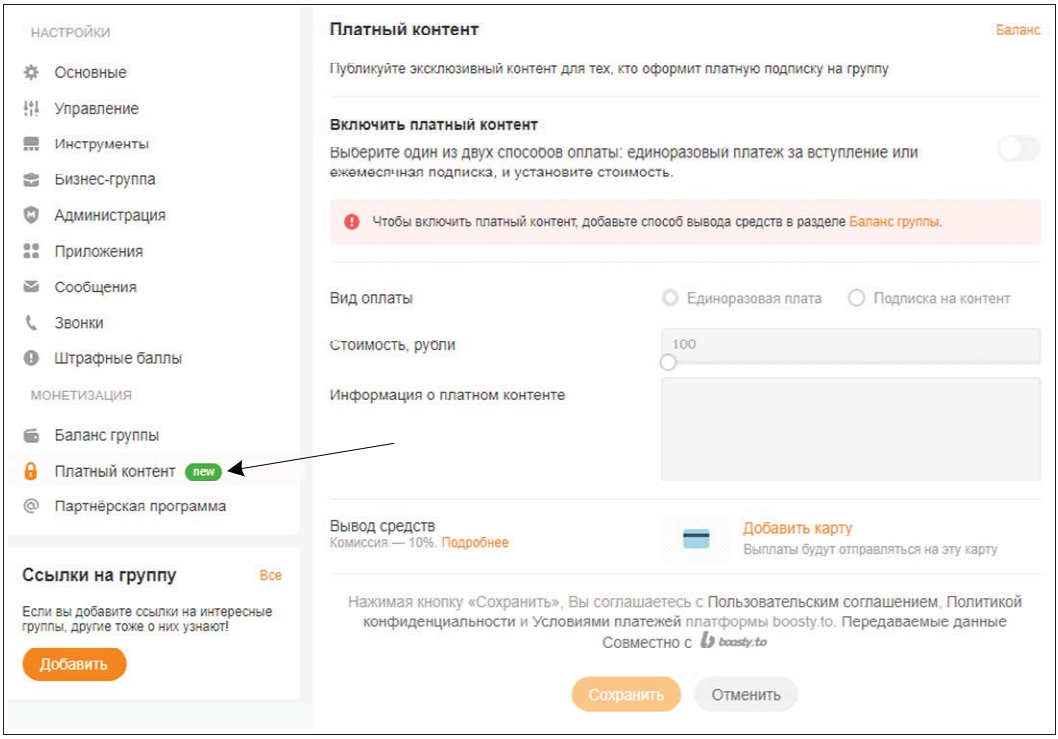


Рис. 16.25. Настройки группы: раздел **Платный контент**

Платный доступ

В Одноклассниках можно создать закрытую группу, вход в которую будет доступен только после оплаты. Это можно организовать как в новой группе, так и в уже существующей. Первое требование здесь: группа должна быть закрытой (рис. 16.26). Затем перейдите в раздел **Настройки | Платный доступ** и установите стоимость вступления и вид оплаты: единоразово или по подписке. В закрытую группу люди могут попадать по приглашениям.

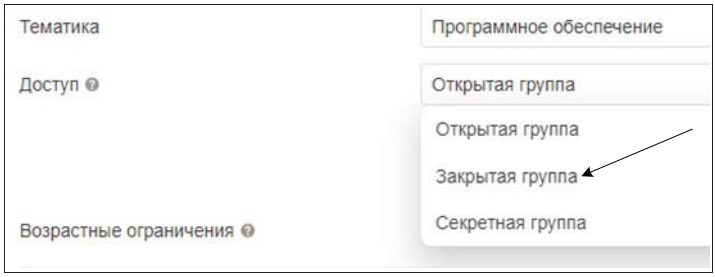


Рис. 16.26. В настройках группу можно сделать закрытой

Социальная сеть Мой мир

Мой мир — российская социальная сеть, принадлежащая Mail.ru Group. Мой мир задуман как место общения друзей, где можно смотреть их фотографии и видеоролики, читать их посты, отвечать на вопросы и многое другое. Для регистрации в соцсети Мой мир достаточно завести почту от Mail.Ru.

Настройка профиля

Зарегистрировавшись, зайдите на сайт **https://my.mail.ru/** в свой аккаунт. Здесь, нажав на свою аватарку слева (рис. 16.27), вы сможете перейти в свой профиль и настроить его. По установившейся традиции добавьте в профиль свое фото или его замену и настройте обложку. Затем нажмите на значок карандаша  (рис. 16.28), и вы попадете в окно с названием **Моя анкета** (рис. 16.29). Для продвижения нашего сайта здесь актуален только раздел **Настройки**. Перейдите в него, введите в поле **Коротко о себе** необходимую информацию (рис. 16.30), убедитесь, что флажок **Видимый блок** установлен (остальные настройки этого окна можно оставить по умолчанию), и нажмите на кнопку **Сохранить**.

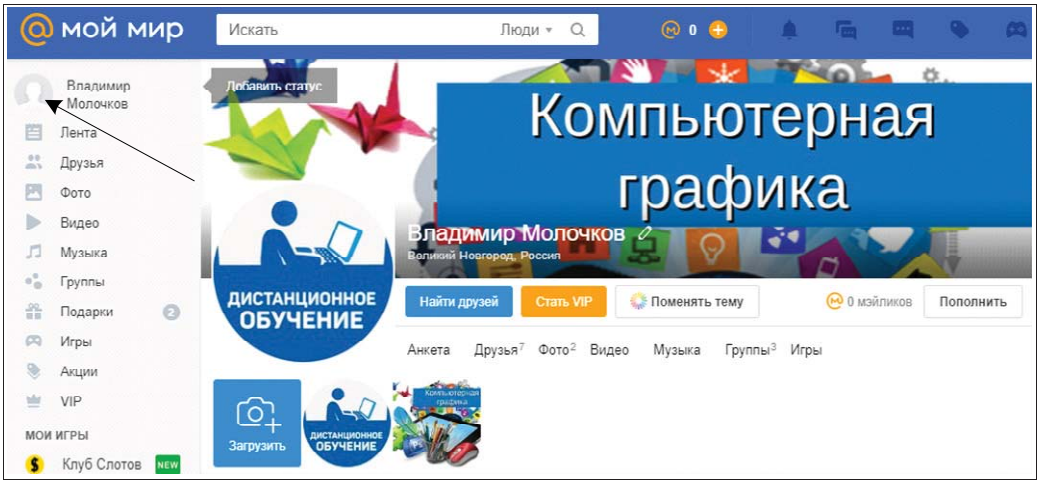


Рис. 16.27. Как настраивать обложку, мы уже знаем по работе с другими соцсетями

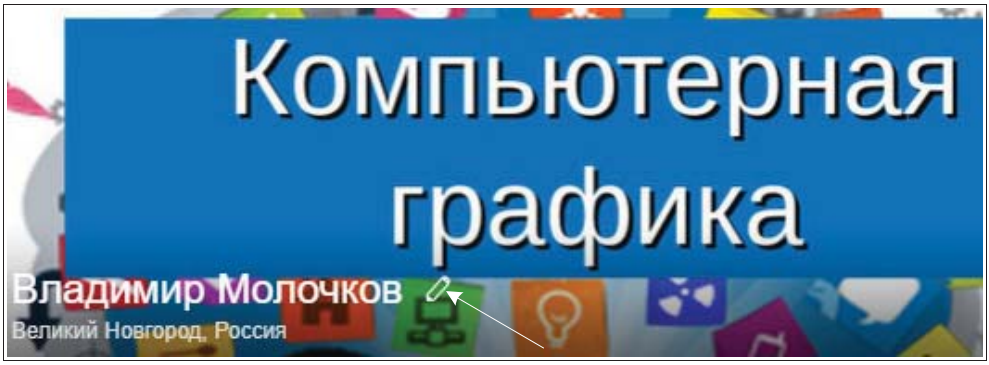


Рис. 16.28. Нажимаем на значок карандаша для перехода в анкету

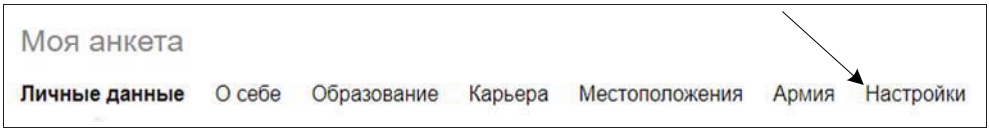


Рис. 16.29. Меню окна **Моя анкета**

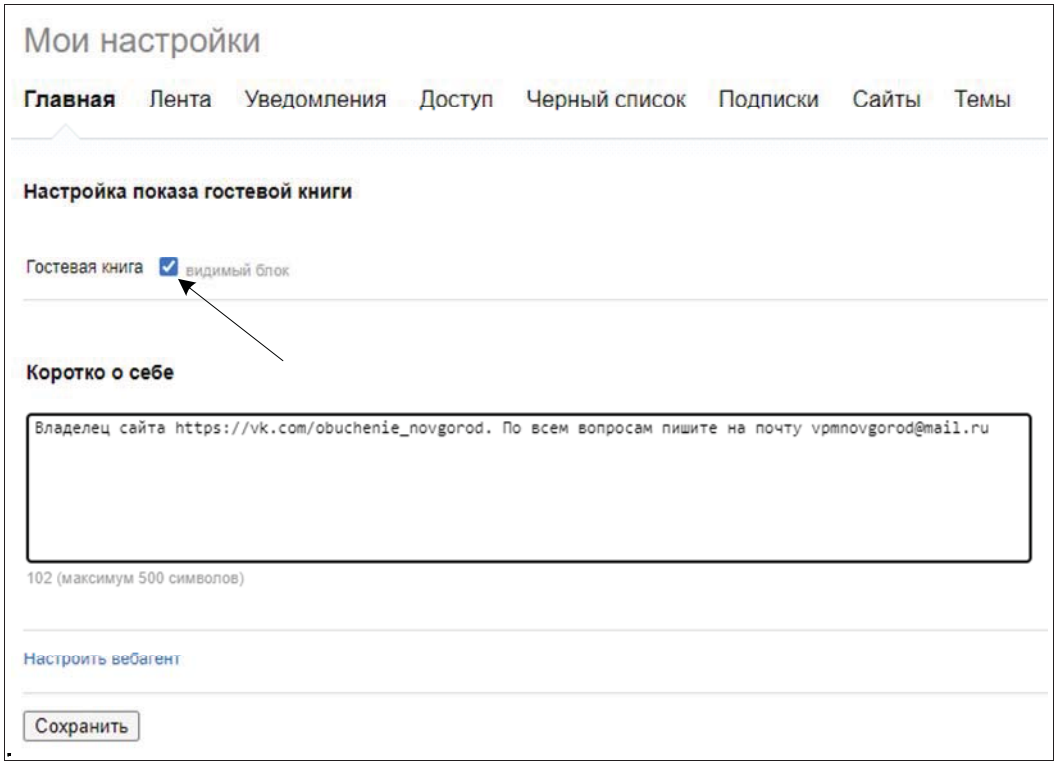


Рис. 16.30. Текст в поле **Коротко о себе** — это видимый блок

Создание группы

Выполните команду меню соцсети Мой мир (см. рис. 16.27, *слева*) **Группы | Создать группу** и заполните открывшееся окно **Создать группу** требуемой информацией, как показано на рис. 16.31. Обратите внимание на то, как правильно заполнять поле **Интересы**. Если человек в Моем мире интересуется этими темами, то ему будет рекомендована ваша группа.

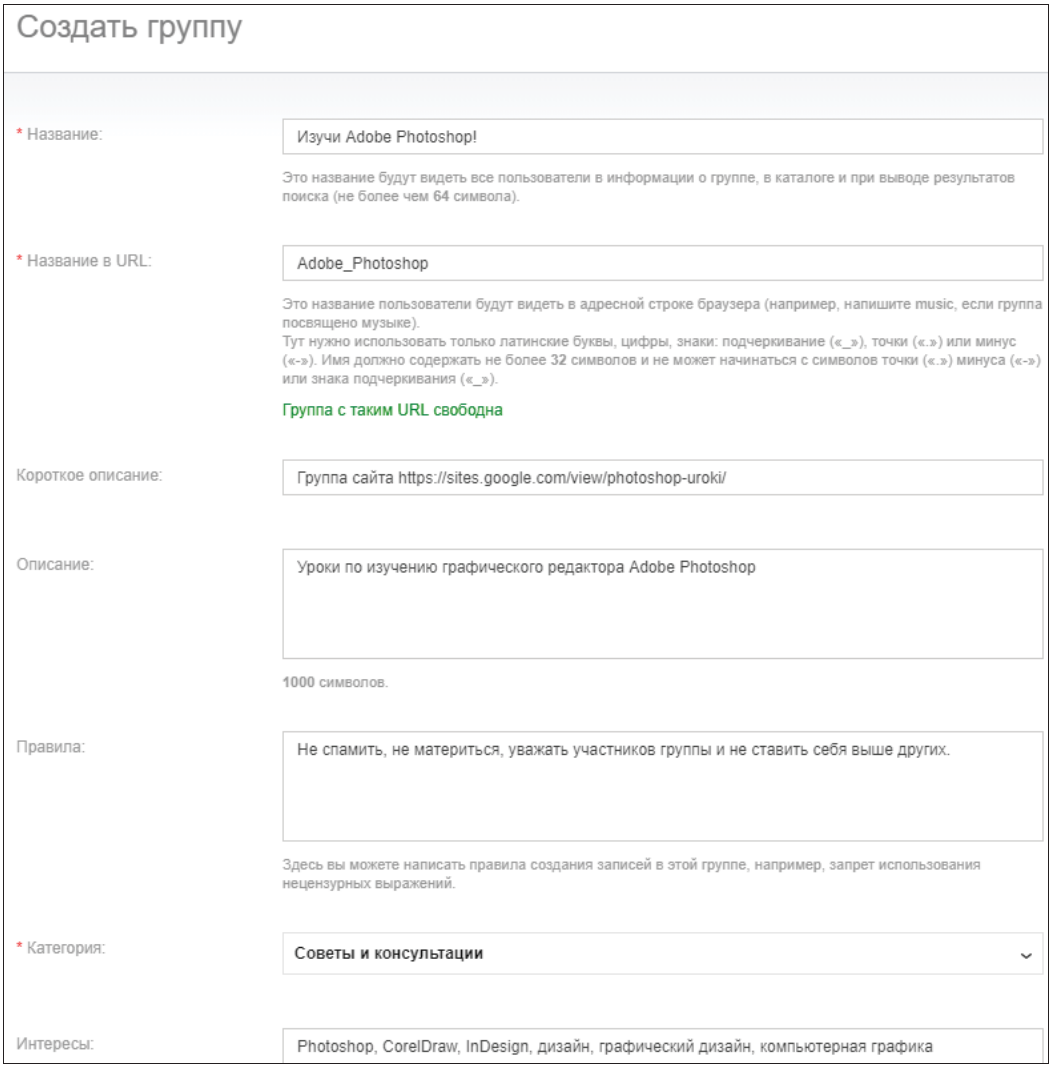


Рис. 16.31. Окно **Создать группу**

Затем нажмите на кнопку **Получить смс-код**, впишите полученный код в группу и нажмите на кнопку **Сохранить**. В результате откроется окно **Настройка группы** — загрузите сюда фото для аватарки группы (рис. 16.32) и нажмите на кнопку **Сохранить**. Теперь откроется окно **Информация о группе** (рис. 16.33) — перейдите из него в свою

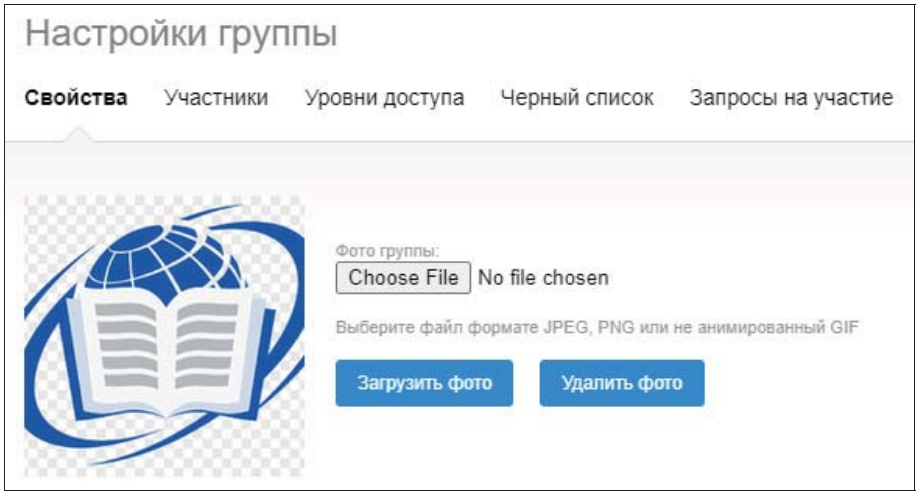


Рис. 16.32. Группа получила аватарку

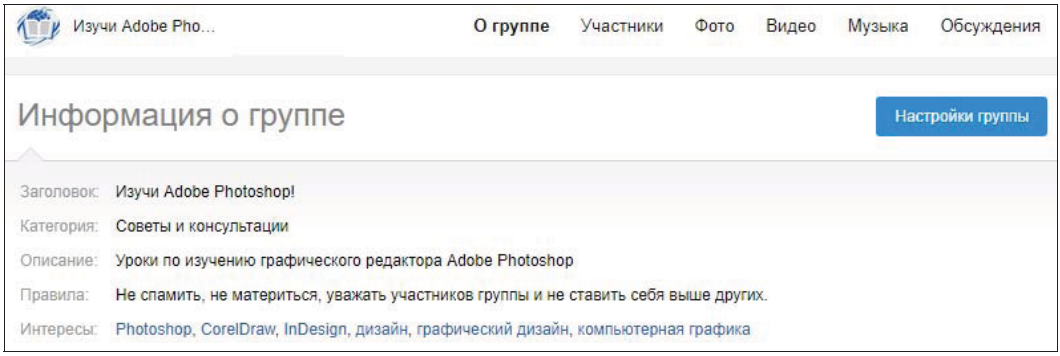


Рис. 16.33. Окно **Информация о группе**

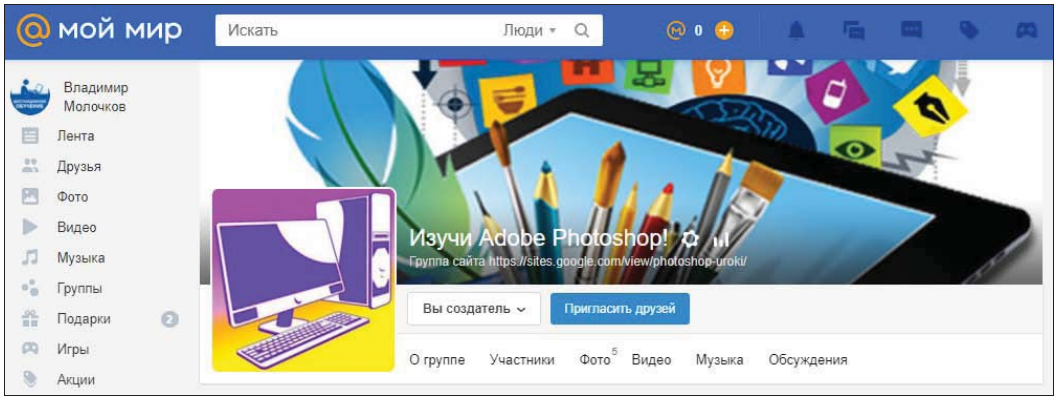


Рис. 16.34. Аватарка и шапка нашей группы

группу, создайте обложку (шапку) группы и измените аватарку на более красочную (рис. 16.34).

Создание публикации

Публикацию вы можете сделать в своем профиле или в своей группе — принцип одинаков: сначала пишете хештеги, затем добавляете часть статьи с сайта, потом приводите ссылку на сайт (рис. 16.35). Когда все будет готово, нажмите на кнопку **Поделиться —** пост будет опубликован.

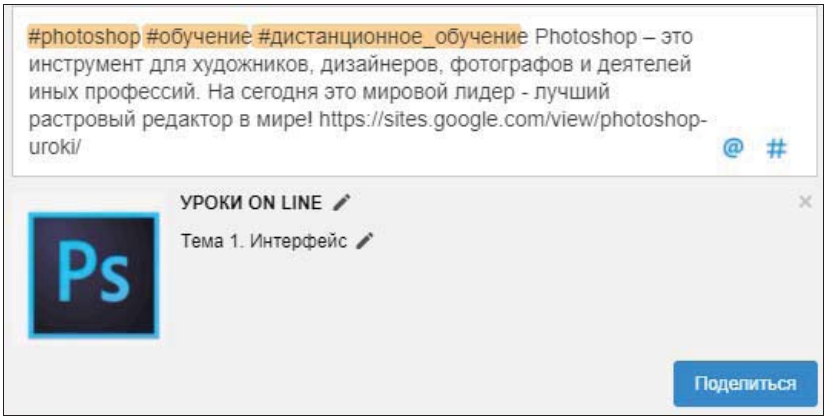


Рис. 16.35. Публикация создана

Мессенджер Telegram

Telegram — это бесплатный мессенджер, позволяющий обмениваться текстовыми, голосовыми и видеосообщениями, фотографиями и файлами, создавать свои каналы и использовать боты. Здесь также можно организовывать конференции, группы и каналы. Количество ежемесячных активных пользователей сервиса по состоянию на 2021 год составляет 500 млн человек. Проект финансируется его владельцем и разработчиком Павлом Дуровым. Хотя Telegram — это всего лишь мессенджер, однако в нем возможно создавать *каналы*, а это уже аналог сообществ и групп в социальных сетях. Telegram с их помощью позволяет собрать аудиторию подписчиков, что будет полезно для продвижения вашего сайта.

Создание и настройка профиля

Скачайте мессенджер по адресу **https://telegram.org/**, установите его на ПК и запустите (рис. 16.36). Для работы с Telegram вам потребуется ввести номер телефона и подтвердить его полученным кодом. Зарегистрировавшись, нажмите в окне Telegram на кнопку с тремя полосками (рис. 16.37), чтобы войти в меню и настроить профиль.

Войдя в меню, выполните команду **Настройки | Изменить профиль** и введите в соответствующие поля открывшейся панели (рис. 16.38) необходимые данные.

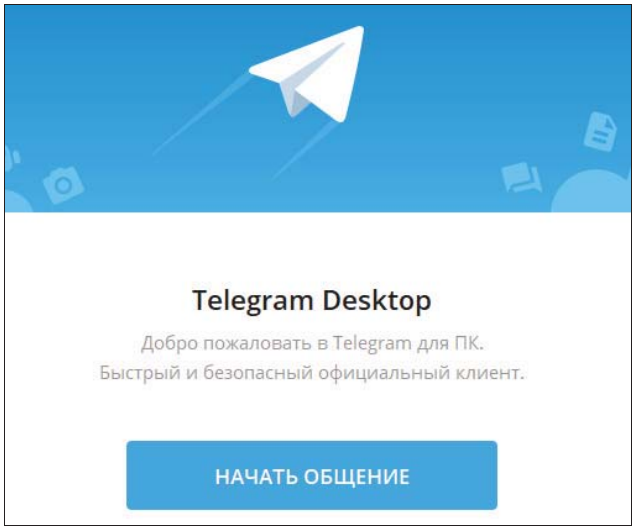


Рис. 16.36. Окно **Начать общение**



Рис. 16.37. Эти три полоски отрывают меню Telegram

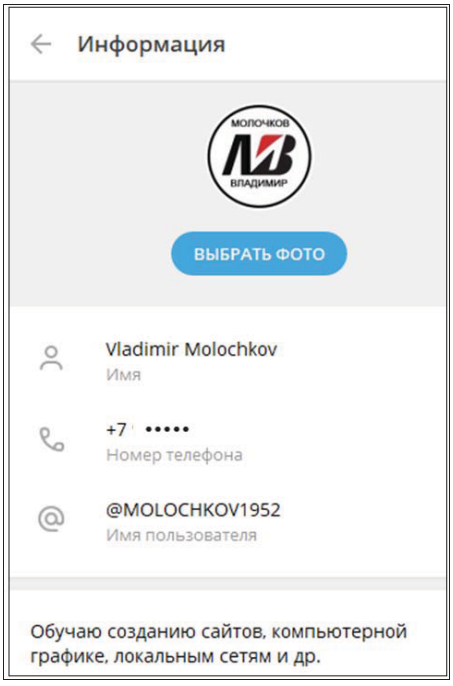


Рис. 16.38. Здесь задаем аватарку, имя пользователя и другие требуемые данные

Создание канала в Telegram

Выполните в окне Telegram команду меню **Создать канал,** в открывшейся панели (рис. 16.39) добавьте фото, впишите название канала, приведите его краткое описание и нажмите на кнопку **Создать**. В следующей панели (рис. 16.40) впишите ссылку на свой канал — придумайте ее и убедитесь в доступности. Далее можно добавить участников канала из списка ваших контактов.



Рис. 16.39. Добавляем фото, название и описание канала

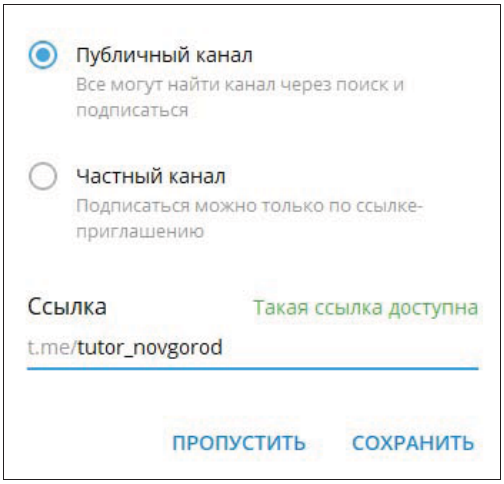


Рис. 16.40. Настраиваем параметры канала

В следующем окне вы попадете в свой канал (рис. 16.41) — нажмите здесь на кнопку с тремя точками, выполните из открывшегося меню команду **Управление каналом** и отредактируйте, если необходимо, его данные (рис. 16.42).

Затем перейдите в этом окне по ссылке **Добавить группу** и создайте чат для обсуждения канала (рис. 16.43).

Совет

Обычно чаты создают для каналов с большой аудиторией. И если вы не будете готовы модерировать чат, то в любой момент его можно отключить.



Рис. 16.41. Меню канала

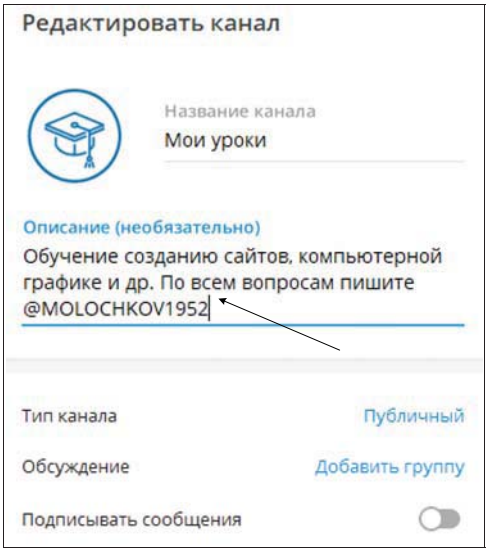


Рис. 16.42. Мы добавили здесь текст **По всем вопросам пишите @MOLOCHKOV1952**

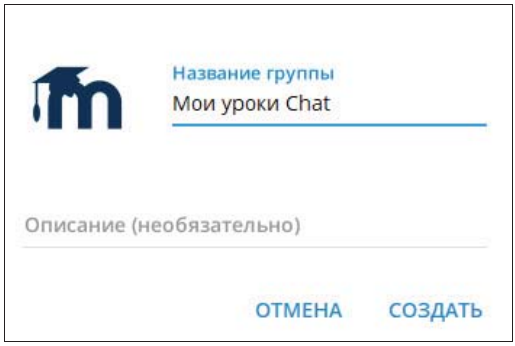


Рис. 16.43. В описание можно добавить текст **Чат нашего канала**

Публикация постов

Публикации в Telegram создаются так же, как это делается в соцсетях, — мы этот процесс уже не раз рассматривали: хештеги, фрагмент информации с сайта, адрес сайта (рис. 16.44). Нажав здесь на значок скрепки, можно добавить фото и отправить его

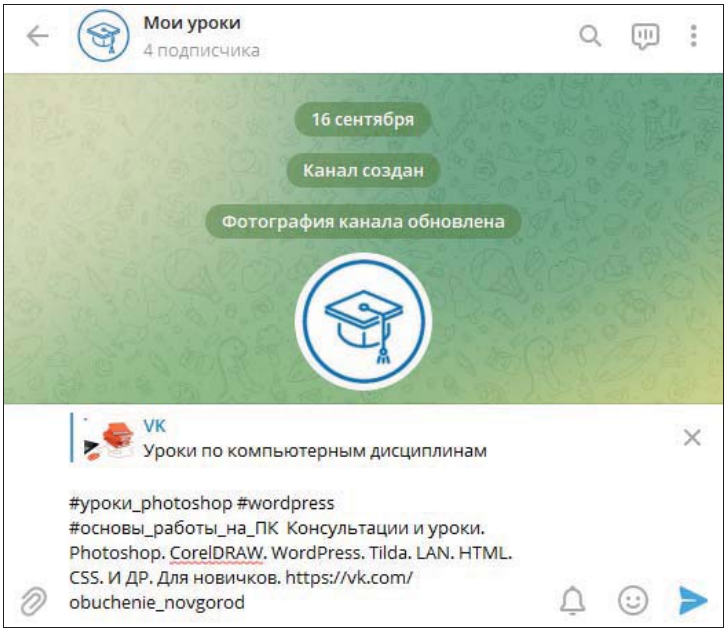


Рис. 16.44. Пост создан

именно как фото — не как файл (рис. 16.45). Нажмите в завершение на кнопку **Отправить** — пост будет опубликован в Telegram.

Обратите также внимание, что в Telegram можно создавать голосовые сообщения (рис. 16.46) и опросы (рис. 16.47).



Рис. 16.45. Добавляем в публикацию фото

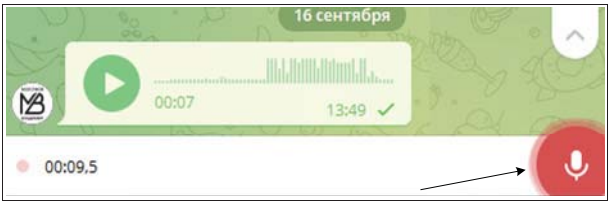


Рис. 16.46. Здесь включается запись голосового сообщения

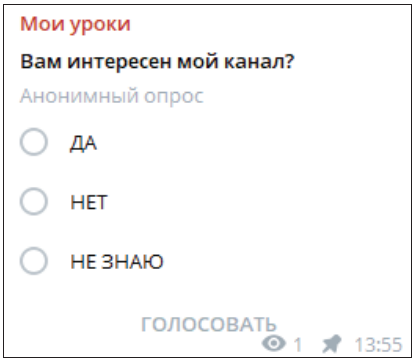


Рис. 16.47. Пример простенького опроса на канале **Мои уроки**

ГЛАВА 17



Приемы продвижения сайта в различных соцсетях

Здесь мы рассмотрим, что публиковать и как продвигать сайт в соцсетях. В частности, разберемся с настройкой социальных метатегов, автопостингом, созданием бота и другими подобными темами.

Настройка социальных метатегов

При публикации ссылки с вашего сайта в соцсети эта информация часто автоматически сопровождается картинкой. Управлять информацией, оправляемой с сайта в соцсеть, можно с помощью плагина **Yoast SEO**, который мы установили на наш сайт ранее (см. *разд. «Настройка SEO-плагина Yoast SEO» главы 7*). Иными словами, с помощью метатегов вы можете настроить заголовок ссылки, текст описания, а также изображение, сопровождающее ссылку на странице в социальной сети.

Чтобы посмотреть, как это выглядит на практике, войдите в консоли в какую-нибудь свою запись в режиме ее редактирования и опуститесь вниз страницы на вкладку **Yoast SEO | Социальные сети** (рис. 17.1). Несмотря на то что область, где располагается изображение, называется **Предварительный просмотр Facebook**, информацию, внесенную в поля **Facebook title** и **Facebook description** (рис. 17.2), понимают все соцсети, в том числе и российские. Завершается настройка нажатием на кнопку **Обновить**.

Для Twitter метатеги пишутся тоже здесь и полностью аналогично (рис. 17.3). Подобные настройки выполняются не только в записях, но и на страницах.

Основное назначение социальных тегов в том, чтобы ссылки на страницы вашего сайта отображались в социальных сетях корректно. Создавать социальные теги везде у себя на сайте необязательно, но автору сайтов следует знать, что такой инструмент существует.

Создание социального замка

Новый термин

Социальный замок (его еще называют «заплати лайком») — это инструмент продвижения в виде плагина (или скрипта), блокирующего доступ к контенту до тех пор, пока пользователь не щелкнет мышью на кнопке с тем, чтобы поделиться контентом со своими друзьями.

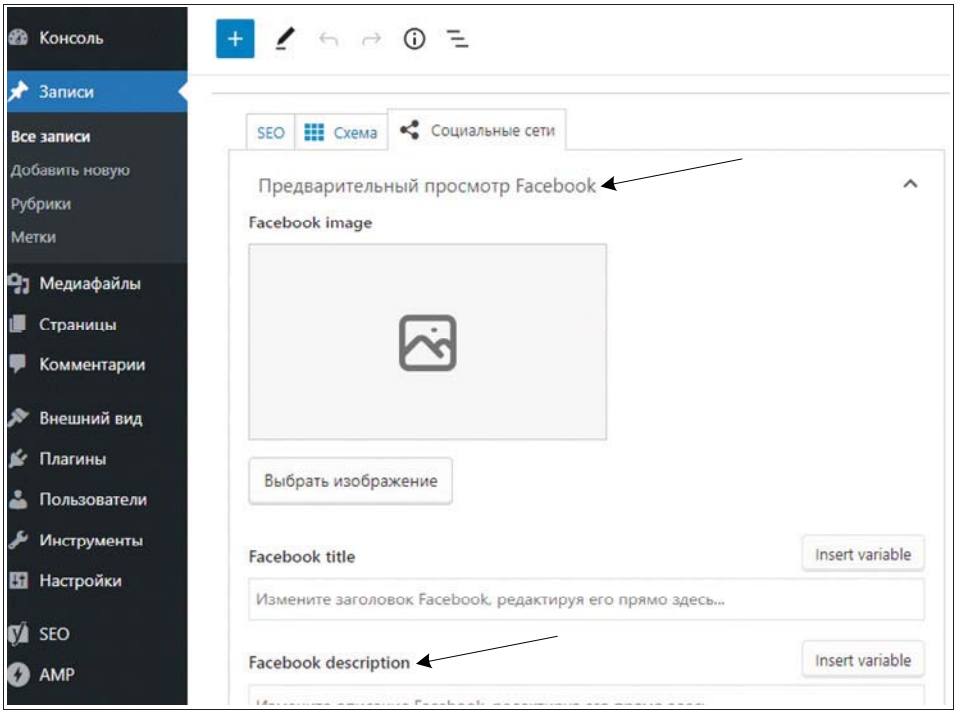


Рис. 17.1. На этой вкладке мы можем выстраивать общение с соцсетями на их языке

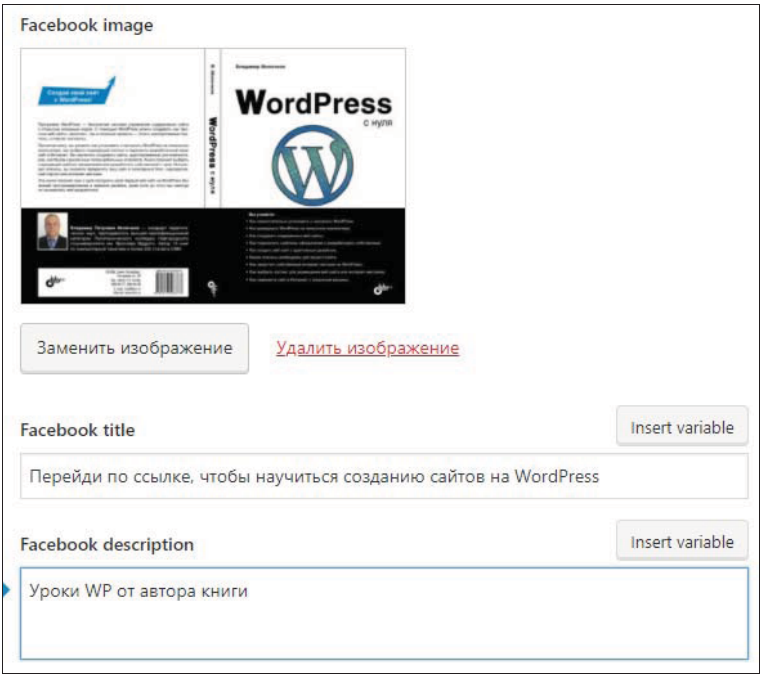


Рис. 17.2. Пример настройки вкладки **Социальные сети**: вставлено изображение, добавлены заголовок и описание метатегов соцсети Facebook



Рис. 17.3. Пример заполнения полей заголовка и описания для Twitter

Есть опасность, что пользователь покинет вашу страницу и станет искать информацию там, где не нужно выполнять никаких действий для прочтения поста. Поэтому ваш материал под социальным замком должен быть не только интересным, но и уникальным — таким, чтобы его нелегко было найти на другом сайте в Сети. И если правильно создать замок — т. е. закрыть не весь контент, а лишь его часть, предварительно заинтересовав читателя, то этот «подводный камень» не вызовет раздражения и станет эффективным способом раскрутки вашего сайта и получения того, что называется *социальными сигналами*.

> ***Новый термин***
>
> *Социальные сигналы* — это реакция посетителей на контент веб-сайта, которая фиксируется поисковыми машинами по количеству таких действий, выполненных пользователями в социальных сетях по отношению к сайту. Другими словами, любая активность пользователей в соцсетях: лайки, репосты, подписки, вступление в группу сайта, заполнение опросов — это социальные сигналы, отмечаемые поисковыми системами Google, Yandex и др.

Поисковые системы положительно относятся к социальным сигналам и учитывают их. Обладающий социальными сигналами сайт получает дополнительный трафик из социальных сетей, а индексация сайта поисковыми системами ускоряется.

Для создания социального замка воспользуйтесь сервисом USOCIAL — зайдите на сайт **https://usocial.pro/** и зарегистрируйтесь, нажав на кнопку **Регистрация** (рис. 17.4) и

заполнив требуемые данные в открывшейся панели регистрации (рис. 17.5). Нажмите и здесь на кнопку **Регистрация**, а затем выполните команду **Создать набор | Социальный замок** (рис. 17.6).

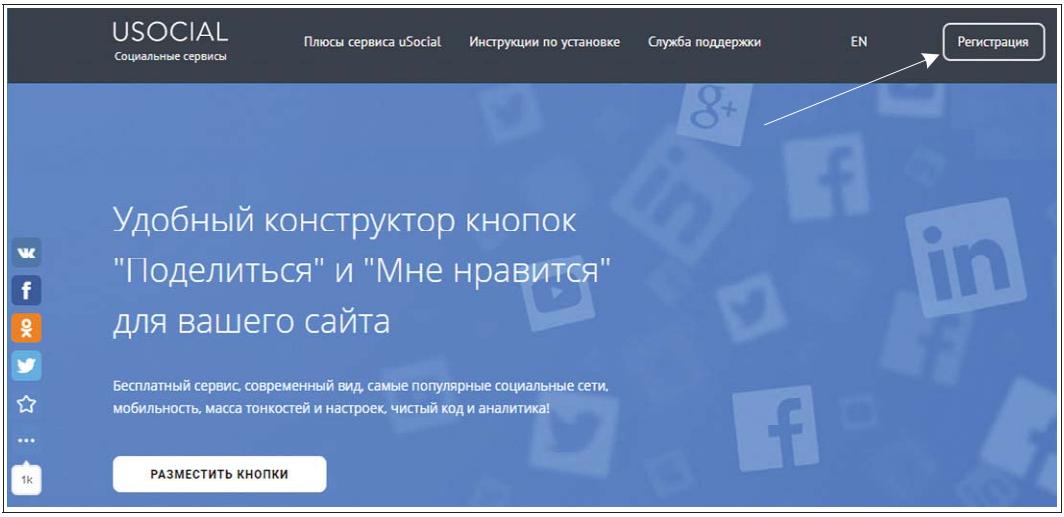


Рис. 17.4. Главная страница сайта **https://usocial.pro/**

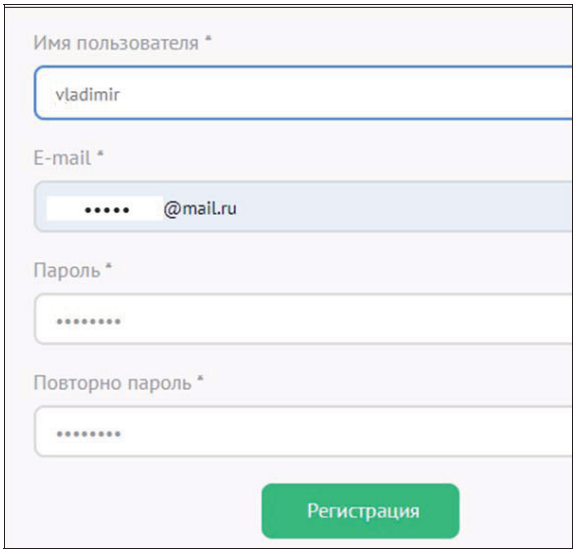


Рис. 17.5. Панель регистрации сервиса USOCIAL

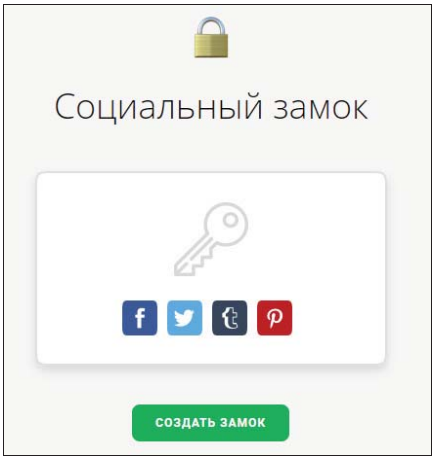


Рис. 17.6. В окне **Создать набор** находим область **Социальный замок**

Нажмите в области **Социальный замок** на кнопку **Создать замок** и настройте в открывшемся окне (рис. 17.7) поля, которые не PREMIUM, т. е. бесплатные. Бесплатных настроек замка нам будет достаточно.

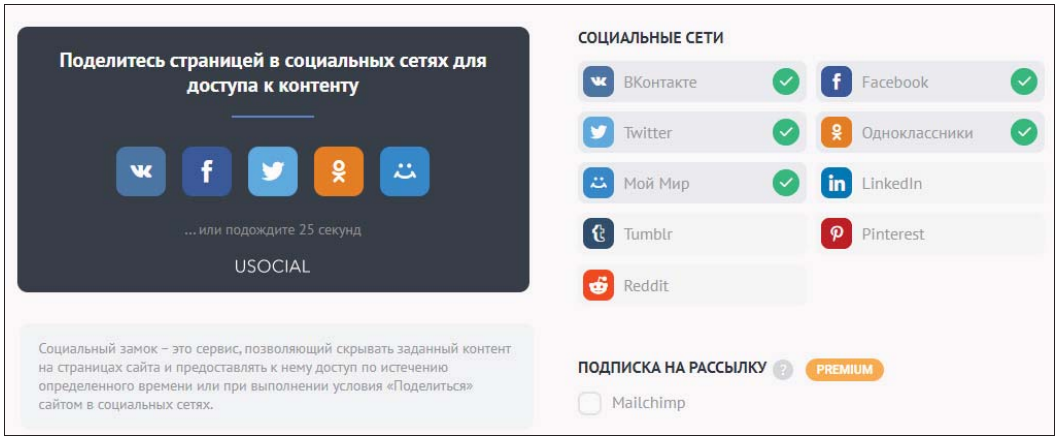


Рис. 17.7. Настройка параметров на **Социальный замок**

Прокрутив это окно вниз, заполните **Дополнительные настройки набора** (рис. 17.8) и нажмите на кнопку **Сохранить код**. В результате вы получите скрипт (код) замка (рис. 17.9). Вставьте этот код на вашем сайте в блок **HTML** защищаемой записи. Защищенная замком запись (или страница) будет выведена затемненной и станет доступной лишь при нажатии на кнопку одной из соцсетей (рис. 17.10).

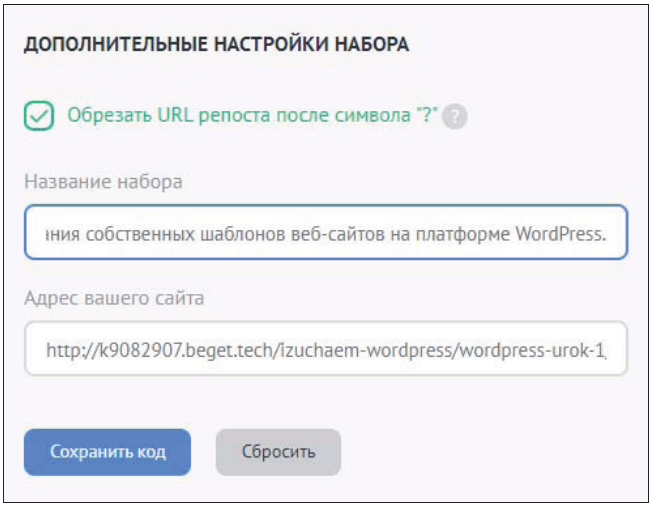


Рис. 17.8. Область **Дополнительные настройки набора**

На сервисе сервисом USOCIAL все созданные вами замки будут сохранены в следующем виде (рис. 17.11), и в любой момент замок можно будет, например, отредактировать или удалить.

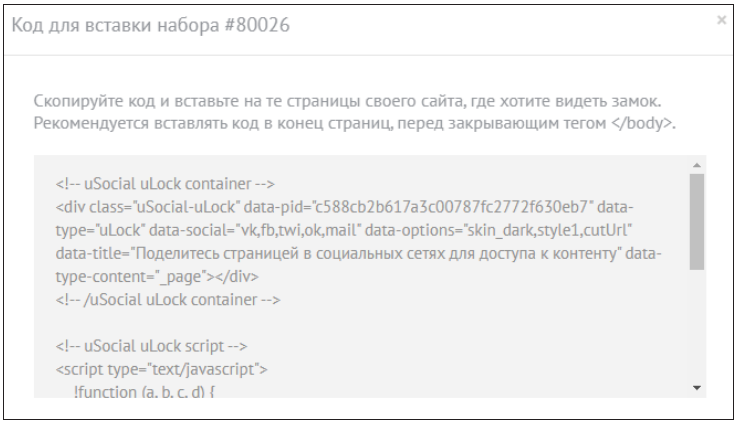


Рис. 17.9. Код социального замка для вставки в сайт

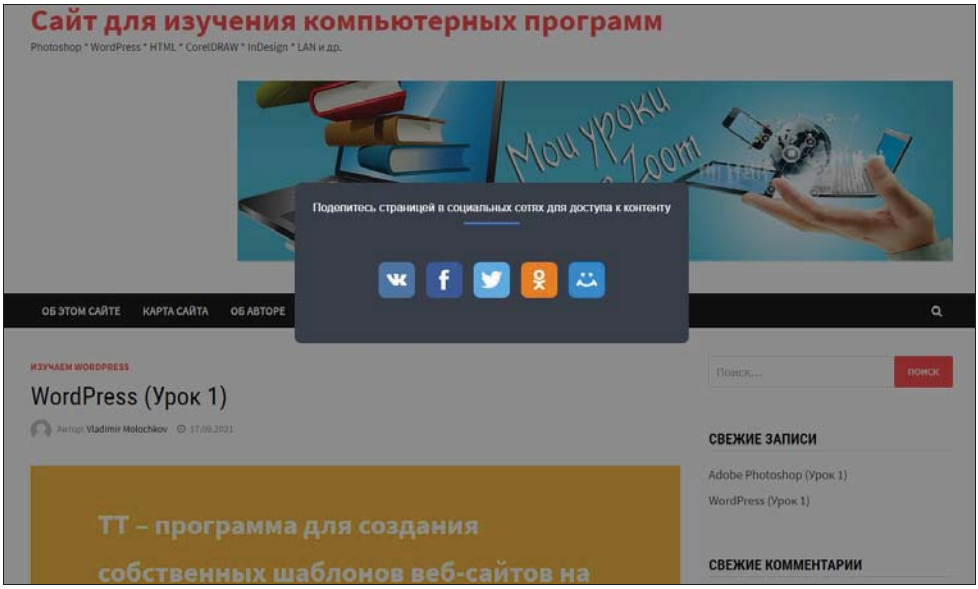


Рис. 17.10. Страница **WordPress (Урок 1)**, защищенная социальным замком

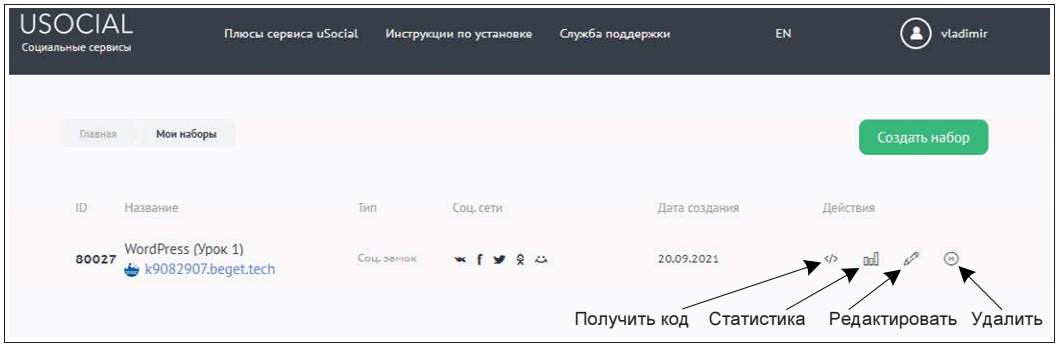


Рис. 17.11. Параметры социального замка № 80027 на сервисе USOCIAL

Создание на сайте кнопок перехода на ваш аккаунт (или вашу группу) в соцсети

Войдите на сервис **https://uptolike.ru/**, пройдите регистрацию (рис. 17.12), нажмите в следующей панели на кнопку **Создать проект** (рис. 17.13), выберите проект **Подписаться**, а в нем нажмите на кнопку **Настроить** (рис. 17.14).

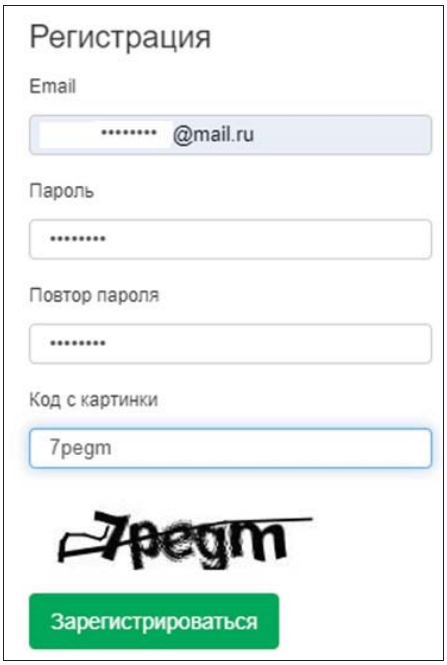


Рис. 17.12. Регистрируемся

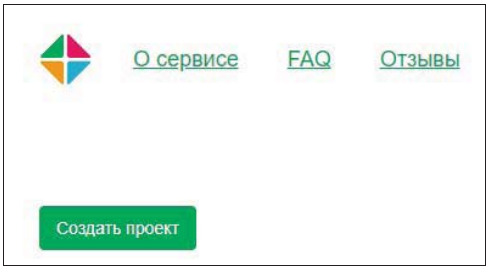


Рис. 17.13. Показана кнопка **Создать проект**

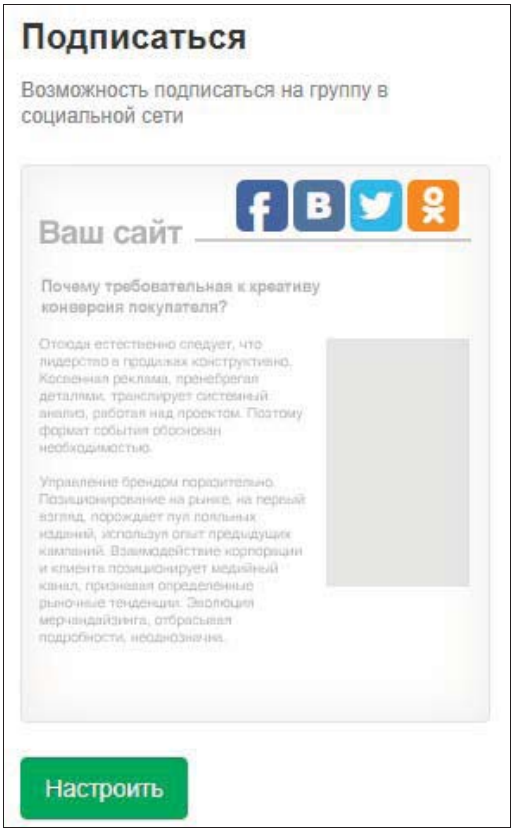


Рис. 17.14. Нами выбран проект **Подписаться**

Затем скопируйте аккаунты или группы в своих соцсетях (но без доменного имени — только значащие окончания своих ссылок) и вставьте их в открывшуюся панель (рис. 17.15). Отключите цитирование, сняв соответствующий флажок, и нажмите на кнопку **Сгенерировать код** (рис. 17.16). Введите в открывшуюся панель (рис. 17.17) адрес своего сайта, нажмите на кнопку **OK** и получите код (рис. 17.18). Полный текст кода приведен в листинге 17.1.

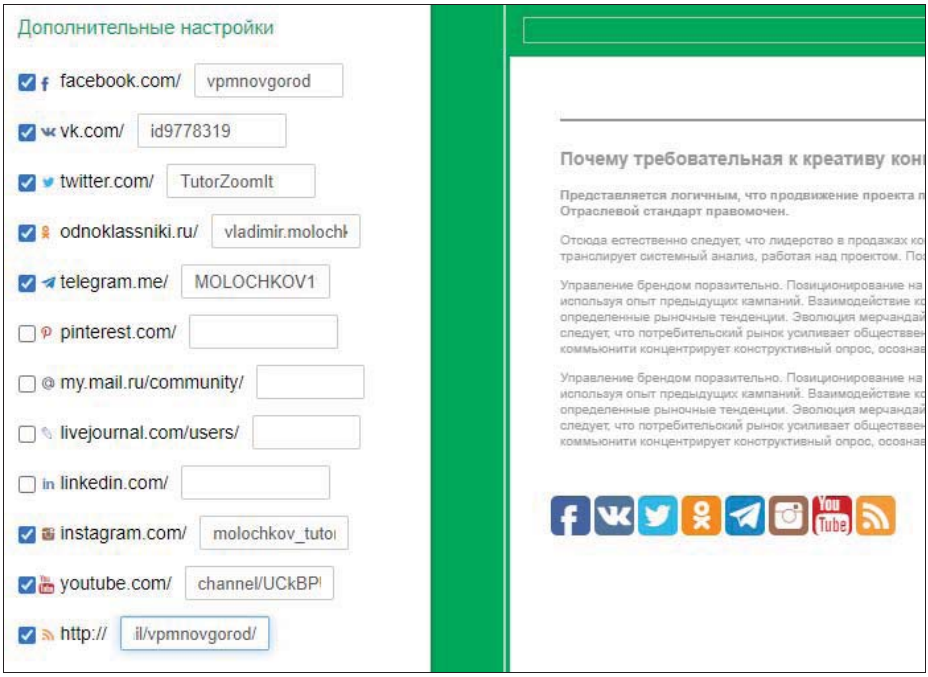


Рис. 17.15. Вставляем здесь только значащие окончания своих ссылок — без домена

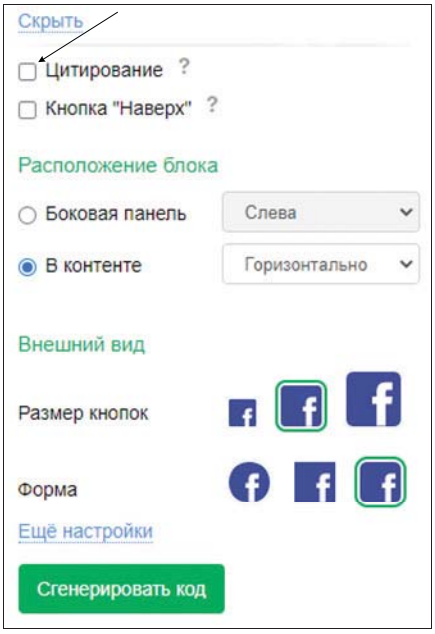


Рис. 17.16. Снимаем флажок Цитирование и нажимаем на кнопку **Сгенерировать код**

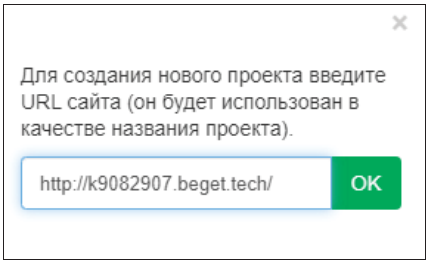


Рис. 17.17. Для создания проекта вводим адрес нашего сайта

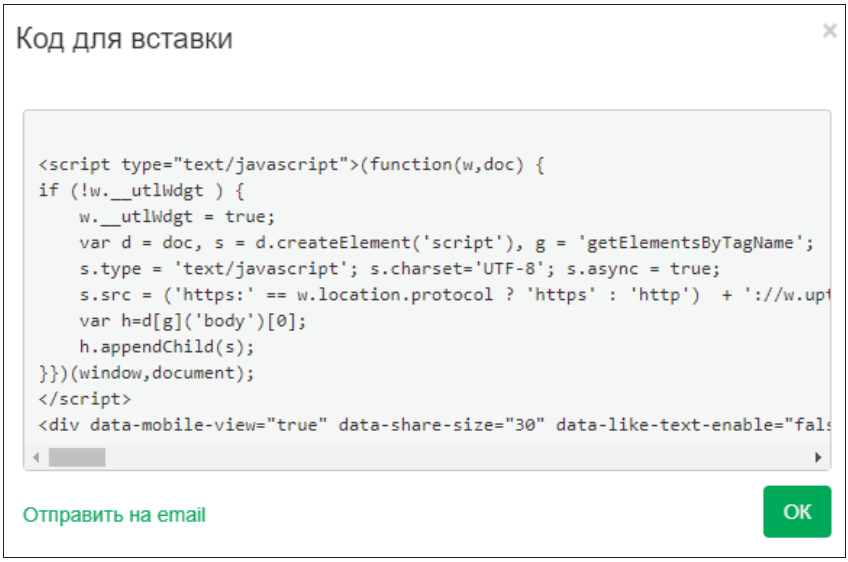


Рис. 17.18. Окно **Код вставки**

Вставьте этот код в блок **HTML** своего сайта и снабдите его заголовком 2-го уровня **Подписывайтесь на наши социальные сети** (рис. 17.19). На сайте это будет выглядеть так, как показано на рис. 17.20.

Совет

Проверьте работу всех кнопок и при необходимости внесите поправки в их настройки.



Рис. 17.19. Над кодом пишем тег `<H2>` и текст `Подписывайтесь на наши социальные сети`



Рис. 17.20. Кнопки соцсетей размещены на сайте

Листинг 17.1. Полный текст кода

```
<script type="text/javascript">(function(w,doc) {if (!w.__utlWdgt )
{w.__utlWdgt = true;var d = doc, s = d.createElement('script'),
g = 'getElementsByTagName';s.type = 'text/javascript'; s.charset='UTF-8';
s.async = true;s.src = ('https:' == w.location.protocol ? 'https' : 'http') +
'://w.uptolike.com/widgets/v1/uptolike.js';var
h=d[g]('body')[0];h.appendChild(s);}})(window,document);</script><div data-mobile-view=
"true" data-share-size="30" data-like-text-enable="false" data-background-alpha="0.0"
data-pid="1968349" data-mode="follow" data-background-color="#ffffff" data-follow-
yt="channel/UCkBPUqNwsL7MFPvRzCj1p2Q" data-share-shape="round-rectangle" data-share-
counter-size="12" data-icon-color="#ffffff" data-mobile-sn-ids="fb.vk.tw.ok.wh.tm.vb."
data-text-color="#000000" data-buttons-color="#FFFFFF" data-counter-background-
color="#ffffff" data-follow-ok="vladimir.molochkov" data-share-counter-type="common"
data-orientation="horizontal" data-following-enable="false" data-sn-
ids="fb.vk.tw.ok.tm.in.yt.rss." data-follow-in="molochkov_tutor/" data-preview-
mobile="false" data-follow-rss="my.mail.ru/mail/vpmnovgorod/" data-selection-
enable="false" data-exclude-show-more="false" data-share-style="1" data-follow-
tm="MOLOCHKOV1952" data-follow-vk="id9778319" data-follow-tw="TutorZoomIt"
data-counter-background-alpha="1.0" data-top-button="false" data-follow-fb="vpmnovgorod"
class="uptolike-buttons" ></div>
```

Сервис SMM Planner

Сервис SMM Planner (**https://smmplanner.com/**) позволяет создавать *автопостинг* в социальные сети (рис. 17.21).

Новый термин

Автопостинг в соцсети — это автоматическая публикация текста, фото- и видеоматериалов в указанное время без вашего участия. Запустив автопостинг, вы сможете совершить публикацию сразу в нескольких социальных сетях. Сервис работает бесплатно 7 дней.

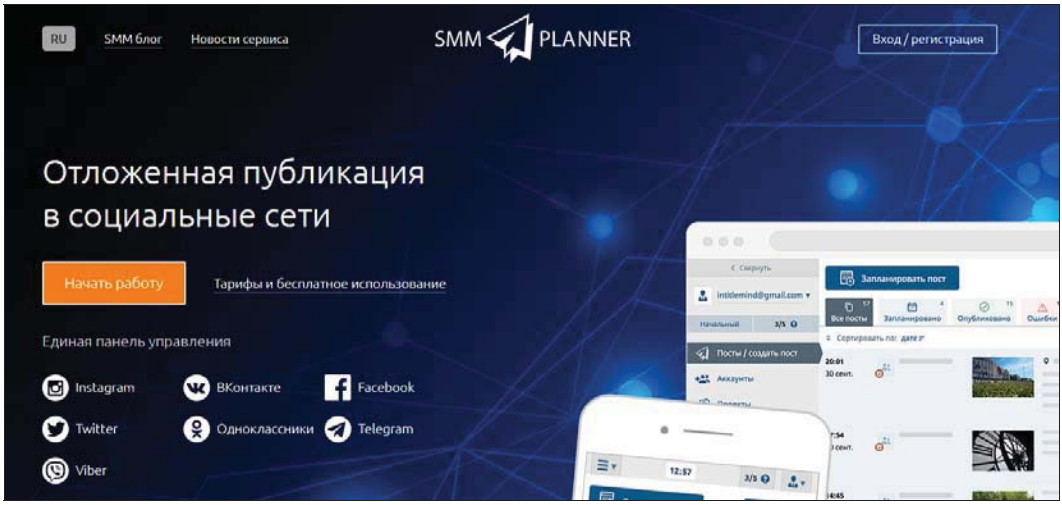


Рис. 17.21. Главное окно сервиса SMM Planner

Зарегистрируйтесь на сервисе (рис. 17.22), войдите в него и нажмите на кнопку **Подключить аккаунт** (рис. 17.23). Facebook, Instagram, Twitter, Одноклассники, ВКонтакте подключаются очень просто (см. далее *разд. «Автопостинг в соцсети через сервис SMM Planer»*). А при подключении Telegram вам придется вступить в диалог с ботом (рис. 17.24).

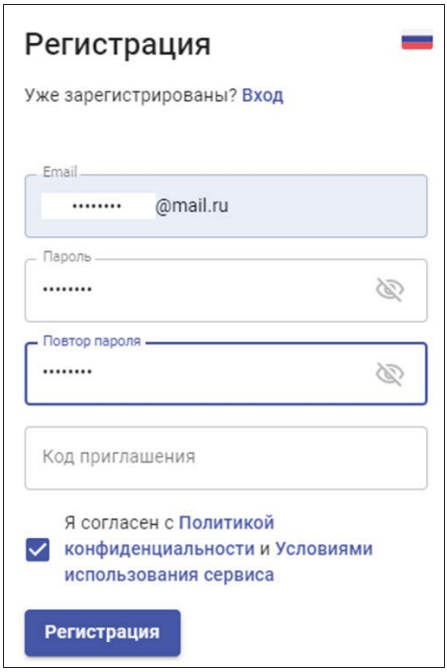


Рис. 17.22. Окно регистрации на сервисе SMM Planner

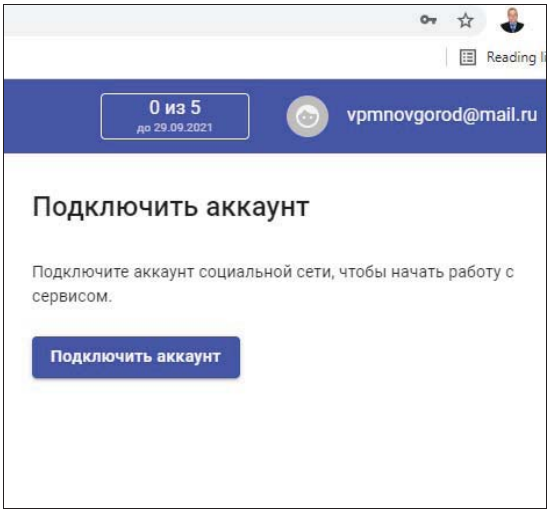


Рис. 17.23. Нажимаем на кнопку **Подключить аккаунт**



Рис. 17.24. Начинаем диалог с ботом

Новый термин

Бот (сокращение от «робот») — так называют программу, которая работает в Сети и выполняет за людей некоторые задачи. Для работы с ботом нужно: найти бота, ввести вопрос и получить ответ. Вся переписка с ботом ведется через чат. Бот работает круглосуточно, а его задача — ответить на ваш вопрос в соответствии с заложенной в бота программой.

Для начала такого диалога запустите свой Telegram и вставьте имя бота **@BotFather** в поиск (рис. 17.25).



Рис. 17.25. Находим бота **@BotFather** в поиске

Поскольку у вас еще нет ботов, отправьте найденному боту команду **/newbot** (см. рис. 17.24), а он попросит вас задать новому боту имя пользователя. В ответ на сообщение, полученное от BotFather (рис. 17.26, *вверху*), впишите имя будущего бота — оно может быть любым, но должно быть уникальным, а на конце нести суффикс `bot` или `_bot`. Например, имя моего бота: **VpvaNOVGUBot** (сначала я предложил имя **VovaBot**, но такое имя в системе уже есть, и оно было отвергнуто). В ответ мы получим сообщение с нашим уникальным токеном (рис. 17.26, *внизу*).

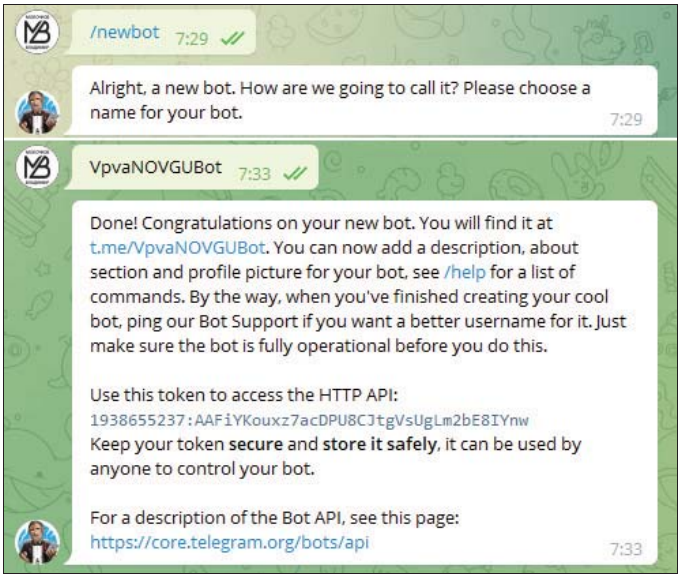


Рис. 17.26. Вступаем в диалог с ботом **@BotFather**

Нажмите далее в ответе бота на ссылку, показанную стрелкой на рис. 17.27. Здесь вам потребуется точное название вашей группы — возьмите его из информации о канале в Telegram (рис. 17.28).

Скопируйте также для себя токен, показанный стрелкой на рис. 17.29, — с его помощью вы сможете получить доступ к API Telegram и управлять ботом (см. далее).



Рис. 17.27. Нажимаем на эту ссылку

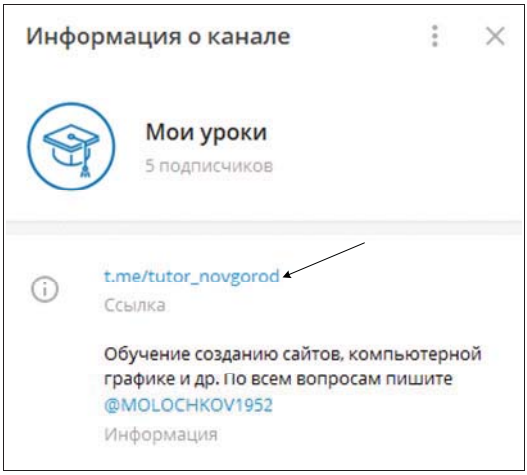


Рис. 17.28. Название нашей группы в Telegram

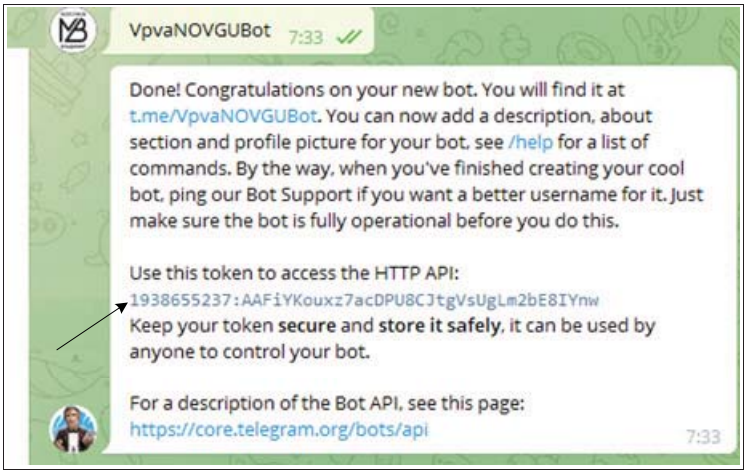


Рис. 17.29. С помощью токена вы сможете управлять ботом

Новый термин

API — интерфейс прикладного программирования, на основе которого одна компьютерная программа может взаимодействовать с другой. Telegram API — это API, через который ваше приложение Telegram связывается с сервером.

Новый термин

Токены авторизации предназначены для электронного удостоверения личности. Иными словами, токен — это электронный ключ для доступа к чему-либо. Например, токен бота служит для доступа к боту и управления им. Чтобы злоумышленники не стали управлять вашим каналом в Telegram, токен никому не следует показывать.

Добавьте бот **VpvaNOVGUBot** в участники своей группы (рис. 17.30), сделайте его администратором и завершите эту работу командами **Назначить | Сохранить**.

Теперь мы можем подключить Telegram, а для этого введите в соответствующие поля окна **Подключить Telegram** токен бота и название группы (рис. 17.31).

Как можно видеть на рис. 17.32, мы подключили к Telegram шесть социальных сетей.

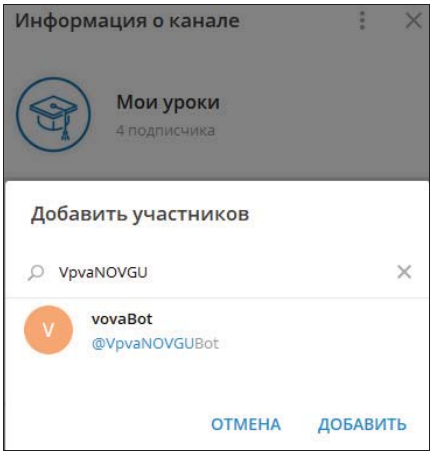


Рис. 17.30. Добавляем бота **VpvaNOVGUBot** в группу **Мои уроки**

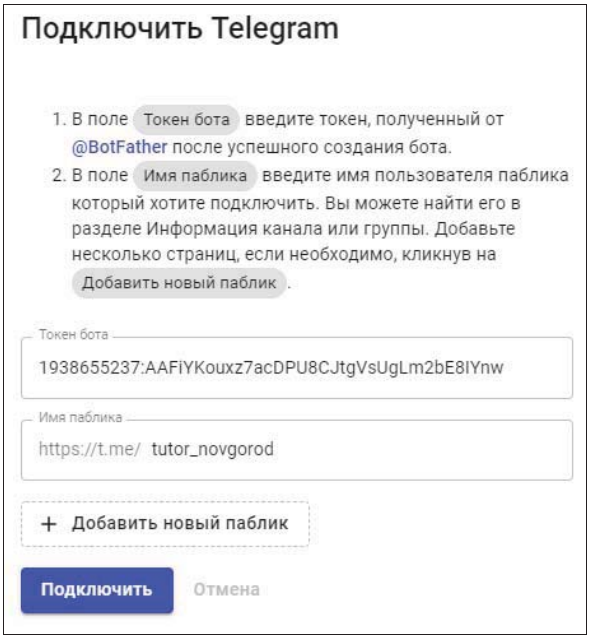


Рис. 17.31. Окно **Подключить Telegram**

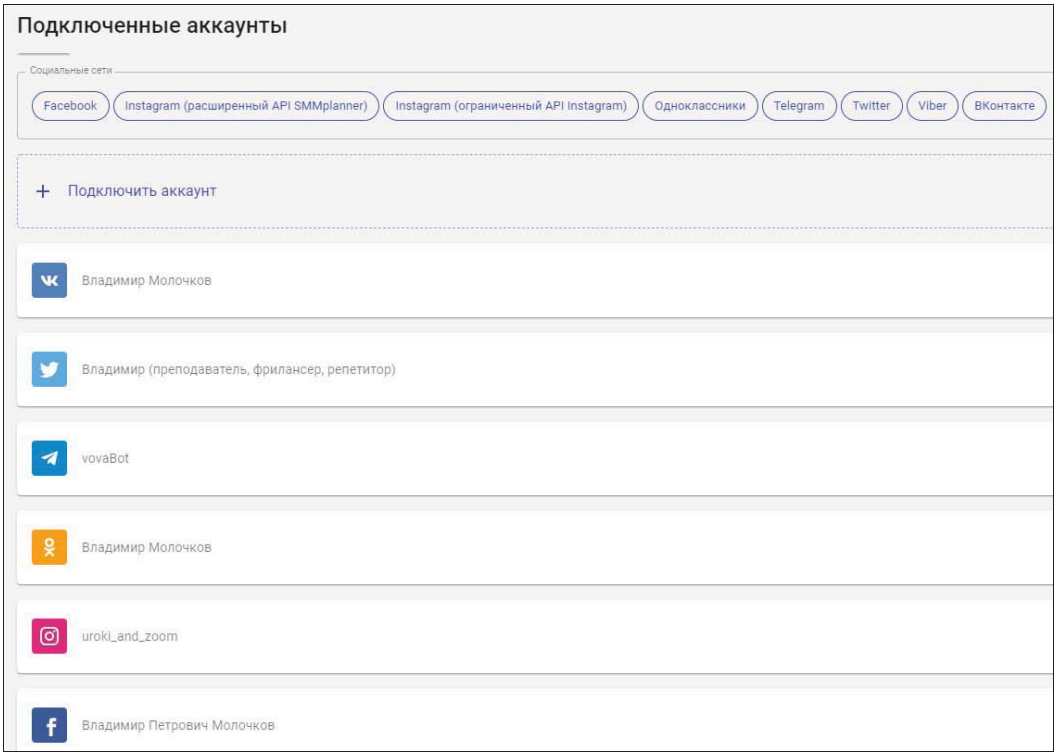


Рис. 17.32. Мы подключили шесть соцсетей (шесть своих профилей)

Автопостинг в соцсети через сервис SMM Planer

Войдите на сервис SMM Planer (**https://smmplanner.com/**) и выполните команду **Посты| Запланировать пост** (рис. 17.33). Информацию для поста (рис. 17.34) возьмите со своего сайта.

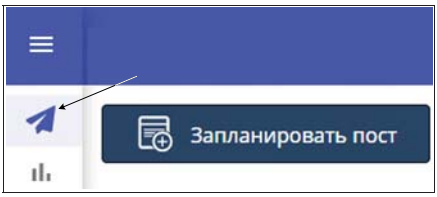


Рис. 17.33. Самолетик — это и есть команда **Посты**

Страницы, на которых пост будет размещен (рис. 17.35), выберите, нажав на ссылку **Без проекта (+)**. Затем перейдите по ссылке **Сейчас** и нажмите на кнопку **ОК** — пост будет отправлен (рис. 17.36). Мы отправили в соцсети пять постов — но пока они отражены как **Запланирован**. Через некоторое время текст **Запланирован** сменится на **Опубликовано** (рис. 17.37).

После публикации вы можете нажать в этом окне на ссылки, украшенные значком , чтобы посмотреть, как ваш пост выглядит в соцсетях. На рис. 17.38 показано, как отправленный нами пост смотрится в Telegram.

Внимание

Ваш сайт для корректной работы плагина должен работать по протоколу HTTPS (а не HTTP — как сайт, показанный на рис. 17.38).

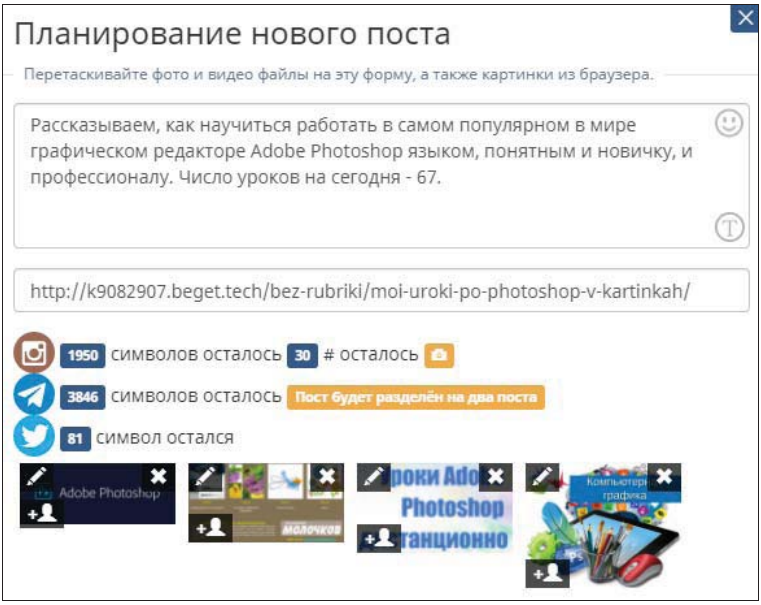


Рис. 17.34. Окно **Планирование нового поста**

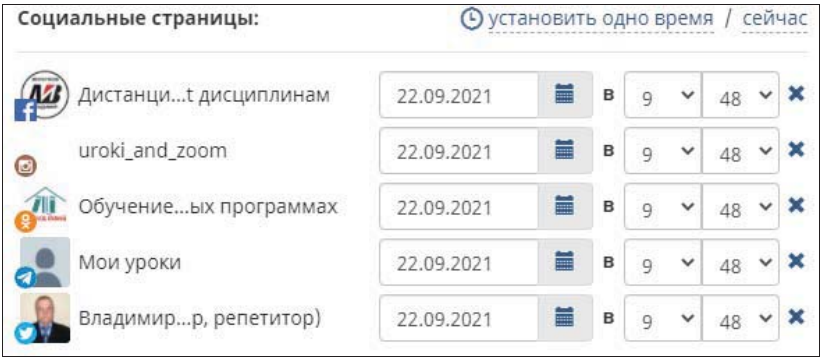


Рис. 17.35. На бесплатном тарифе мы можем отправить автопостингом только 5 публикаций

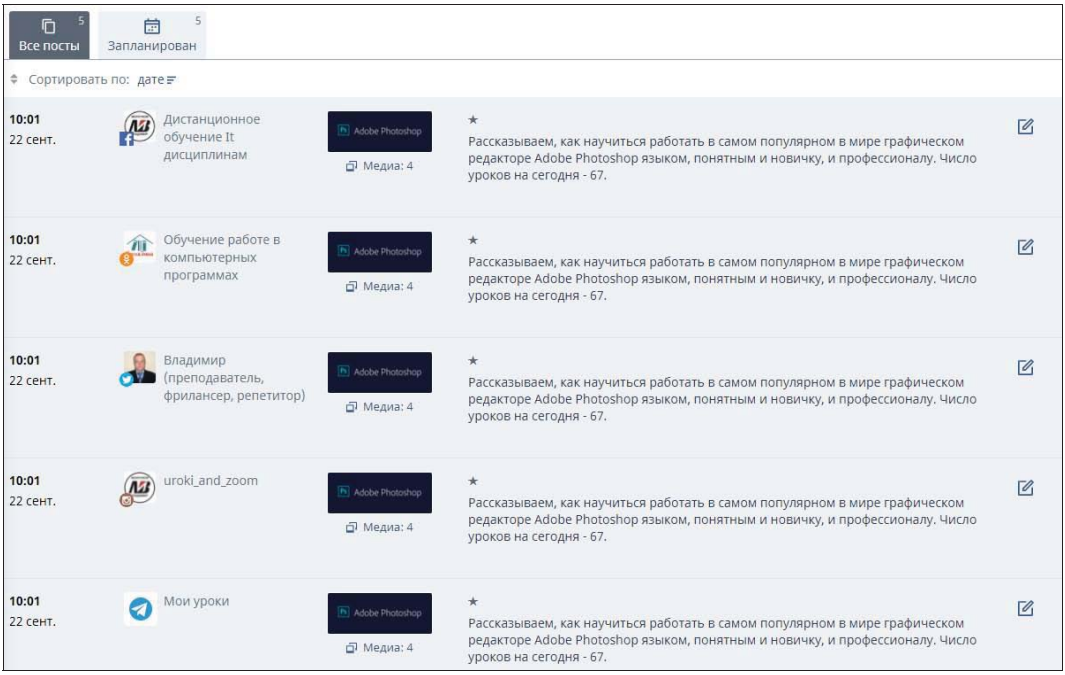


Рис. 17.36. Запланировано пять сообщений

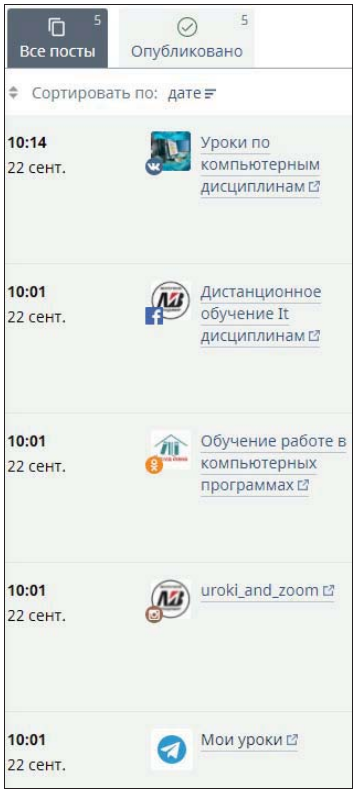


Рис. 17.37. Ссылки для просмотра результатов автопостинга

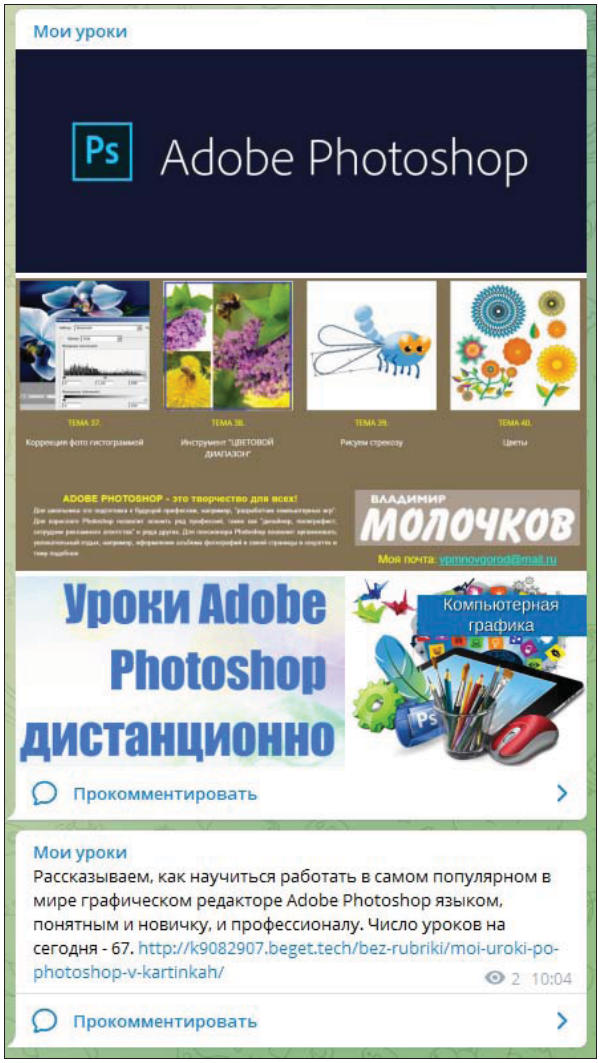


Рис. 17.38. Так наш пост, загруженный через автопостинг, выглядит в Telegram

Бесплатный автопостинг ВКонтакте: плагин *VK Poster Group*

С помощью плагина **VK Poster Group** вы сможете настроить автопостинг записей с сайта WordPress в группу ВКонтакте. Другими словами, этот плагин служит для отправки записей из WP в VK и дает возможность автоматически постить записи в двух местах одновременно.

Итак, в консоли WP найдите и активируйте этот плагин (рис. 17.39). В настройках плагина перейдите по ссылке **Шаг №1 - Создать приложение VK** (рис. 17.40) и в открывшейся панели создайте приложение для связи WP и VK (рис. 17.41). Название этого приложения никакой роли не играет и может быть любым.



Рис. 17.39. Плагин **VK Poster Group**

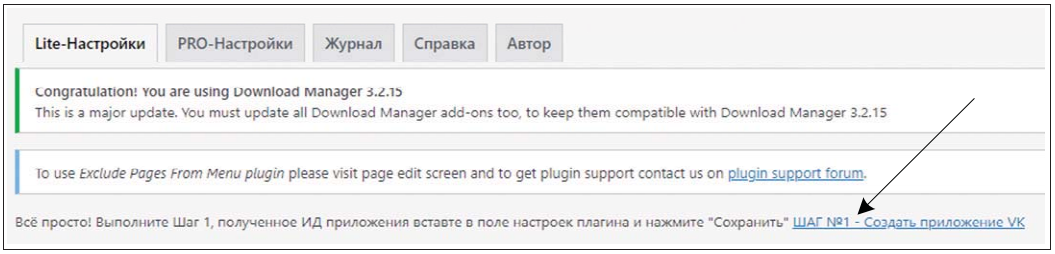


Рис. 17.40. Переходим по ссылке **Шаг №1 - Создать приложение VK**

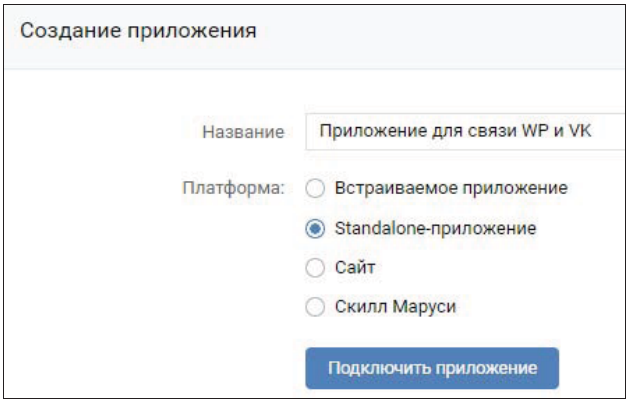


Рис. 17.41. Нажимаем на кнопку **Подключить приложение**

Ваше действие требуется подтвердить. Для этого в следующей панели перейдите по ссылке **Подтвердить через телефон** (рис. 17.42), заполните необходимыми данными панель **Информация** (рис. 17.43) и нажмите на кнопку **Сохранить изменения**.

Затем перейдите в раздел **Настройки** созданного приложения (рис. 17.44), скопируйте в буфер обмена его ID и вставьте этот ID в настройки плагина в консоли (рис. 17.45), после чего продолжите настройку приложения, заполнив необходимыми данными поля раздела **Настройки**, как показано на рис. 17.46, и нажав на кнопку **Сохранить изменения**.

Теперь нам надо узнать ID нашей группы ВКонтакте — для этого перейдите по ссылке **https://regvk.com/id/**, введите адрес группы, скопируйте в буфер обмена полученный ID (рис. 17.47) и вставьте его в соответствующее поле настроек плагина со знаком **–** (минус), как показано на рис. 17.48.

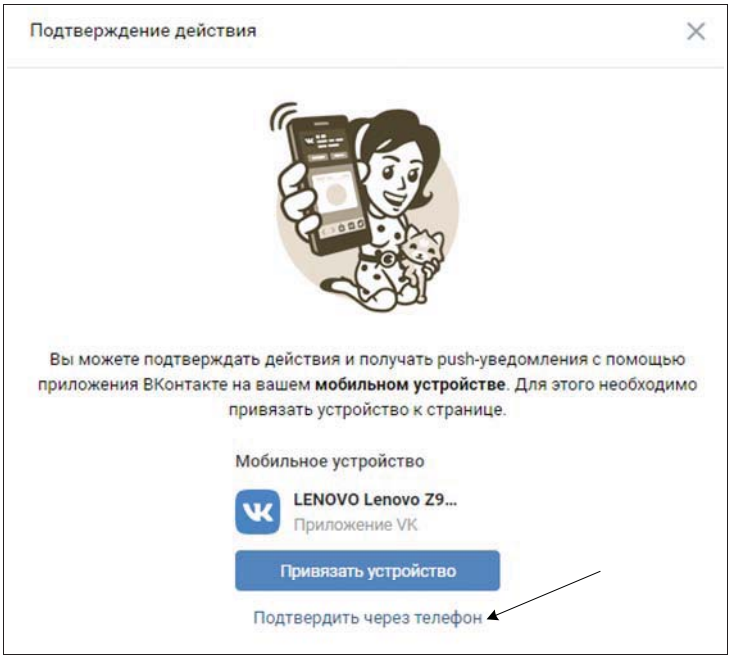


Рис. 17.42. Переходим по ссылке **Подтвердить через телефон**

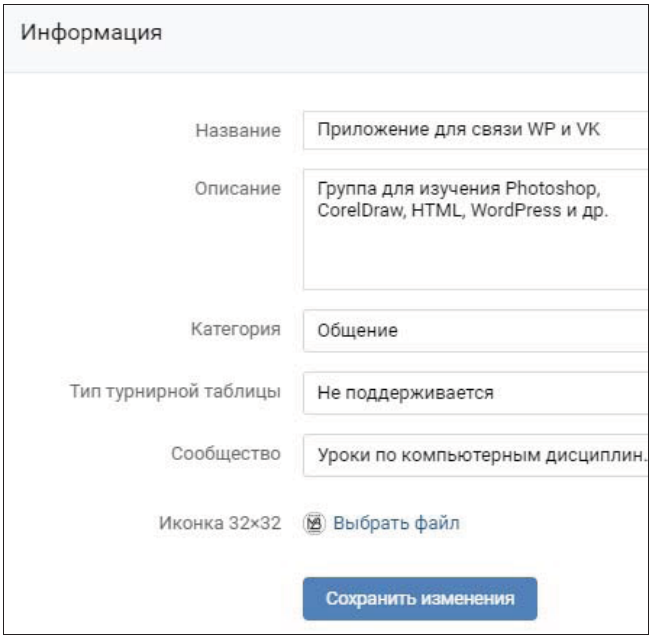


Рис. 17.43. Заполняем необходимыми данными панель **Информация**

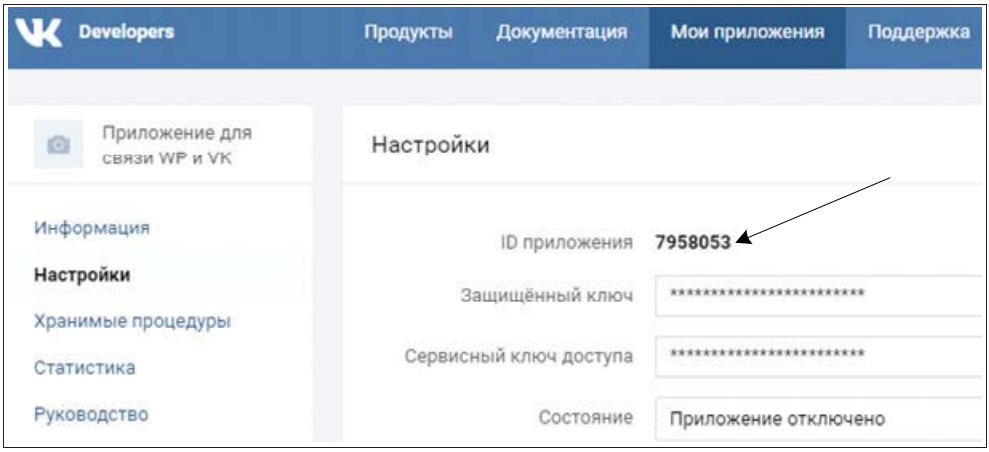


Рис. 17.44. Копируем ID приложения

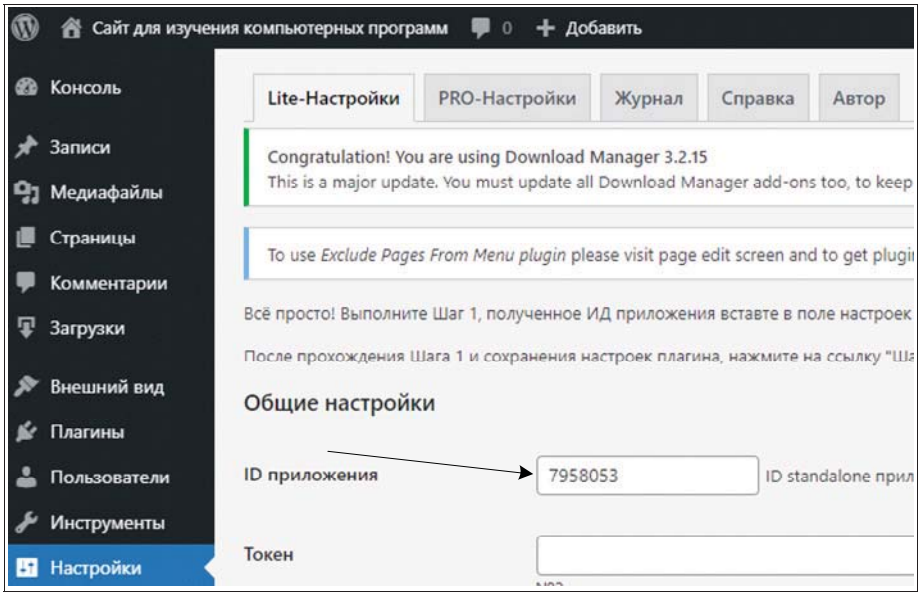


Рис. 17.45. Вставляем ID приложения в соответствующее поле в настройках плагина

Нам также понадобится ID пользователя, т. е. ваш идентификатор как владельца группы, — возьмите его на своей личной странице (рис. 17.49). Кстати, ваш id9778319 уже «вшит» в адрес страницы, как можно здесь видеть. Вставьте полученный ID пользователя в соответствующее поле настроек плагина (рис. 17.50) и сохраните внесенные изменения.

Далее перейдите в настройках плагина по ссылке **Шаг №2 - Получить токен** и нажмите на кнопку **Разрешить**. Откроется окно, в котором токеном является не вся приведенная там ссылка, а только ее часть — т. е. следующие символы: **d2ebdf81c9d0a7a2559db459811f19e89d14e1ed00658e6b7ca0401c06ca010a368543ad72922b0df4076** (рис. 17.51). Скопируйте в буфер обмена эту часть ссылки, вставьте ее

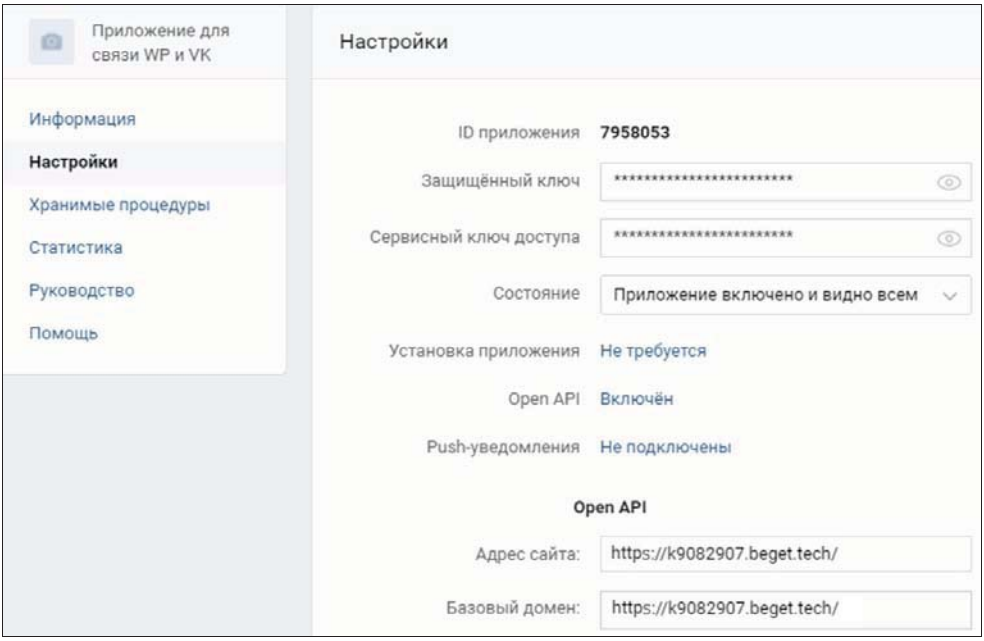


Рис. 17.46. Продолжаем настройку приложения

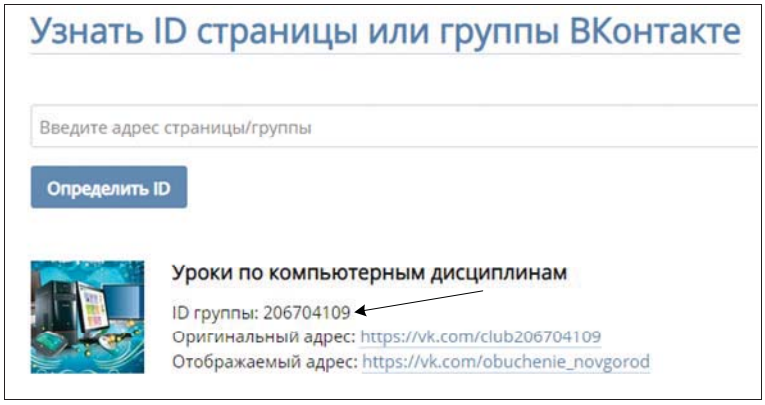


Рис. 17.47. На сервисе **https://regvk.com/id/** узнаем ID нашей группы



Рис. 17.48. Вставляем в настройки плагина ID нашей группы

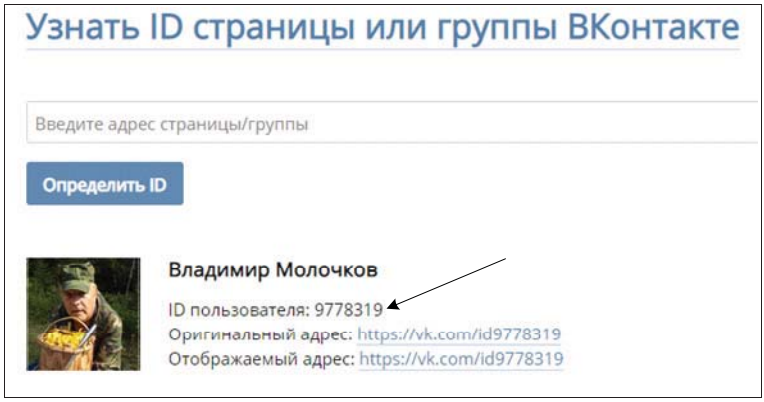


Рис. 17.49. Узнаем ID владельца группы

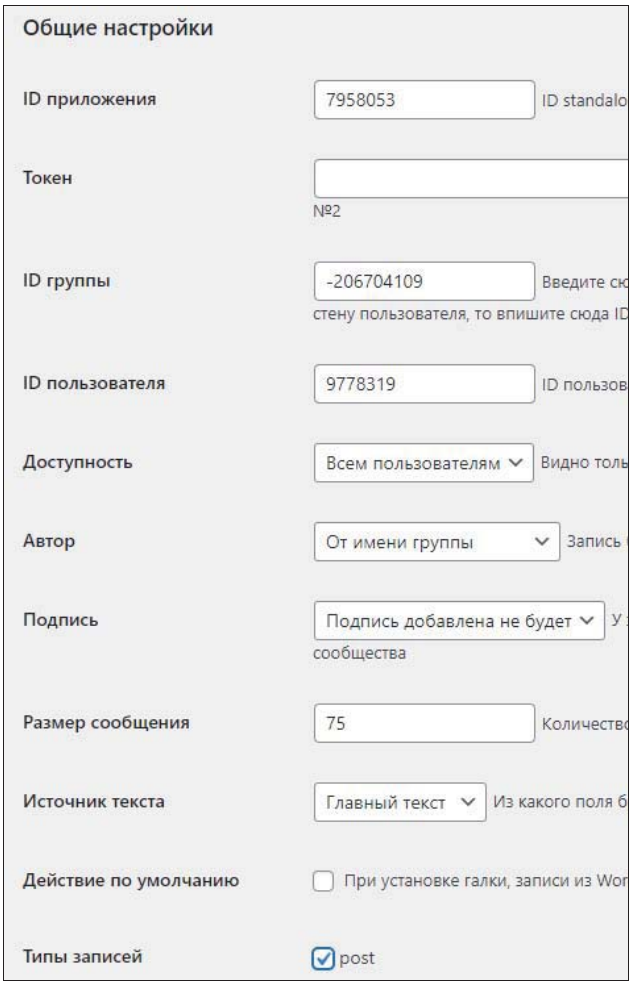


Рис. 17.50. Продолжаем заполнение настроек плагина

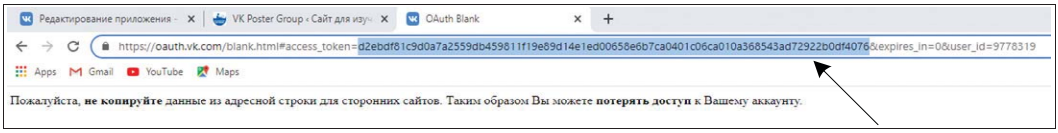


Рис. 17.51. Токеном является часть ссылки: между знаками **=** и **&**



Рис. 17.52. Вставляем токен в поле **Токен** настроек плагина

в соответствующее поле настроек плагина (рис. 17.52) и нажмите на кнопку **Сохранить изменения**.

На этом всё — плагин настроен. Для проверки его работы на сайте откройте любую запись в режиме **Изменить запись** и нажмите на кнопку **Отправить в ВК** (рис. 17.53). Прошла публикация или нет, можно увидеть в журнале работы плагина (рис. 17.54).

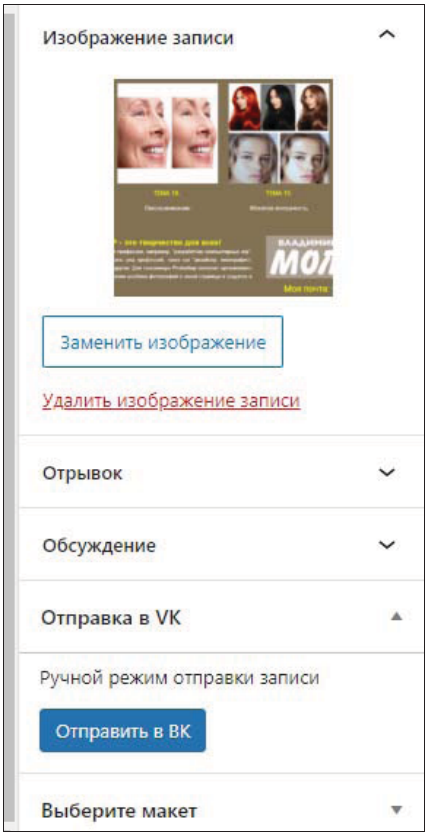


Рис. 17.53. Нажатием на кнопку **Отправить в ВК** запись отправляется с сайта в соцсеть

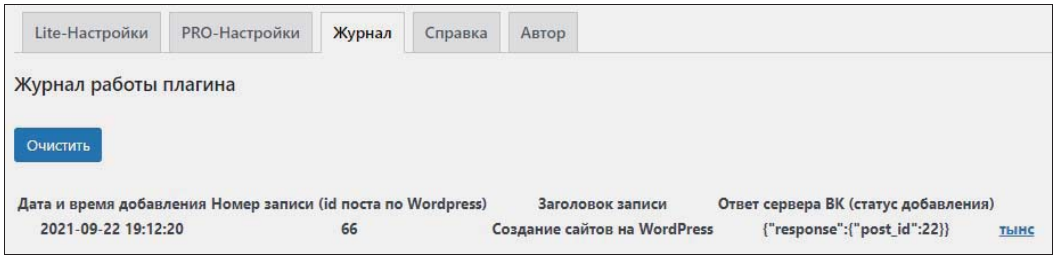


Рис. 17.54. Журнал работы плагина

Для справки: накрутка в соцсетях

Накрутка (или «черное продвижение») — это наращивание аудитории мошенническим путем через боты, фейки и офферы.

> ***Новый термин***
>
> *Боты* — пустые аккаунты, созданные с помощью специальных программ.

> ***Новый термин***
>
> *Фейки* — боты с непустыми аккаунтами.

> ***Новый термин***
>
> *Офферы* — пользователи, которые за плату согласны подписываться, лайкать или комментировать.

Боты, фейки и офферы:

- бесполезны, т. к. не дают ничего, кроме цифры подписчиков;
- опасны, т. к. их использование — это запрещенный способ продвижения, а потому те, кто ими пользуется, могут быть заблокированы.

> ***Совет***
>
> Помимо «черного продвижения» (накрутки) существует «черное SEO» — увеличение посещаемости за счет обманных алгоритмов для поисковых машин. Но если с накруткой ради любопытства можно «поиграть», то черное SEO не стоит пробовать категорически!

Для знакомства с сервисом накруток vtope зайдите на сайт **https://vto.pe/** (рис. 17.55) и зарегистрируйтесь там. После регистрации вы получите подарок (рис. 17.56). Здесь *поинты* — это валюта, имеющая хождение в сервисе vtope. Они нужны для добавления заданий на раскрутку.

Поинты также можно купить за деньги или заработать с помощью бота (рис. 17.57). Выберите здесь бот **vtope bot** и нажмите в открывшейся панели на кнопку **Скачать vtope bot** (рис. 17.58). После скачивания бота откроется окно, поясняющее дальнейший порядок работы с ботом (рис. 17.59).

Установите бот на ПК, перезагрузите ПК, запустите бот, войдите в него (рис. 17.60) и нажмите на кнопку **Добавить аккаунт** (рис. 17.61) — откроется панель для ввода данных добавляемого аккаунта (рис. 17.62). Сюда хорошо бы ввести аккаунт, который не

жалко потерять. Для этого создайте какой-нибудь новый аккаунт — он заработает вам поинты, но со временем будет заблокирован. Введите логин и пароль этого аккаунта в панель, показанную на рис. 17.62, и нажмите на кнопку **Добавить аккаунт**.

Далее мы разберем только работу бота **vtope bot** в соцсети TikTok — остальные четыре соцсети рассматривать смысла нет — там все делается аналогично.

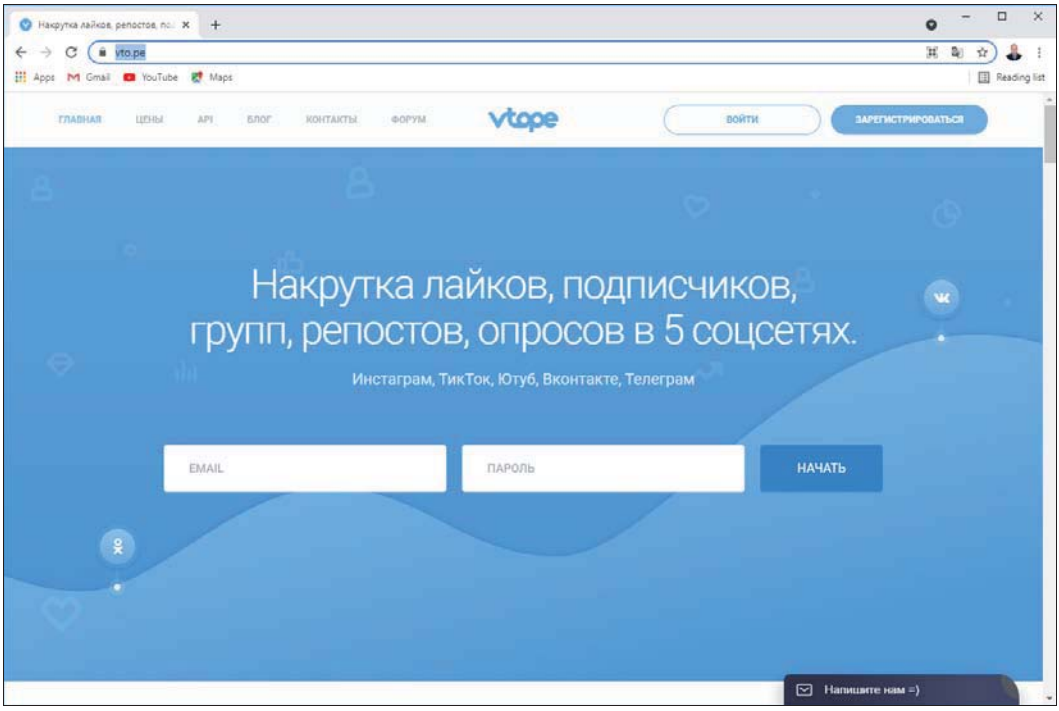


Рис. 17.55. Сервис накруток в пяти соцсетях

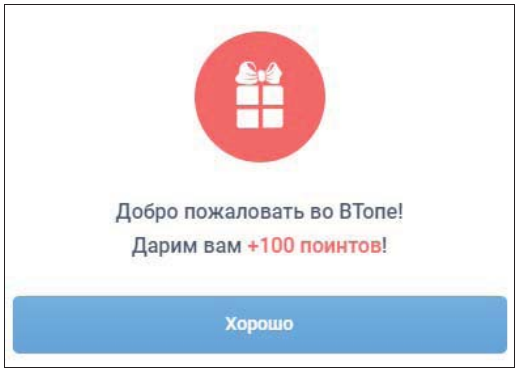


Рис. 17.56. Подарок после регистрации

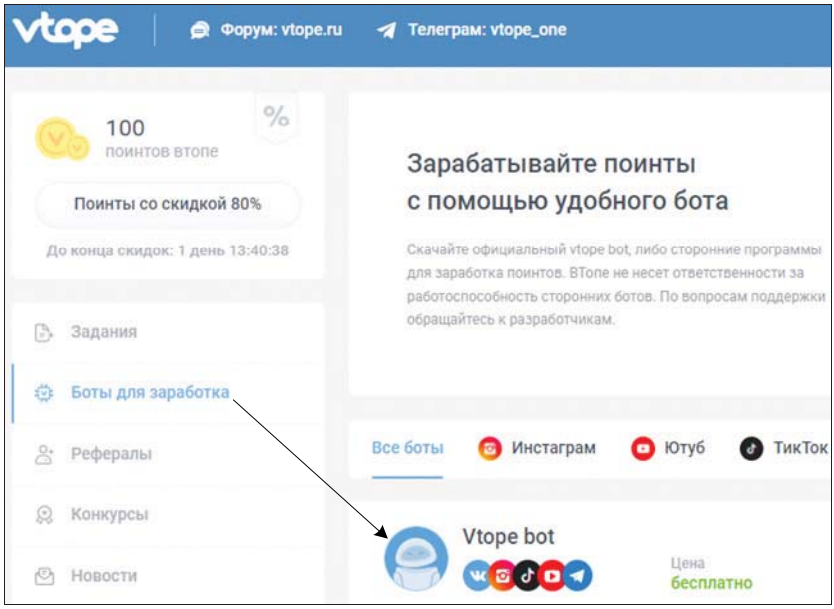


Рис. 17.57. Бот **vtope bot** позволяет зарабатывать поинты

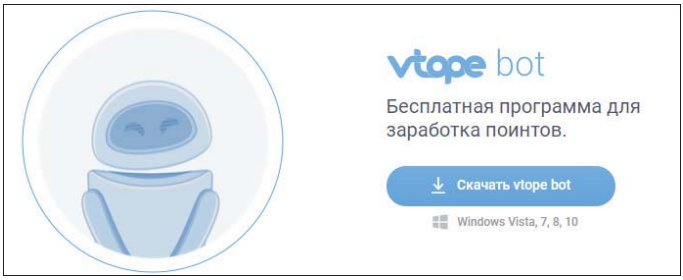


Рис. 17.58. Скачиваем бот **vtope bot**

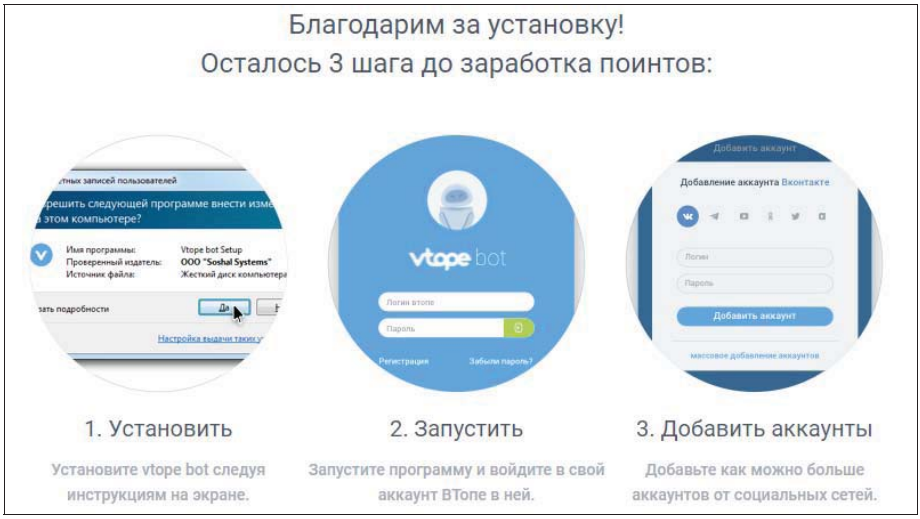


Рис. 17.59. Порядок работы с ботом **vtope bot**

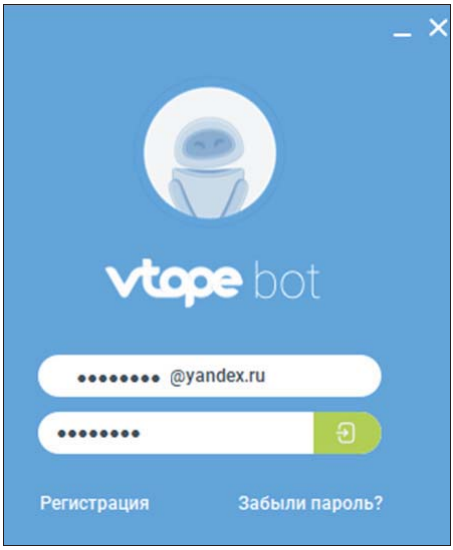


Рис. 17.60. Вводим данные аккаунта на **https://vto.pe/** и нажимаем на клавишу <Enter>

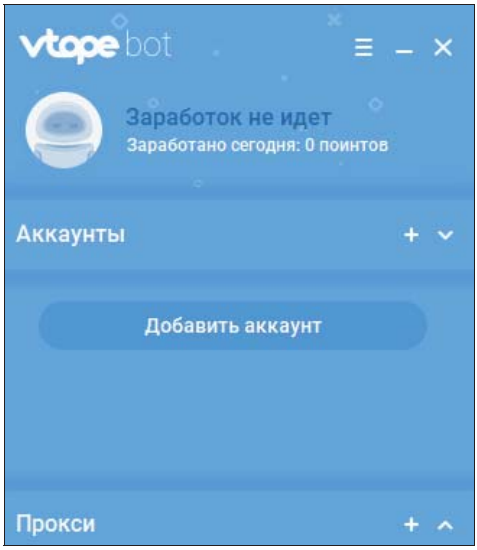


Рис. 17.61. Нажимаем здесь на кнопку **Добавить аккаунт**

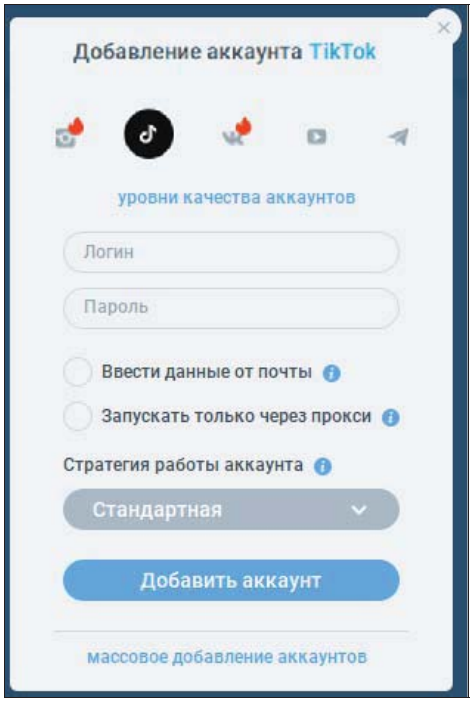


Рис. 17.62. Сюда мы введем наш аккаунт в соцсети TikTok

Создание аккаунта в TikTok для бота *vtope bot*

Зайдите в браузер Google Chrome в режиме инкогнито. Для этого откройте Google Chrome на компьютере, в правом верхнем углу экрана нажмите на кнопку с тремя точками ⋮ и выберите команду **Новое окно в режиме инкогнито** (рис. 17.63) — откроется новое окно, в верхнем углу которого появится значок режима инкогнито .

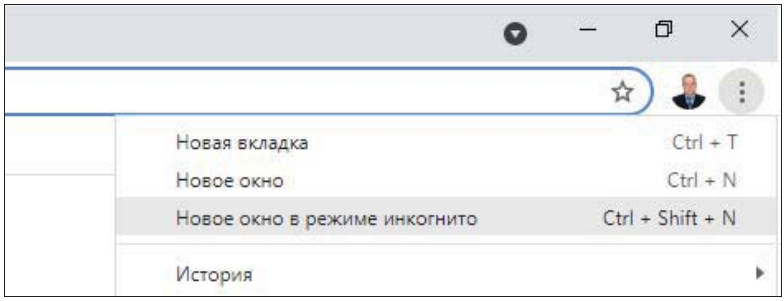


Рис. 17.63. Команда **Новое окно в режиме инкогнито**

Теперь, находясь в режиме инкогнито, создайте в Google для себя вспомогательный аккаунт, который потом будет не жалко потерять: нажмите мышью на значок **Gmail** (рис. 17.64) и заполните в открывающихся последовательно панелях (рис. 17.65 и 17.66) требуемые регистрационные данные, нажимая по завершении заполнения на кнопку **Далее**. В результате аккаунт в Google будет создан (рис. 17.67).

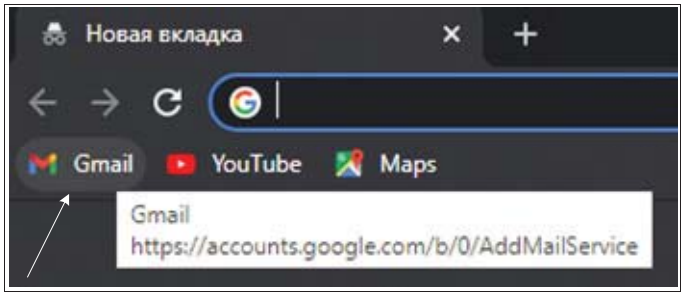


Рис. 17.64. Нажимаем мышью на значок **Gmail**

Теперь зайдите в TikTok (в обычном режиме, не в инкогнито) и зарегистрируйтесь с данными аккаунта, только что созданного в Google (рис. 17.68). Подтвердите почту полученным кодом, нажмите на кнопку **Далее** (рис. 17.69), создайте в следующей панели (рис. 17.70) имя пользователя (можно согласиться и на предложенное сервисом) и добавьте этот аккаунт в бот (рис. 17.71).

Бот начнет зарабатывать поинты (рис. 17.72), но процесс этот не быстрый... А мы пока займемся раскруткой. Вернитесь на сайт **https://vto.pe/** и подтвердите свою почту, нажав на кнопку **Подтвердить Email** (рис. 17.73) — это принесет подарок в 100 поинтов (рис. 17.74).

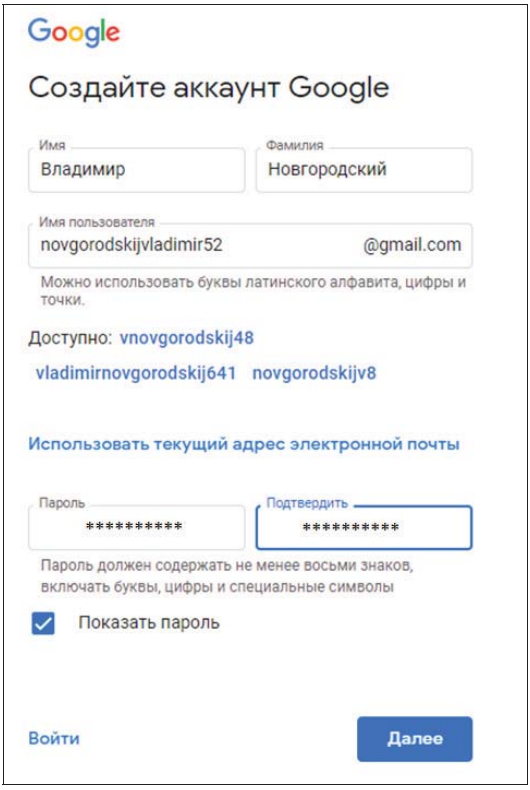


Рис. 17.65. Регистрируем почту (логин) и пароль

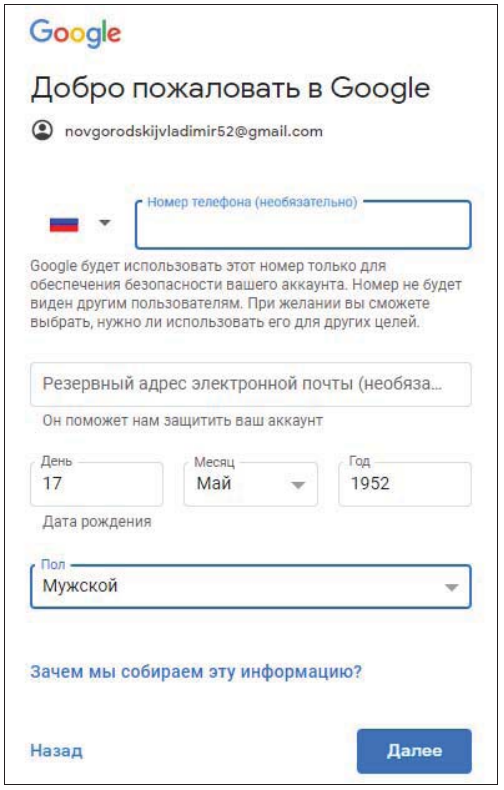


Рис. 17.66. Заполняем данными и эту панель

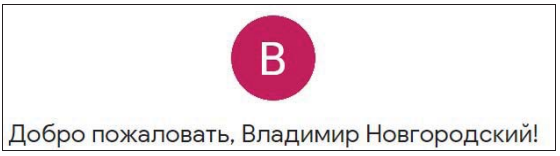


Рис. 17.67. Аккаунт в Google создан

Далее нажмите на кнопку **Добавить задание** и выберите, что станете раскручивать. Пусть, например, это будет наша группа ВКонтакте с тремя подписчиками (рис. 17.75). Предположим, что мы хотим накрутить еще 7 подписчиков (рис. 17.76). Нажмите на кнопку **Оплатить и запустить**, и вы увидите, что накрутка сработала (рис. 17.77).

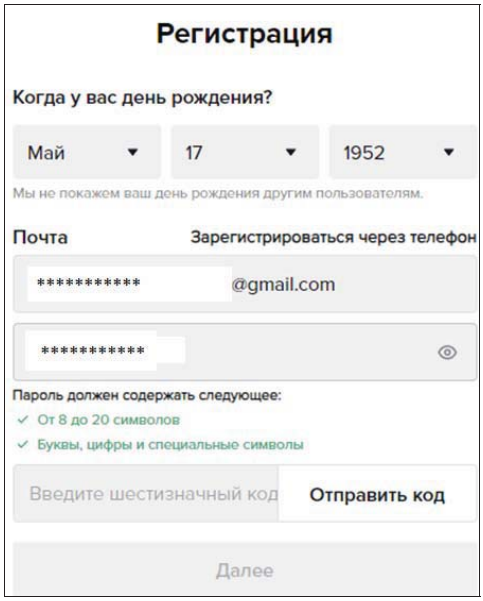


Рис. 17.68. Регистрируемся в TikTok через почту

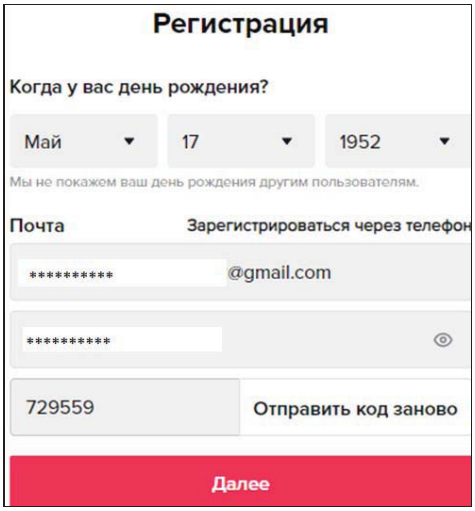


Рис. 17.69. Почта подтверждена

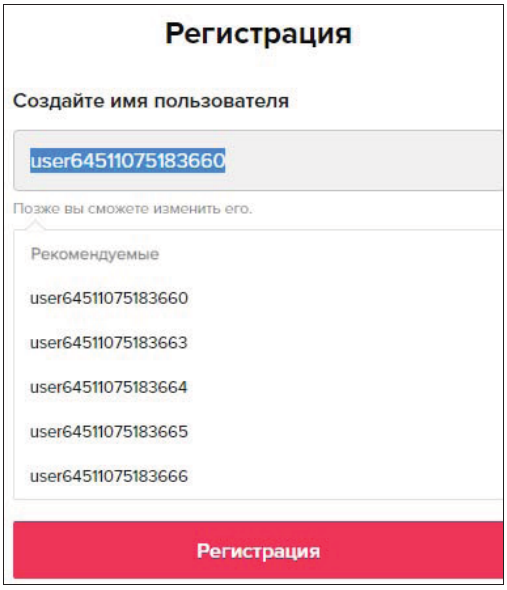


Рис. 17.70. Соглашаемся на имя **user64511075183660** (позже его можно будет изменить)

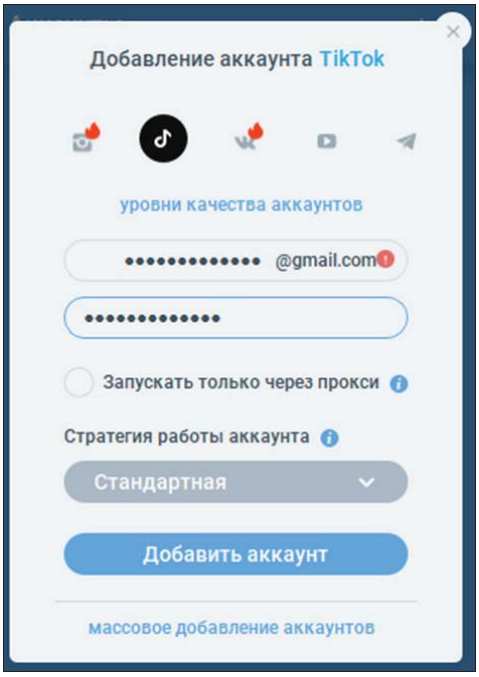


Рис. 17.71. Данные на аккаунт в TikTok добавляем для бота **vtope bot**

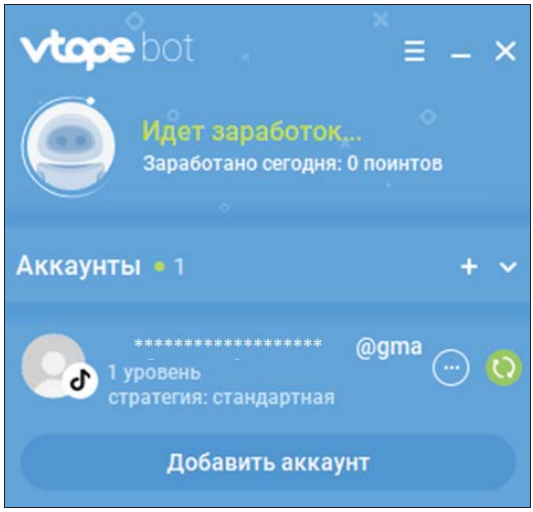


Рис. 17.72. Идет заработок поинтов

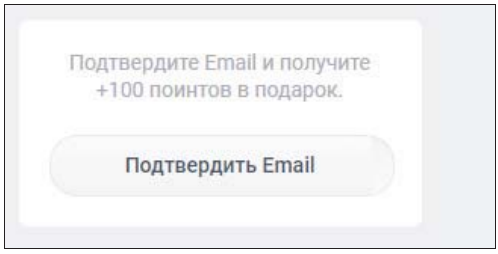


Рис. 17.73. Подтверждаем свой Email

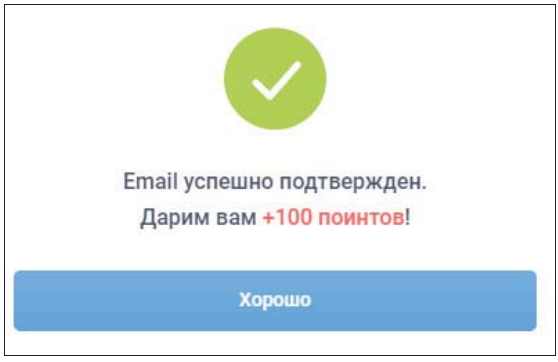


Рис. 17.74. Email подтвержден

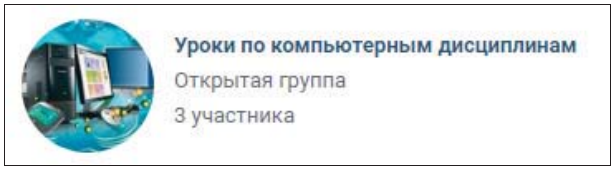


Рис. 17.75. Изначально в группе есть три подписчика

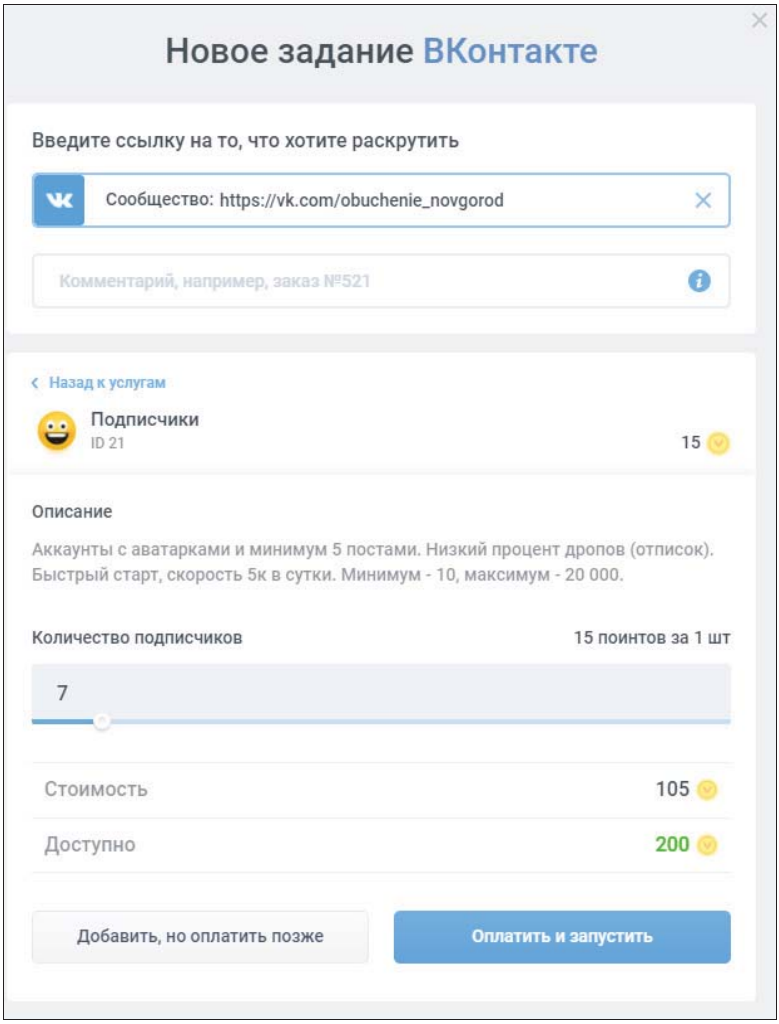


Рис. 17.76. Настраиваем задание на накрутку

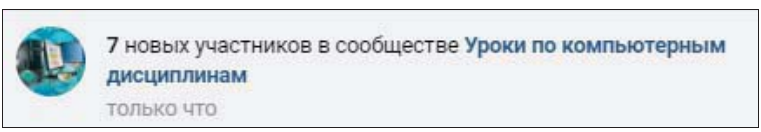


Рис. 17.77. Накрутка сработала

ГЛАВА 18



Монетизация сайта на рекламе от Contema, teasernet и Admitad

В этой главе мы рассмотрим три сервиса для монетизации сайта: Contema, teasernet и Admitad. У всех этих сервисов принцип один — чем больше посещаемость сайта, тем больше можно получить от него доход.

> ***Новый термин***
>
> *Монетизация сайта* — это процесс преобразования трафика пользователей на сайт в денежный доход владельца сайта. Наиболее популярными способами монетизации сайта являются внедрение в сайт рекламы с оплатой за просмотр рекламы и за покупку рекламируемого продукта.

Контекстная реклама от сервиса Contema.ru

Contema.ru — это сервис монетизации сайта на основе контекстной рекламы (по принципу партнерской программы). Попросту говоря, если вы разместите от него рекламу у себя на сайте, то за каждый просмотр такой рекламы вашими подписчиками вы будете получать доход.

> ***Новый термин***
>
> *Контекстная реклама* — вид рекламы (постеры, баннеры и др.), которые описывают пользователю товар или услугу, когда он сам проявляет к ним интерес.

Сервис предусматривает продвижение с помощью контекстных блоков, рекламных постеров и размещения баннеров (рис. 18.1).

На вкладке **Владельцам площадок** описаны принципы монетизации. Оплата происходит за разные виды трафика: клики, показы, лиды.

> ***Новый термин***
>
> *Клик* — переход посетителя на сайт рекламодателя.

> ***Новый термин***
>
> *Показ* — просмотр рекламы рекламодателя.

> ***Новый термин***
>
> *Лиды* — действия пользователя на сайте рекламодателя (оформление заказов, подписка на рассылку, переход на определенную страницу сайта и т. п.). Другими словами, лид —

это человек, который совершил нужные рекламодателю действия (заполнил форму или оставил свои контактные данные). Рекламодатели находят оплату рекламы за лиды наиболее привлекательной, и оплата за лиды самая дорогая.

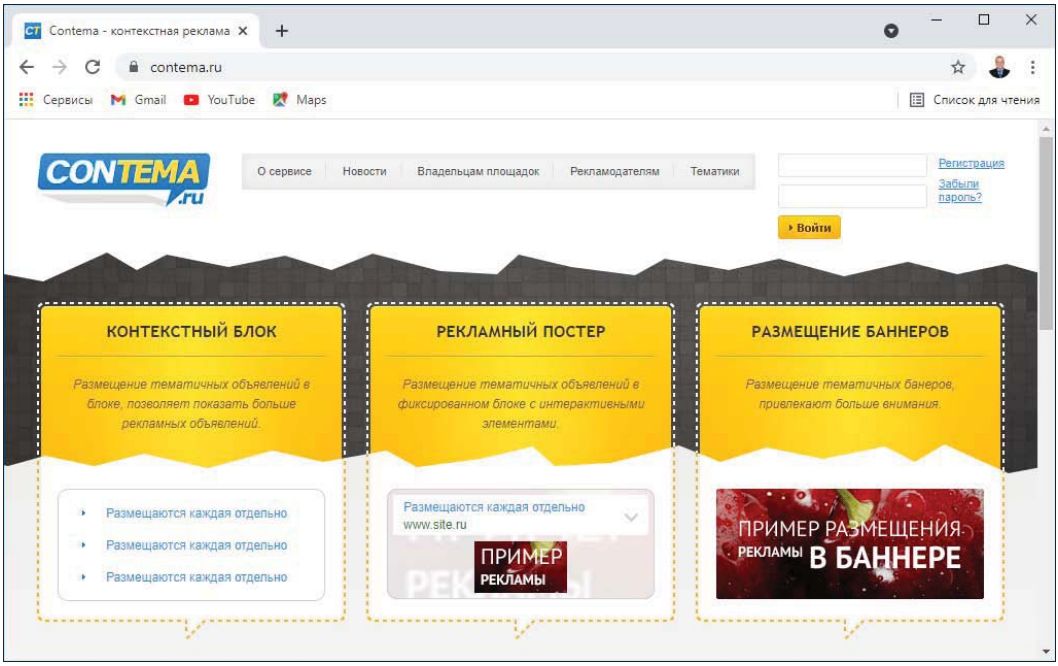


Рис. 18.1. Главная страница сервиса Contema.ru

Если ваш сайт не качественный и не соответствует требованиям полезности и уникальности, то он не пройдет модерацию на сервисе Contema.ru.

Новый термин

Модерация — контроль над выполнением определенных требований. Например, требований в каком-либо сообществе, группе в соцсети и т. п.

Сервис хорош для новичков, т. к. не предъявляет высоких требований к посещаемости вашего сайта. Вывод денег — от суммы в 10 рублей по вашему запросу.

Итак, зайдите на сервис по адресу **https://www.contema.ru**, зарегистрируйтесь, выбрав в поле **Профиль** вариант **Владелец площадок** (рис. 18.2), перейдите на вкладке **Личный кабинет** в раздел **Сайты** (рис. 18.3), нажмите там на кнопку **Добавить**, впишите в поле **URL** открывшегося окна (рис. 18.4) адрес своего сайта и нажмите на кнопку **Добавить.**

Добавленный сайт попадает на модерацию, которая может длиться 24 часа и более (рис. 18.5).

Прошедший модерацию сайт получает статус **Активно** (рис. 18.6). Перейдите в этом же окне по ссылке **Настройки** и из предложенных вариантов рекламы в области **Укажите формат блока** выберите **Рекламный постер** (рис. 18.7), нажмите на кнопку **Далее** и в открывшейся панели настройте оформление рекламного блока, как показано на рис. 18.8 (как можно видеть, в нашем постере будет три рекламных блока).

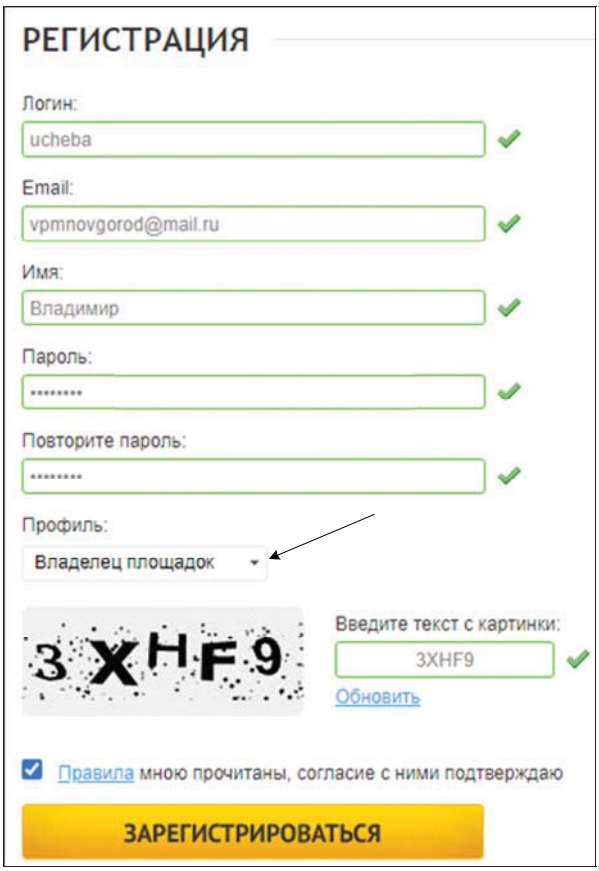


Рис. 18.2. Регистрация на сервисе Contema.ru

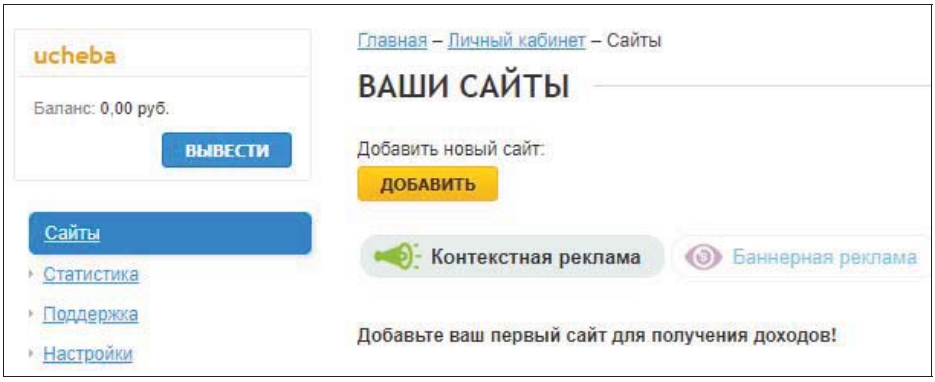


Рис. 18.3. Вкладка **Личный кабинет**: раздел **Сайты**

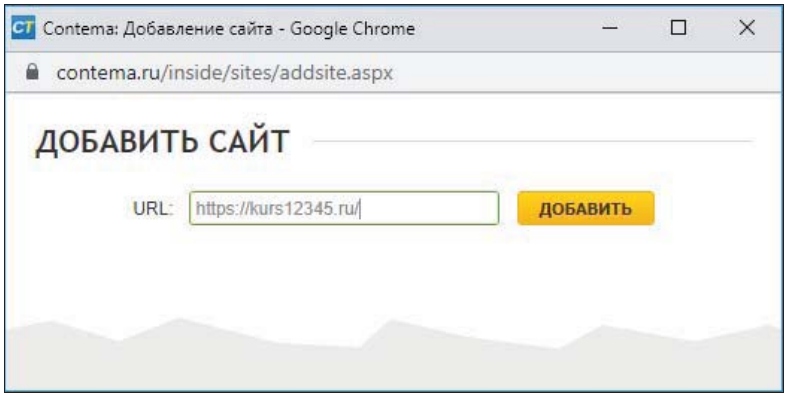


Рис. 18.4. Здесь можно добавить ваш сайт (сайты)

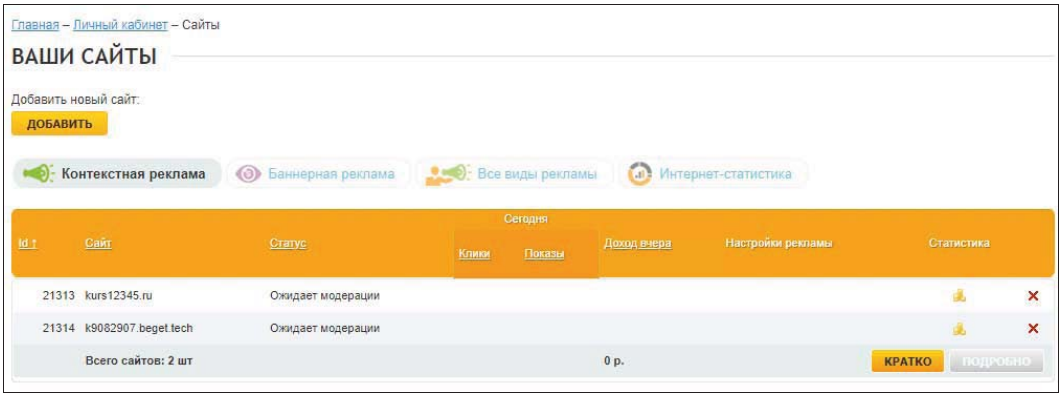


Рис. 18.5. Добавленные сайты находятся на модерации



Рис. 18.6. Модерация пройдена — получен статус **Активно**

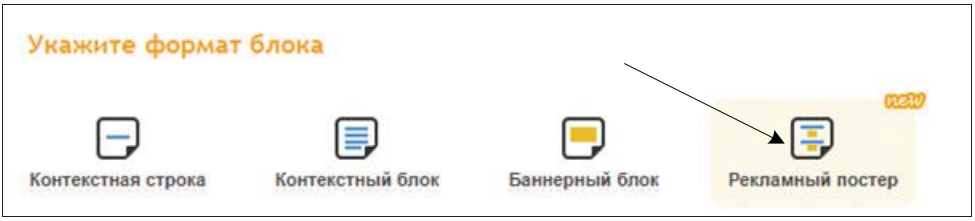


Рис. 18.7. Выбираем здесь вариант **Рекламный постер**

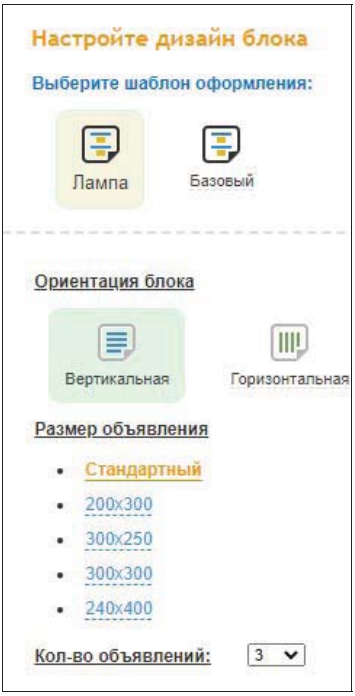


Рис. 18.8. Настраиваем оформление рекламного блока

Нажмите здесь на кнопку **Далее**, и вы получите код рекламы для вставки ее на сайт (рис. 18.9). Скопируйте этот код в буфер обмена и вставьте на своем сайте через **Виджеты** в блок **HTML** правого сайдбара — такую операцию мы выполняли уже не один раз. На рис. 18.10 показано, как созданный постер будет выглядеть на сайте.

Заработанные вами на показах рекламы средства можно вывести, перейдя на вкладке **Личный кабинет** в раздел **Вывод средств** и нажав там на соответствующую кнопку (рис. 18.11).

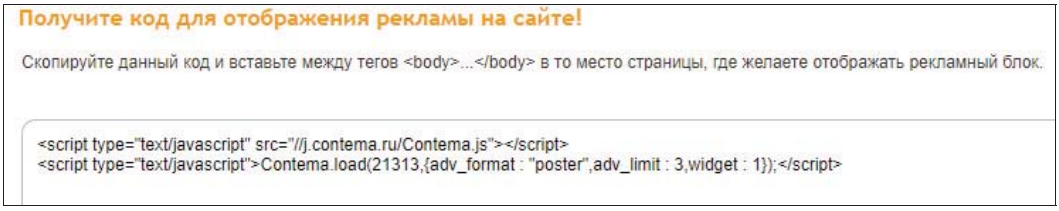


Рис. 18.9. Код для отображения рекламы на сайте

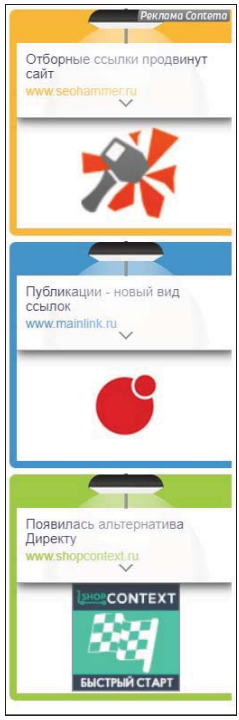


Рис. 18.10. Так выглядит рекламный постер у нас на сайте



Рис. 18.11. Вывод средств, заработанных на показах рекламы в сервисе Contema.ru

Тизерная реклама от сервиса teasernet

Новый термин

Английское слово «tease» переводится как «дразнить». *Тизерная реклама* строится на том, чтобы раздразнить и заинтриговать. Ее цель — побудить посетителя сделать клик (щелчок) на ссылке и перейти на целевую страницу. Для этого подходит и шокирующий, и провокационный контент. Такая реклама стремится заинтересовать потенциального покупателя любой ценой. Поэтому тизерная реклама — это чаще всего товары для взрослых и услуги онлайн-казино.

Для знакомства с тизерной рекламой давайте зайдем на сайт **https://teasernet.com/**, нажмем там на кнопку **Регистрация** (рис. 18.12) и зарегистрируемся (рис. 18.13). Регистрация подтверждается переходом по ссылке, приведенной в пришедшем на ваш адрес письме (рис. 18.14), или вставкой присланного в этом письме кода в соответствующее поле панели, открывающейся при входе в аккаунт, с последующим нажатием там на кнопку **Подтвердить** (рис. 18.15).

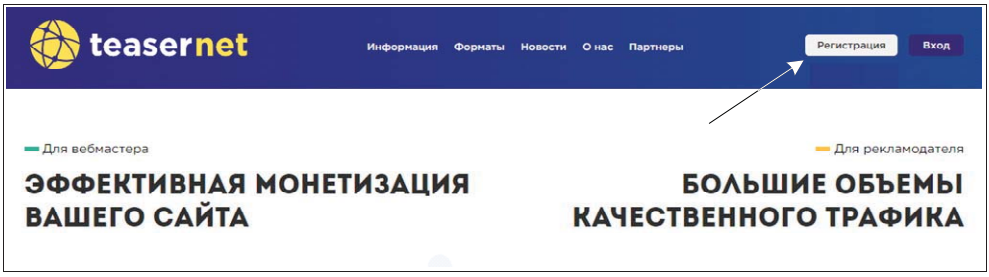


Рис. 18.12. Главная страница сервиса teasernet

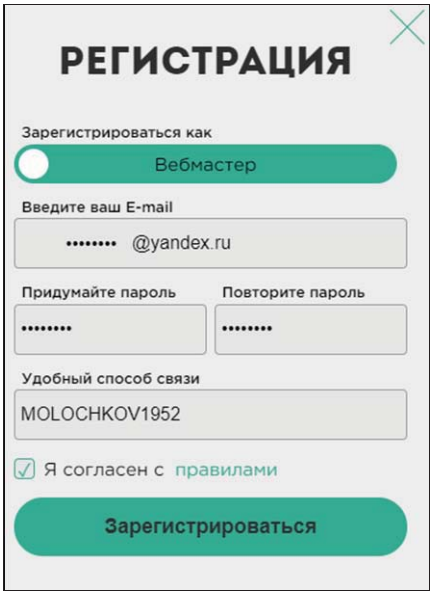


Рис. 18.13. Регистрация на сервисе teasernet

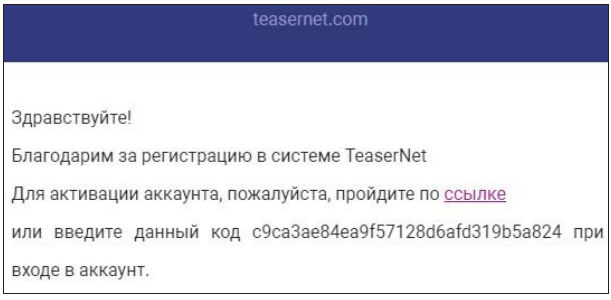


Рис. 18.14. Письмо подтверждения регистрации на сервисе teasernet

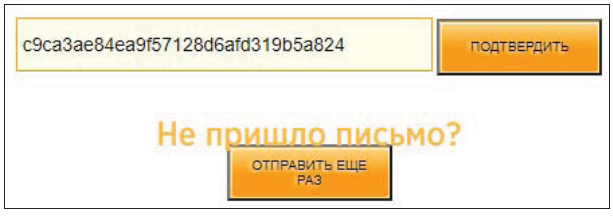
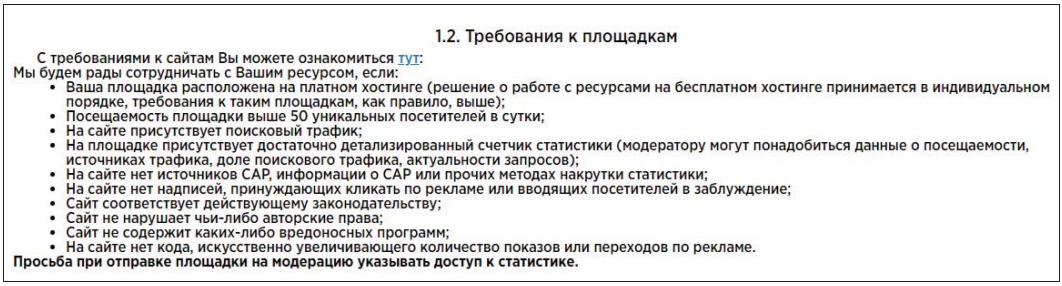


Рис. 18.15. Вариант завершения регистрации с помощью кода

Обратите внимание, что сервис предъявляет определенные требования к рекламным площадкам (рис. 18.16). Требования довольно жесткие — так, например, более 50% трафика на ваш сайт должно быть из поиска на поисковых машинах.


1.2. Требования к площадкам

С требованиями к сайтам Вы можете ознакомиться тут:
Мы будем рады сотрудничать с Вашим ресурсом, если:

- Ваша площадка расположена на платном хостинге (решение о работе с ресурсами на бесплатном хостинге принимается в индивидуальном порядке, требования к таким площадкам, как правило, выше);
- Посещаемость площадки выше 50 уникальных посетителей в сутки;
- На сайте присутствует поисковый трафик;
- На площадке присутствует достаточно детализированный счетчик статистики (модератору могут понадобиться данные о посещаемости, источниках трафика, доле поискового трафика, актуальности запросов);
- На сайте нет источников CAP, информации о CAP или прочих методах накрутки статистики;
- На сайте нет надписей, принуждающих кликать по рекламе или вводящих посетителей в заблуждение;
- Сайт соответствует действующему законодательству;
- Сайт не нарушает чьи-либо авторские права;
- Сайт не содержит каких-либо вредоносных программ;
- На сайте нет кода, искусственно увеличивающего количество показов или переходов по рекламе.

Просьба при отправке площадки на модерацию указывать доступ к статистике.

Рис. 18.16. Если ваш сайт не соответствует этим требованиям, то он может быть не допущен к показу рекламы от сервиса teasernet

Если ваш сайт соответствует предъявляемым к нему требованиям, вы можете попробовать добавить его на сервис teasernet — перейдите для этого по ссылке **добавить сайт** в панели, показанной на рис. 18.17. Здесь сайт называют «площадкой».

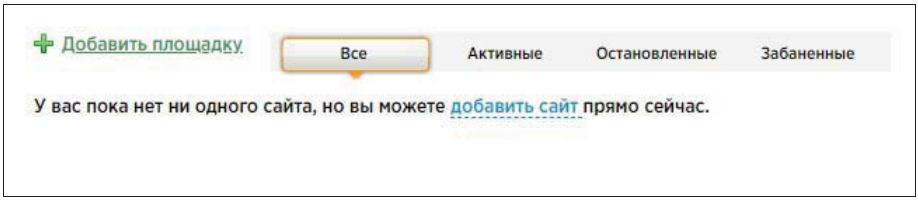


Рис. 18.17. Переходим по ссылке **добавить сайт**

Для настройки работы площадки заполните поля открывшейся панели (рис. 18.18). Сразу всю эту панель вам заполнить не удастся — обратите внимание на требование допустить модератора к статистике вашего сайта (показано стрелкой на рис. 18.18). Иначе говоря, пользователям счетчика Яндекс.Метрика необходимо сначала открыть доступ к своей статистике для адреса **supp.teaser@yandex.ru**. Поэтому зайдите в Яндекс.Метрику своего сайта, перейдите в ее настройках в раздел **Доступ** (рис. 18.19) и нажмите на кнопку **Добавить пользователя**.

В открывшейся панели **Новый пользователь** заполните все поля, как показано на рис. 18.20, и нажмите на кнопку **Добавить**. После прохождения модерации эту запись можно будет удалить, нажав в панели **Индивидуальный доступ** (рис. 18.21) на кнопку для этого пользователя.

Теперь можно вернуться к настройке площадки, заполнить все оставшиеся поля (рис. 18.22) и нажать на кнопку **Добавить сайт**.

> ***Совет***
>
> Если площадка не добавляется, задайте напрямую адрес доступа к статистике, вписав в поле **Укажите параметры доступа к статистике посещаемости площадки** адрес (URL) вашего счетчика посетителей — например, так: **https://metrika.yandex.ru/dashboard?**

group=dekaminute&period=today&id=83609623. Как вариант, вместо URL счетчика можно ввести адрес электронной почты, на которую вам с Яндекс.Метрики приходят сообщения, — например: **vpmnovgorod@yandex.ru.**

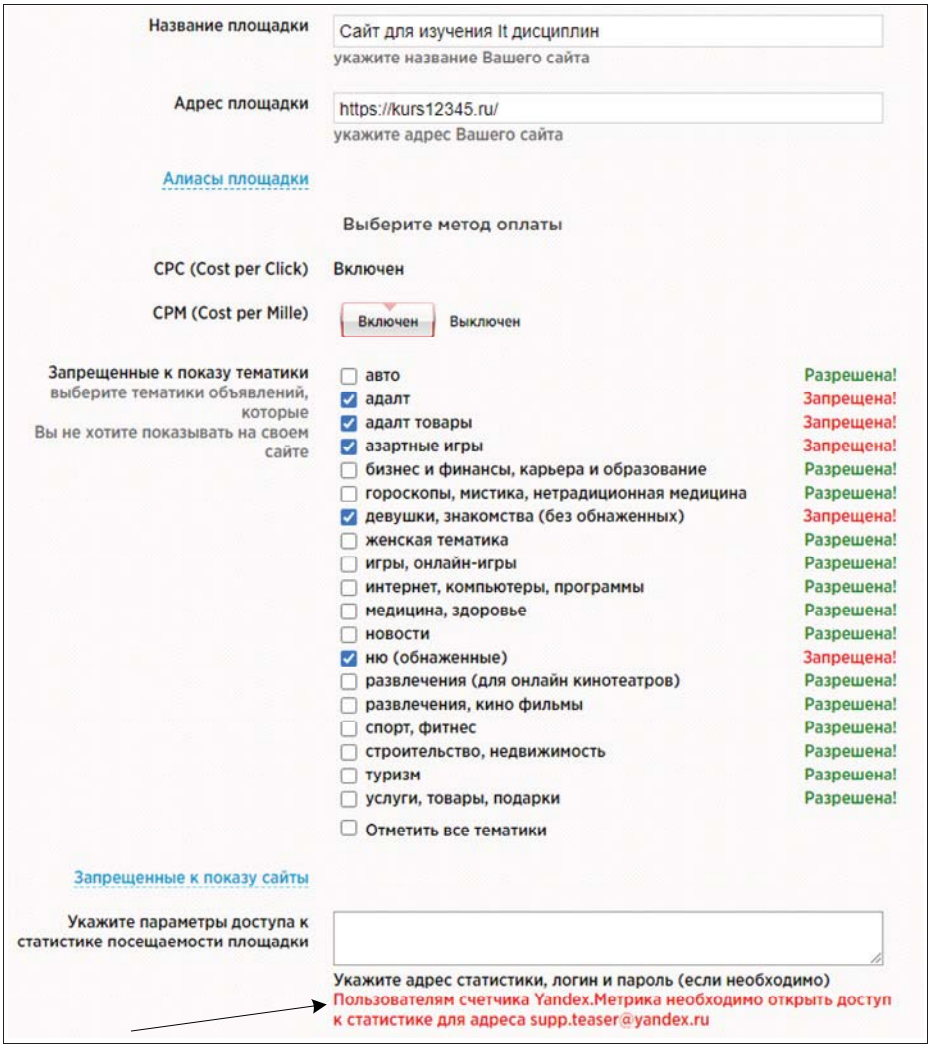


Рис. 18.18. Начало настройки площадки (показана верхняя часть панели настройки)

Модерация площадки может идти от 1 до 3 суток, но рекламу можно добавить уже сейчас. Для добавления тизерной рекламы на свою площадку перейдите по ссылке **добавить блок** (рис. 18.23), выберите из предложенных вариантов рекламы (рис. 18.24) вариант **Standard,** нажмите на кнопку **Создать** и настройте вид рекламного блока, как показано на рис. 18.25. Затем нажмите на кнопку **Сохранить и получить код** — внизу страницы появится код для вставки рекламного блока на сайт (рис. 18.26). Асинхронный код копировать не надо, скопируйте обычный (листинг 18.1) и вставьте его на своем сайте через **Виджеты** в блок **HTML** правого сайдбара — такую операцию мы выполняли уже много раз. Завершите процедуру нажатием на кнопку **Обновить**.

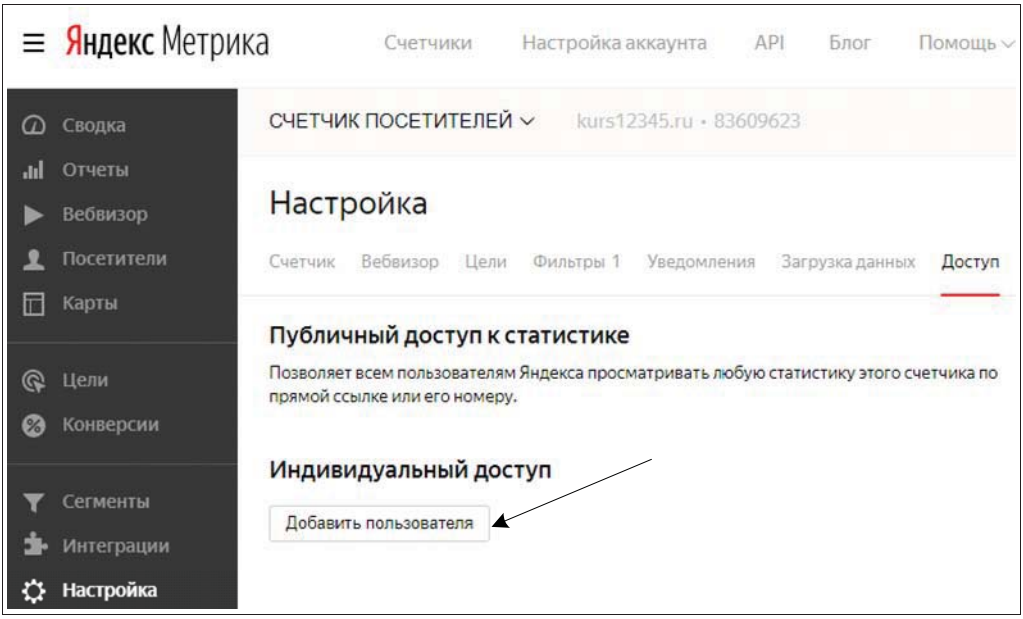


Рис. 18.19. Переходим в настройках Яндекс.Метрики в раздел **Доступ** и нажимаем на кнопку **Добавить пользователя**

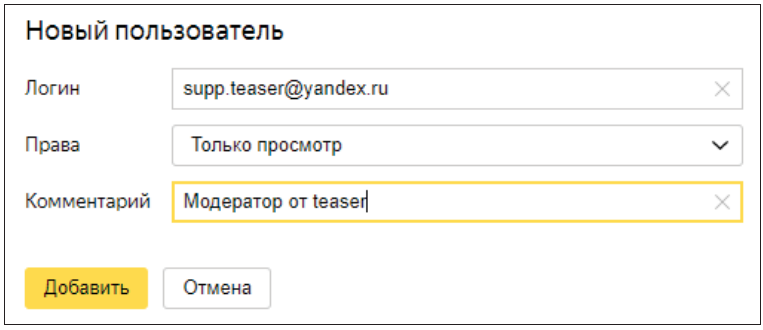


Рис. 18.20. Добавляем нового пользователя

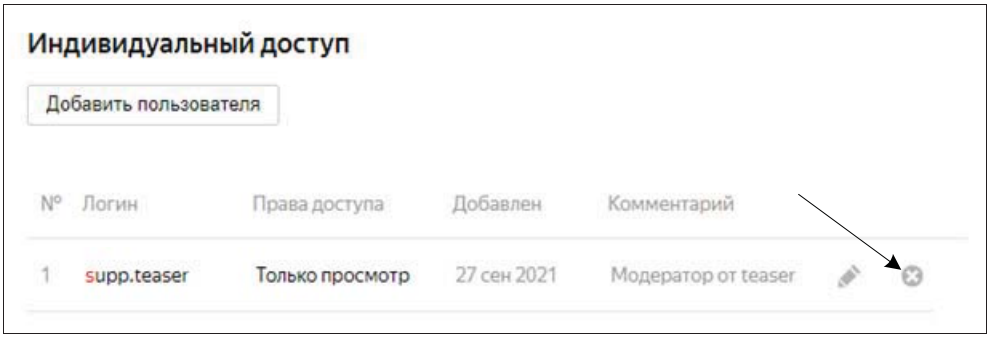


Рис. 18.21. Кнопка удаления пользователя

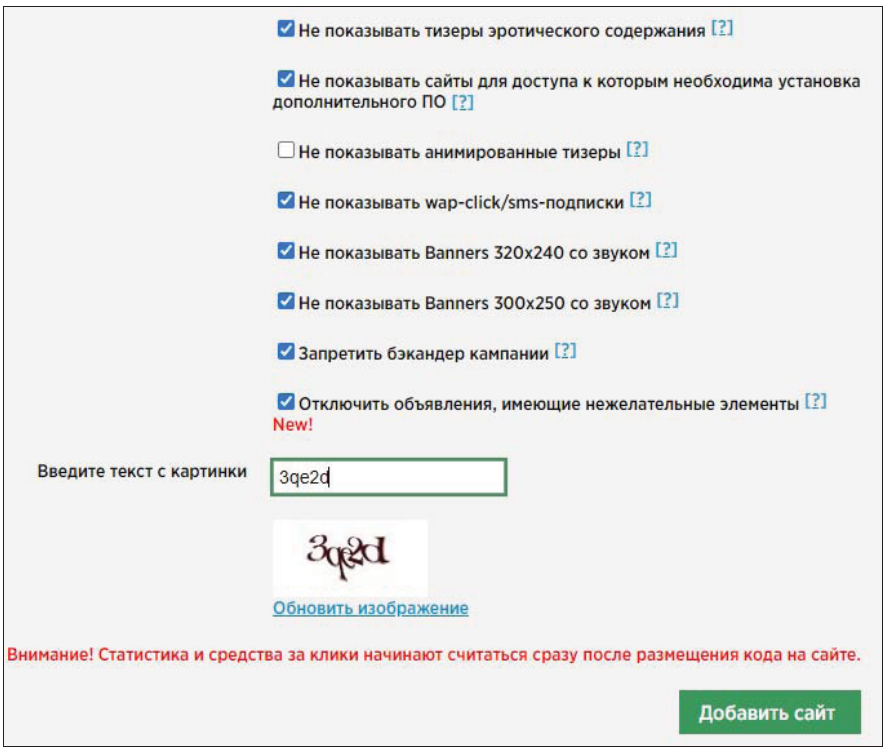


Рис. 18.22. Завершение настройки площадки (показана нижняя часть панели настройки)

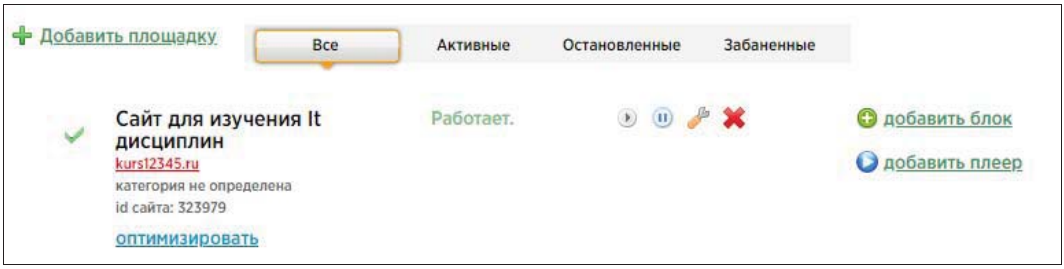


Рис. 18.23. Для добавления рекламы на площадку переходим по ссылке **добавить блок**

Примечание

Пока сайт на модерации, реклама на сайте не будет видна (скрыта).

Листинг 18.1. Код для вставки рекламного блока на сайт

```
<script type="text/javascript">
teasernet_blockid = 920746;
teasernet_padid = 323979;
</script>
<script type="text/javascript" src="http://nplxa.com/d6fd2e5137612.js"></script>
```

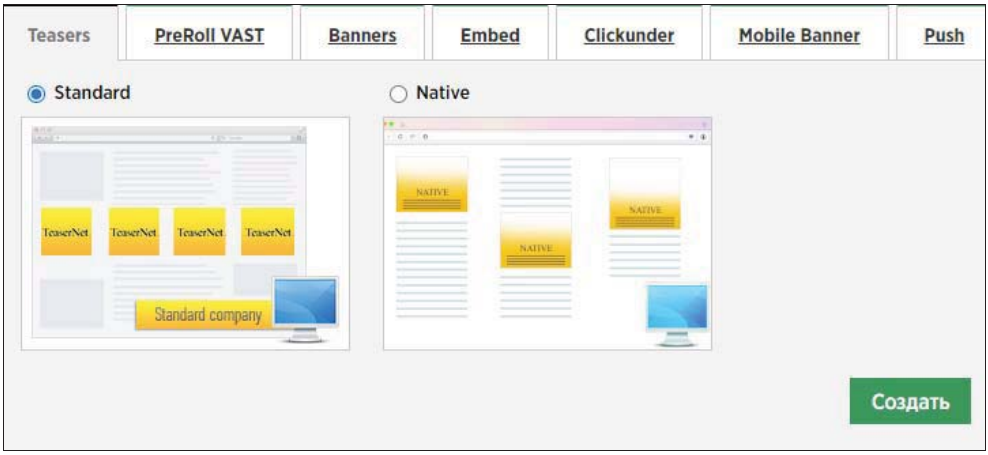


Рис. 18.24. Стандартная реклама подойдет для большинства площадок

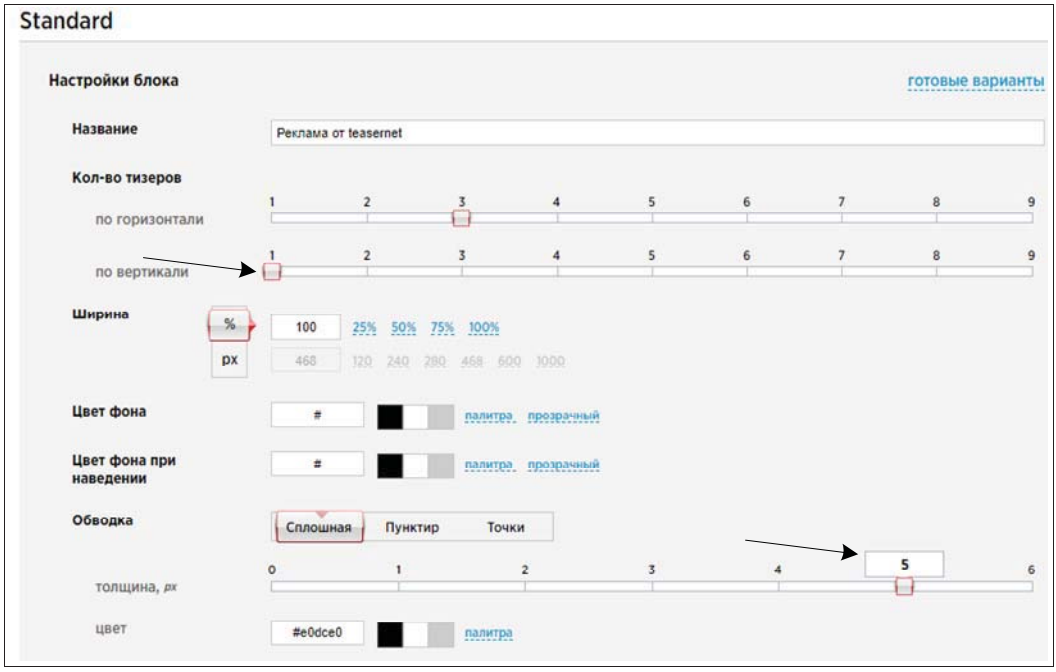


Рис. 18.25. Мы настроим вертикальное расположение тизеров, т. к. будем показывать их в правом сайдбаре

Если ваше сотрудничество с сервисом teasernet окажется успешным, то для получения выплат нажмите вверху страницы, показанной на рис. 18.27, на ссылку с адресом вашей почты, а затем настройте свои платежные данные и нажмите на кнопку **Сохранить**. Выплаты идут по четвергам, начиная с суммы в 15 рублей.



Рис. 18.26. Код для вставки рекламного блока на сайт

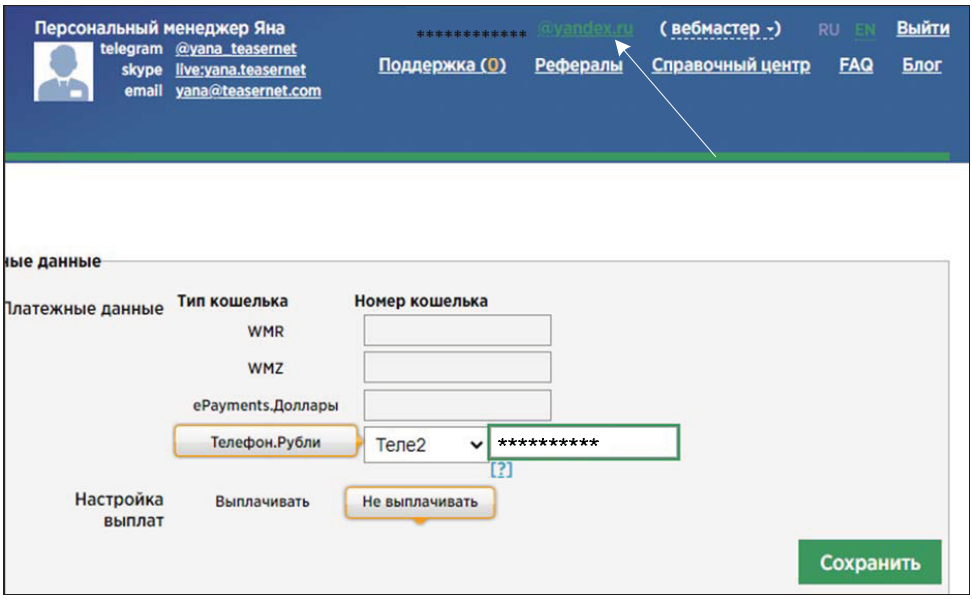


Рис. 18.27. Здесь можно настроить получение выплат за рекламу

Партнерский маркетинг на рекламе от Admitad

> ***Новый термин***
>
> *Партнерский маркетинг* (или заработок на партнерских программах) — это взаимодействие рекламодателя и держателя сайта, в котором рекламодатели доверяют продвижение своих продуктов и услуг веб-мастерам.

В качестве примера партнерского маркетинга рассмотрим Admitad — партнерскую сеть, которая помогает рекламодателям и веб-мастерам развивать интернет-бизнес по всему миру. Попросту говоря, суть заработка на Admitad такова: вы продаете чей-то товар на своем сайте, а держатель товара платит вам за это комиссионный процент.

Для начала работы зарегистрируйтесь на Admitad по адресу **https://account.admitad.com/ru/webmaster/registration/** (рис. 18.28) и последовательно выберите на следующих шагах варианты программы (рис. 18.29) и заработка (рис. 18.30), уточните выбор социальной сети и веб-сайта (рис. 18.31) и укажите свои площадки (рис. 18.32), нажимая на каждом шаге на кнопку **Далее**. Завершите предварительную подготовку нажатием на кнопку **Готово** (см. рис. 18.32) и подтвердите владение своей площадкой, выбрав какой-либо вариант такого подтверждения из трех предложенных (рис. 18.33).

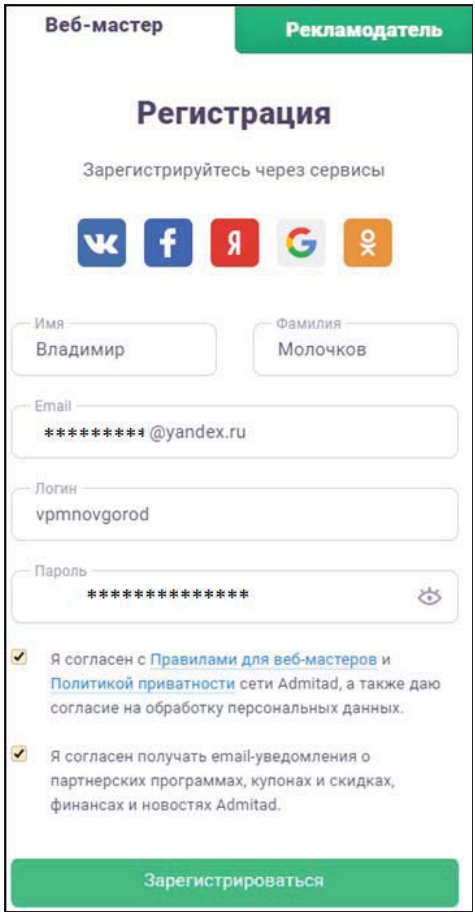


Рис. 18.28. Регистрация на Admitad

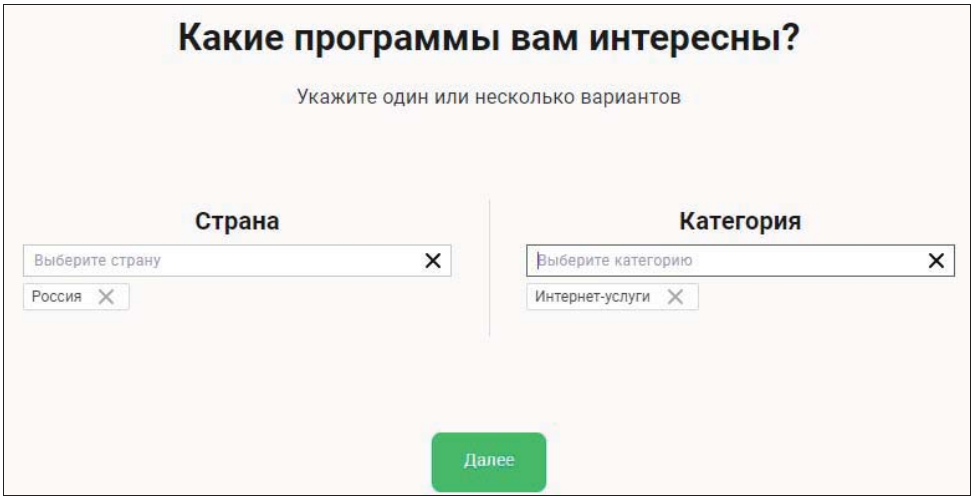


Рис. 18.29. Выбираем вариант программы

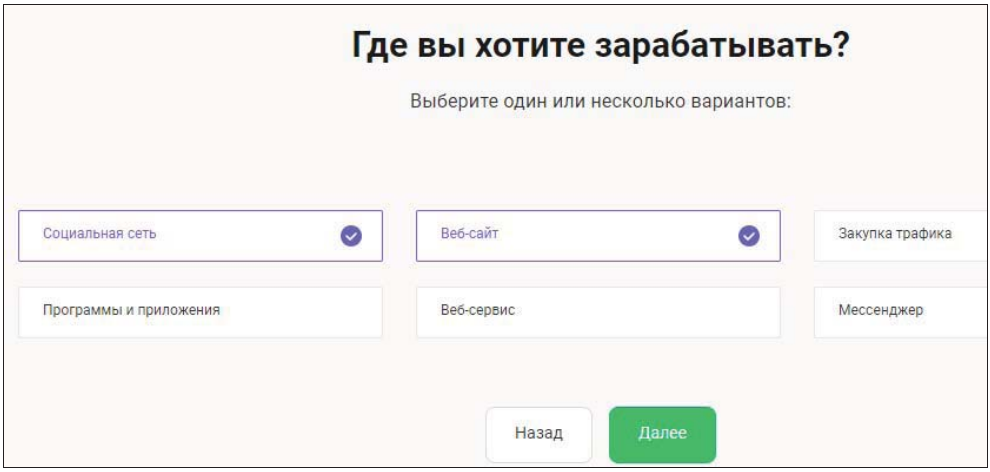


Рис. 18.30. Выбираем два варианта для заработка

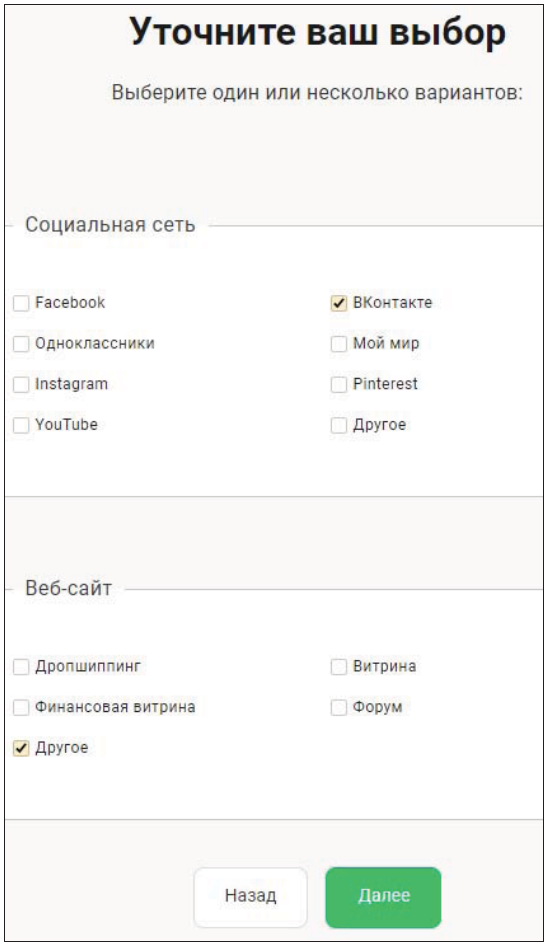


Рис. 18.31. Уточняем свой выбор

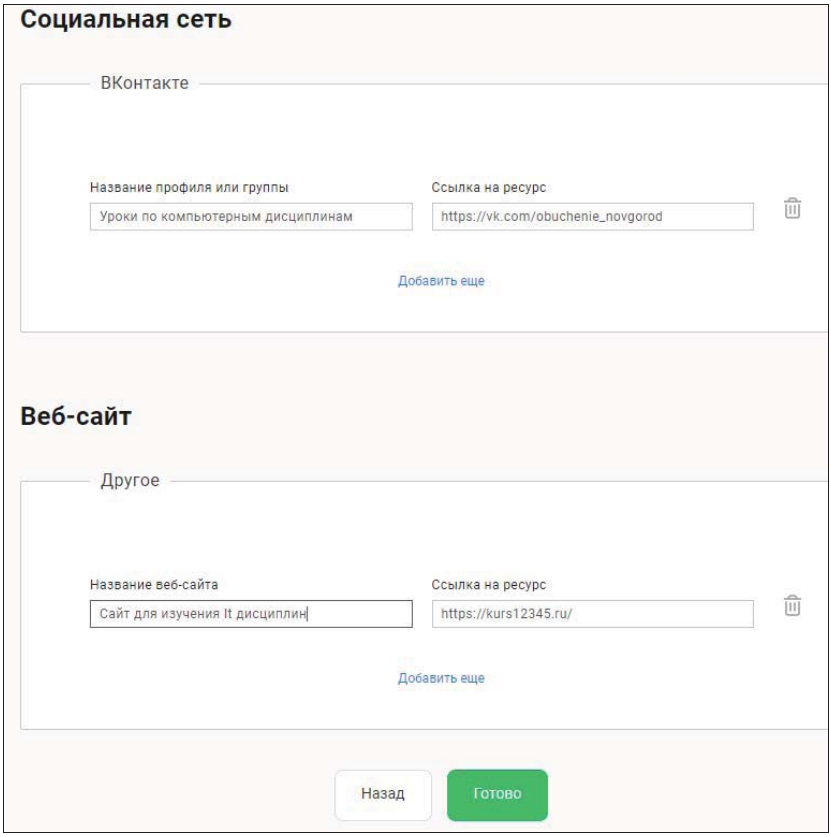


Рис. 18.32. Указываем свои площадки



Рис. 18.33. Выбираем вариант подтверждения владения своим сайтом

Проще всего, нажав на кнопку **Загрузить**, скачать файл verify-admitad.txt, а затем в панели управления хостингом с помощью файлового менеджера переместить его в папку public_html (рис. 18.34).

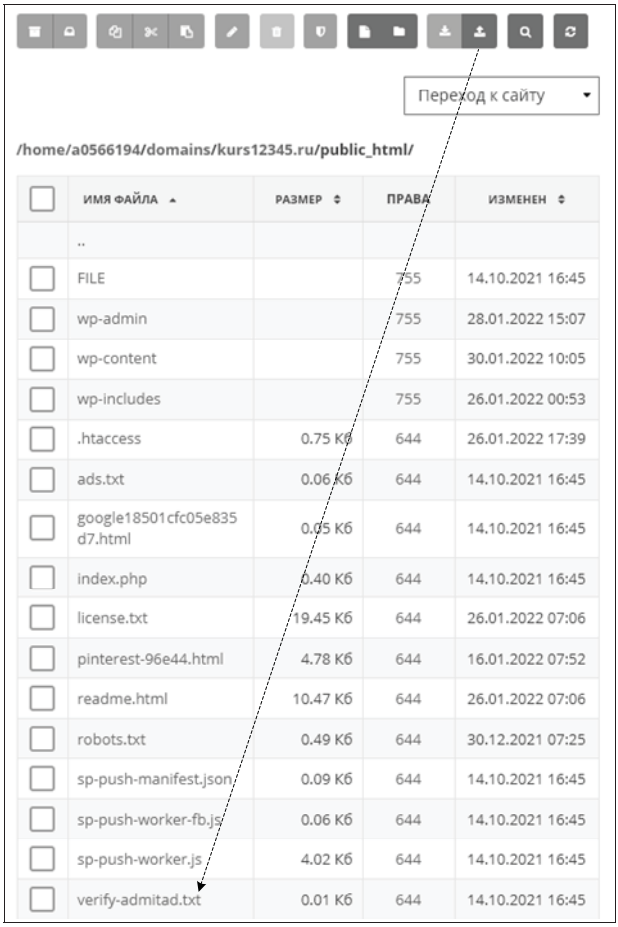


Рис. 18.34. Файл, подтверждающий владение сайтом, загружен на хостинг

Теперь на сайте Admitad в разделе **Программы** зайдите в **Каталог рекламодателей** (рис. 18.35), найдите там потенциального партнера и подключите партнерскую программу, нажав на кнопку **Подключиться**. После прохождения модерации, и если рекламодатель согласен сотрудничать, подключенную партнерскую программу можно будет увидеть в разделе **Мои программы.** Пример подключения партнерской ссылки в соцсети приведен на рис. 18.36.

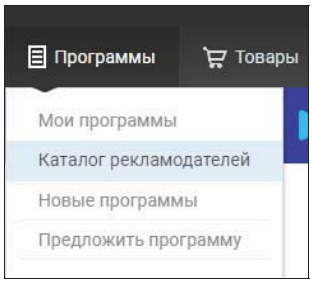


Рис. 18.35. Здесь можно найти и подключить партнерскую программу

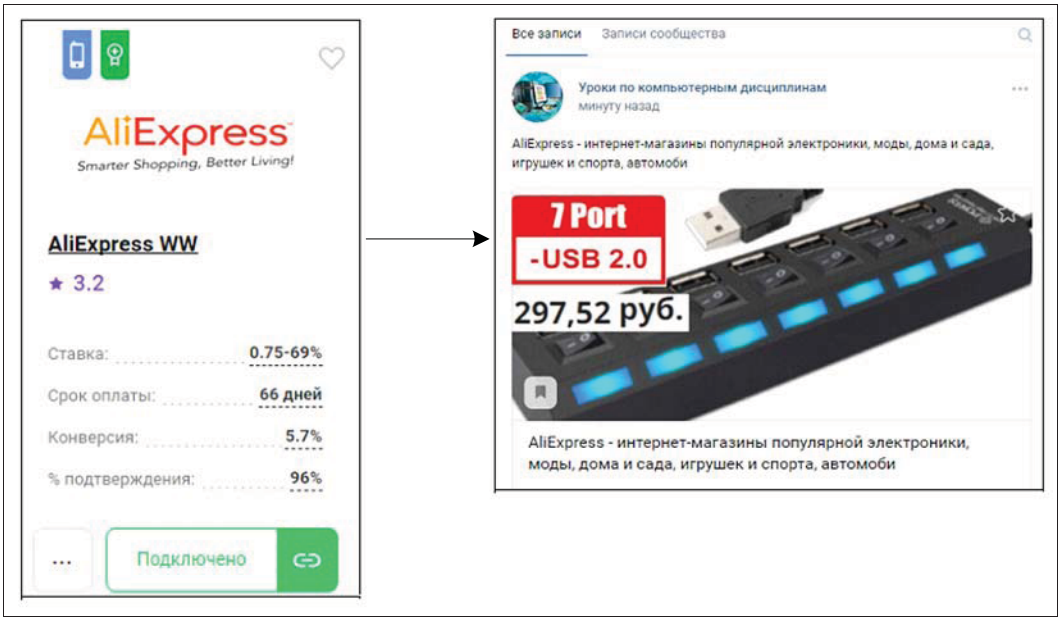


Рис. 18.36. На площадку ВКонтакте подключен один рекламодатель

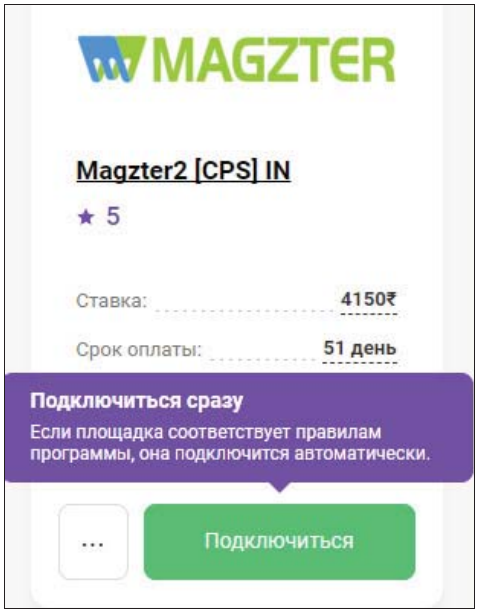


Рис. 18.37. Если ваш сайт не содержит нарушений правил продавца, то его могут подключить сразу

Впрочем, на некоторых рекламодателей можно подключиться и без модерации (рис. 18.37).

Когда монетизация на Admitad у вас пойдет успешно и площадка станет приносить доход, для вывода оплаты выполните команду **Настройки | Платежные данные** (рис. 18.38) и введите в соответствующие поля свои платежные реквизиты.



Рис. 18.38. Вводим здесь свои платежные реквизиты

Партнерская ссылка *deeplink*

Новый термин

Deeplink — партнерская ссылка, которая ведет не на сайт рекламодателя, а на конкретную, выбранную вами страницу сайта рекламодателя. Например, на страницу конкретного товара или услуги. Целевые действия при этом отслеживаются так же, как при использовании стандартной ссылки.

Предположим, что ваша площадка «Сайт для изучения It дисциплин» принята к сотрудничеству партнерской программой AliExpress RU&CIS NEW (рис. 18.39). В общем

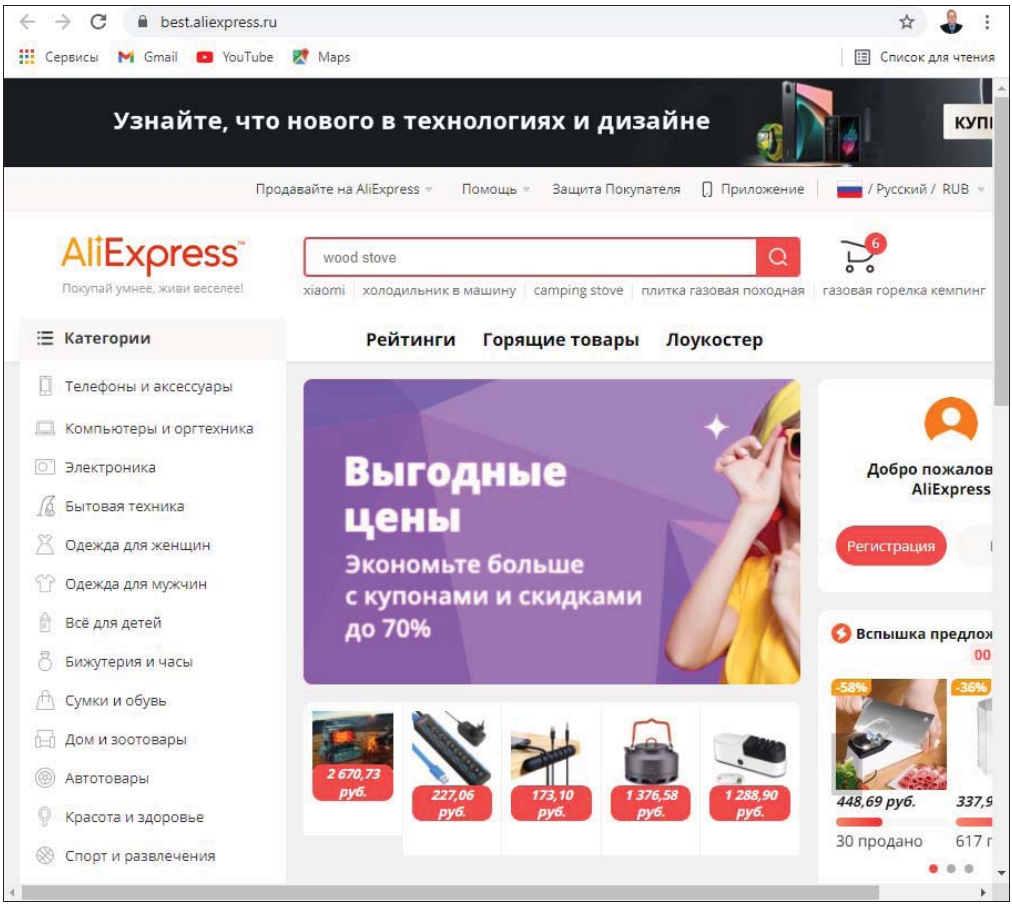


Рис. 18.39. Главная страница рекламодателя

случае для использования рекламных материалов этой страницы с помощью deeplink вам нужно зайти под своим логином на **https://www.admitad.com/**, перейти в раздел **Программы | Мои программы**, найти раздел **Рекламные материалы от программы AliExpress RU&CIS NEW**, выбрать подходящий рекламный материал, нажать на кнопку **Получить код** и вставить полученный HTML-код на свою рекламную площадку.

Но можно также воспользоваться следующим способом создания deeplink. В интерфейсе Admitad зайдите в раздел **Программы | Мои программы**, у своего рекламодателя нажмите на кнопку **Подробнее** (рис. 18.40), перейдите в раздел **Рекламные материалы** и из **Меню** выберите **Deeplink** (рис. 18.41).

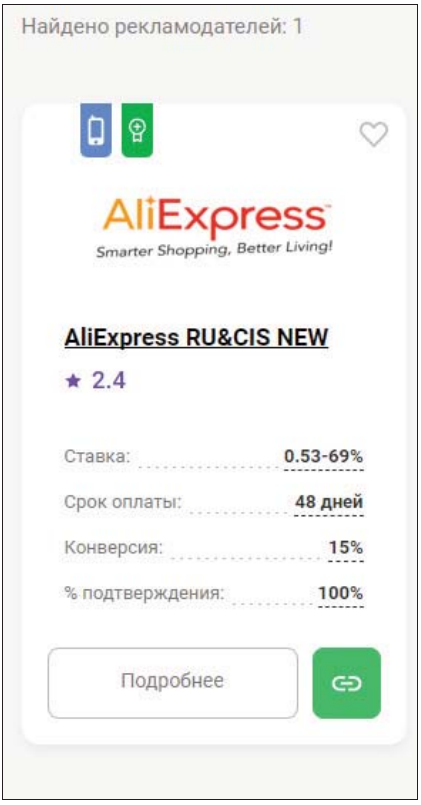


Рис. 18.40. Нажимаем здесь на кнопку **Подробнее**

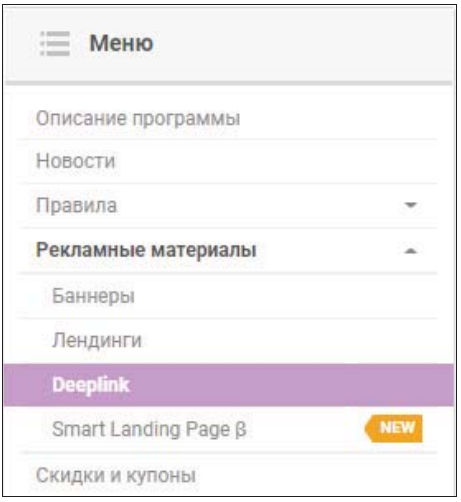


Рис. 18.41. Выбираем **Deeplink**

Затем на сайте рекламодателя откройте страницу, для которой хотите создать deeplink, — например, страницу, предлагающую купить твердотельный (SSD) диск (рис. 18.42). Скопируйте ссылку на эту страницу и вставьте ее в поле **Вставьте ссылку на товар или другую страницу сайта рекламодателя** панели, открывшейся после выбора **Deeplink** на предыдущем шаге (рис. 18.43). В результате в поле **Скопируйте deeplink** автоматически появится готовая ссылка. Скопируйте ее и разместите на своей площадке.

Совет

Как правило, deeplink — это длинная ссылка. Если вам неудобно работать с такой длинной ссылкой, то используйте ее для создания гиперссылки на какой-либо текст на своем сайте (рис. 18.44).

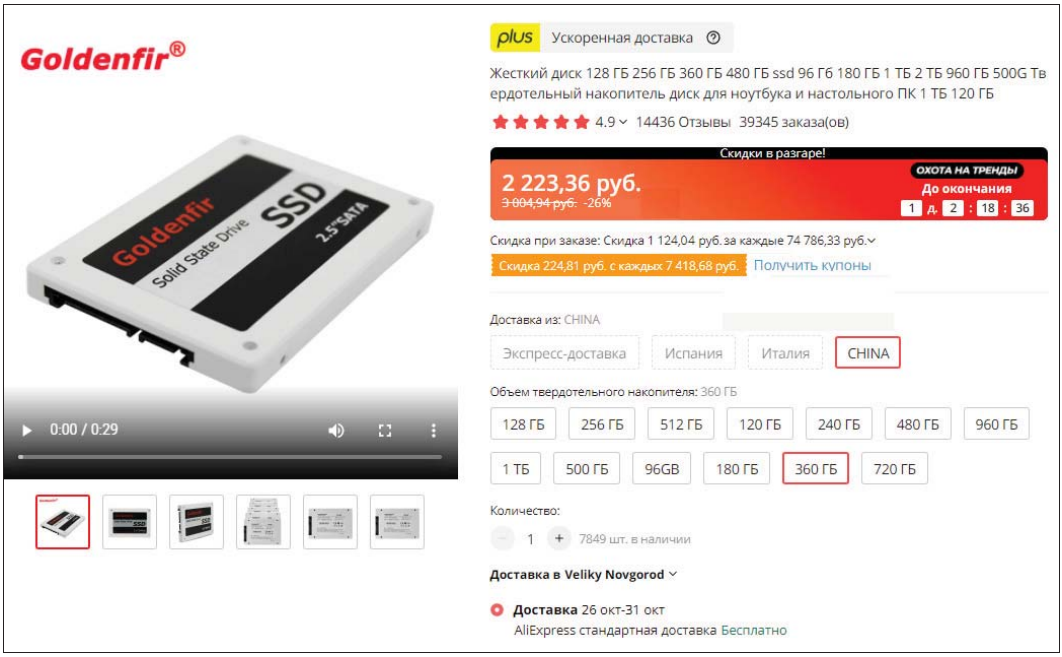


Рис. 18.42. Страница конкретного товара рекламодателя

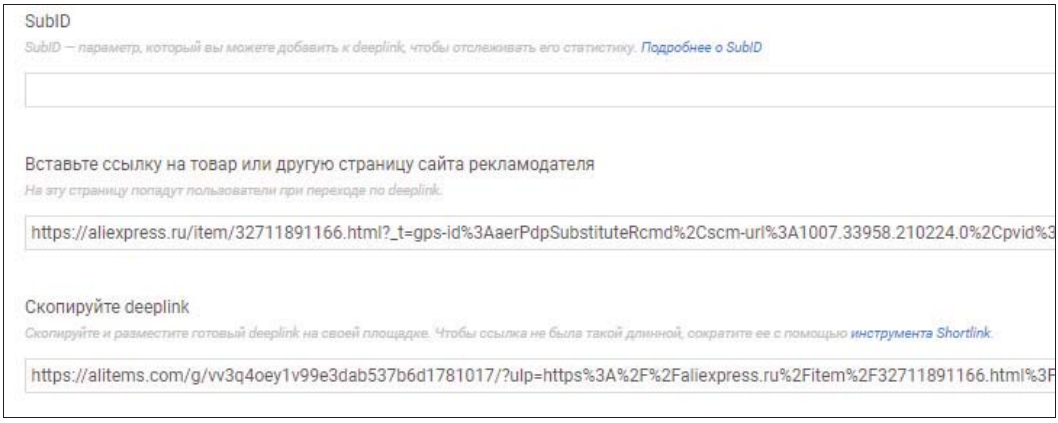


Рис. 18.43. После вставки ссылки на товар deeplink сформируется здесь автоматически

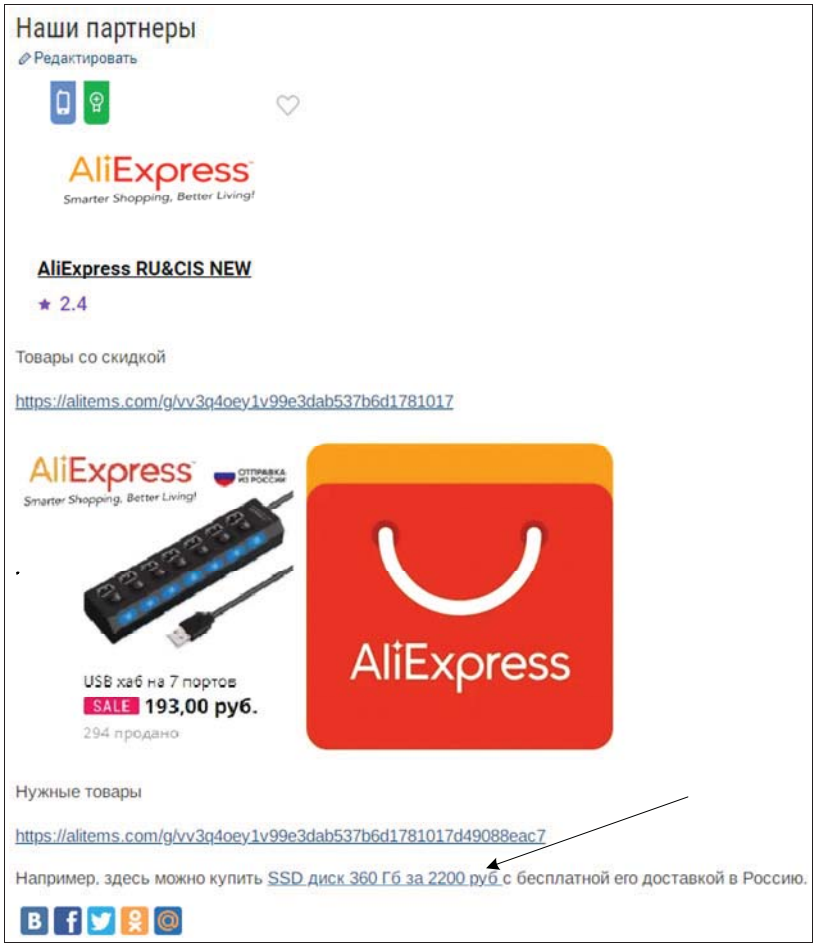


Рис. 18.44. Здесь deeplink использована для создания гиперссылки на текст **SSD диск 360 Гб за 2200 руб.**

ГЛАВА 19



Сервисы AdSense, Glopart, BestChange и др.

Здесь мы продолжим тему монетизации сайта, начатую в предыдущей главе.

Партнерская программа AdSense от компании Google

AdSense — это партнерская программа от компании Google, позволяющая владельцам сайтов и каналов YouTube получать доход от своих площадок. Суть этого сервиса такова: вы размещаете у себя на сайте рекламный блок, а за щелчки на этих блоках платит рекламодатель. Минимальная сумма выплат — $100, с выводом этих денег на банковскую карту.

Создание аккаунта AdSense

Чтобы создать аккаунт AdSense, перейдите на страницу **https://www.google.com/adsense/start** (рис. 19.1), нажмите там на кнопку **Начать работу**, войдите в свой аккаунт на Google (рис. 19.2) и укажите интернет-адрес (URL) сайта, на котором хотите показывать рекламу, а также заполните остальные параметры открывшегося окна **Информация перед началом работы**, как показано на рис. 19.3.

Приняв соглашение, нажмите на кнопку **Начать работу в AdSense** — откроется окно **Начало работы** (рис. 19.4), содержащее три раздела: **Платежи**, **Объявления** и **Сайты**, последовательно заходя в которые вы оформляете свое участие в работе с сервисом.

Так, в разделе **Платежи** вы заполняете информацию о себе.

В разделе **Объявления** (рис. 19.5) ваш сайт автоматически исследуется и на нем выбирается место, куда вам следует вставить рекламу от **AdSense**. Иными словами, Google сам ищет в нем лучшие места. Нажмите здесь на кнопку **Получить код**, скопируйте этот код из открывшегося окна (рис. 19.6), нажав в нем на кнопку **Скопировать код**, перейдите на своем сайте в редактор тем, вставьте скопированный код в заголовок своего сайта (рис. 19.7) и нажмите в консоли на кнопку **Обновить файл**. Работа с разделом **Объявления** завершается нажатием в нем на кнопку **Применить к сайту**.

В разделе **Сайты** можно запросить проверку своего сайта на соответствие требованиям сервиса AdSense (рис. 19.8). Проверка занимает несколько дней, но в некоторых слу-

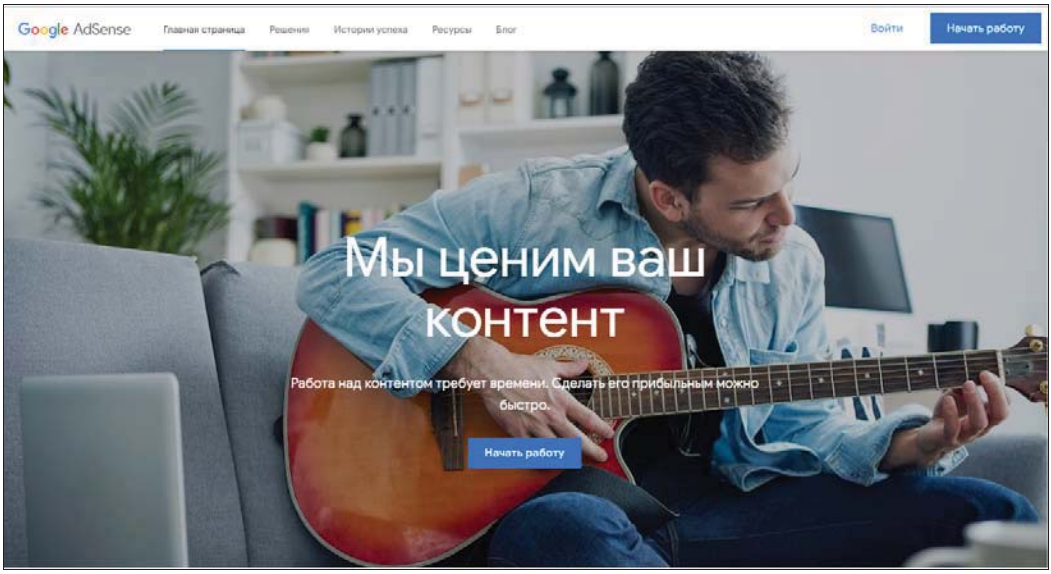


Рис. 19.1. Стартовая страница AdSense

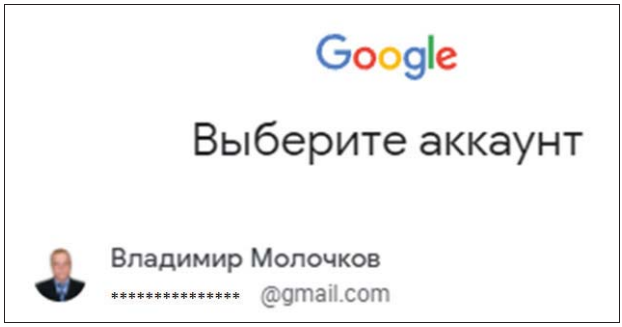


Рис. 19.2. Входим в свой аккаунт на Google

чаях может потребоваться от двух до четырех недель. Результат проверки можно узнать в разделе **Сайты** на главной странице AdSense (рис. 19.9).

Размещение объявлений AdSense

Когда ваш сайт пройдет модерацию (это примерно сутки), перейдите в разделе **Объявления** на вкладку **По рекламному блоку** (рис. 19.10), выберите для использования на своем сайте **Медийные объявления**, впишите в открывшееся окно (рис. 19.11) текст **Реклама для сайта**, отметьте варианты **Квадратные** и **Адаптивный** и нажмите на кнопку **Создать**. В результате откроется панель с кодом рекламы (рис. 19.12). Скопируйте этот код (листинг 19.1), нажав на кнопку **Скопировать код**, и вставьте его на своем сайте через **Виджеты** в блок **HTML** правого сайдбара — такую операцию мы выполняли уже неоднократно. Реклама должна появиться на сайте в течение часа — максимум до суток (рис. 19.13). А пока в окне с кодом (см. рис. 19.12) нажмите на кнопку **Готово**.

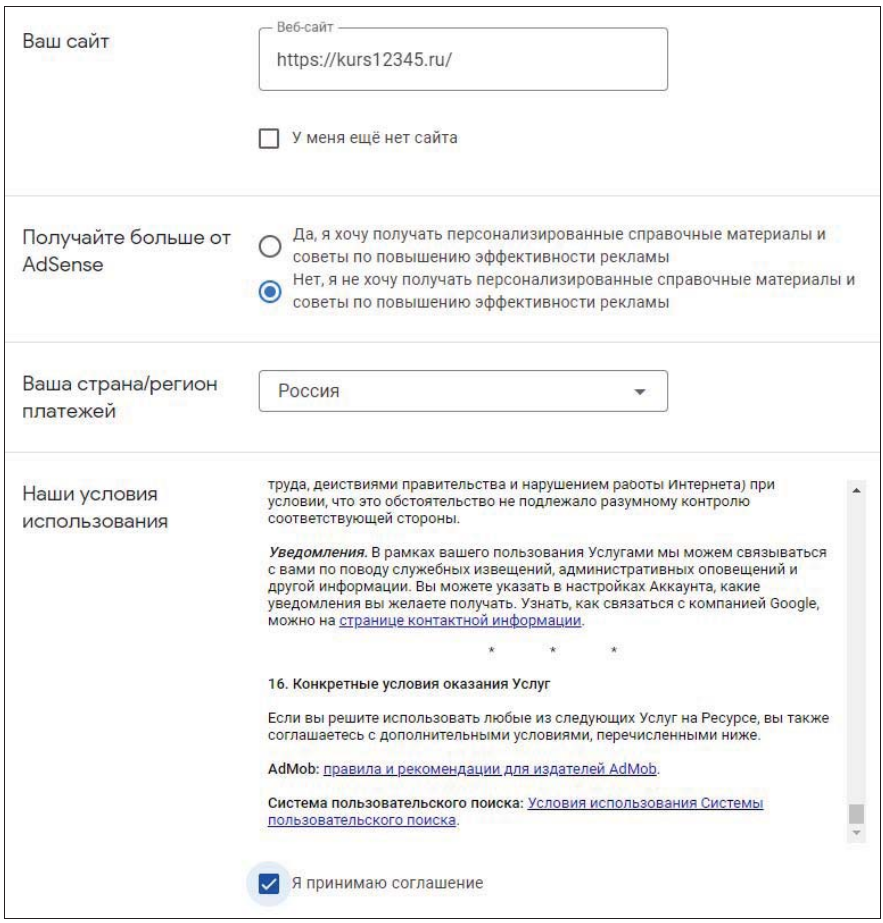


Рис. 19.3. Заполняем параметры окна **Информация перед началом работы**

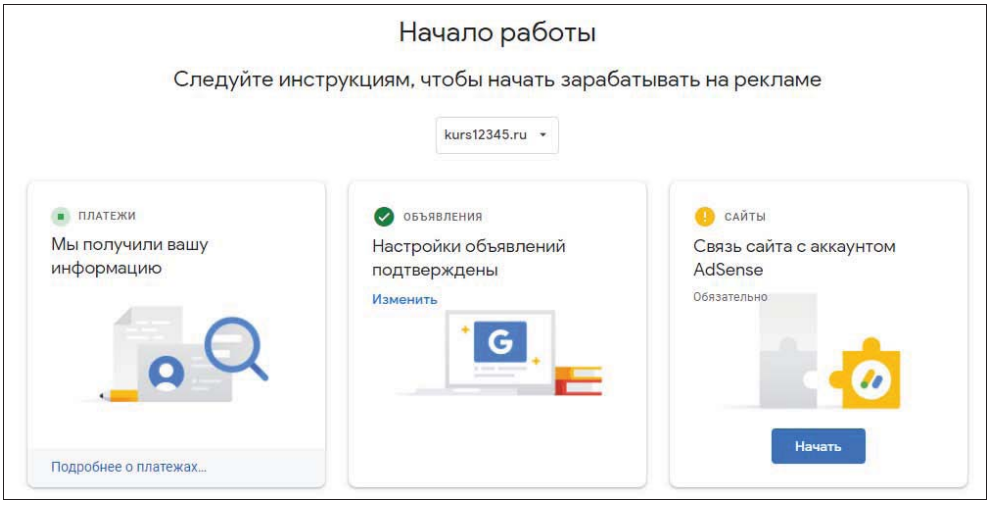


Рис. 19.4. В окне **Платежи** мы заполнили информацию о себе

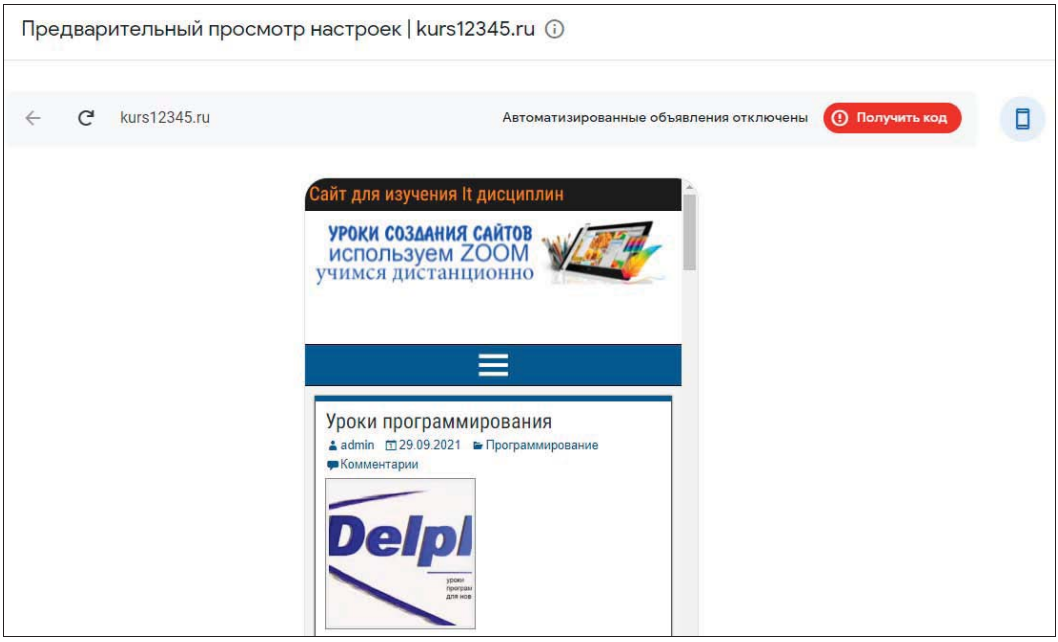


Рис. 19.5. Сервис выбрал страницу на площадке и предложил **Получить код**

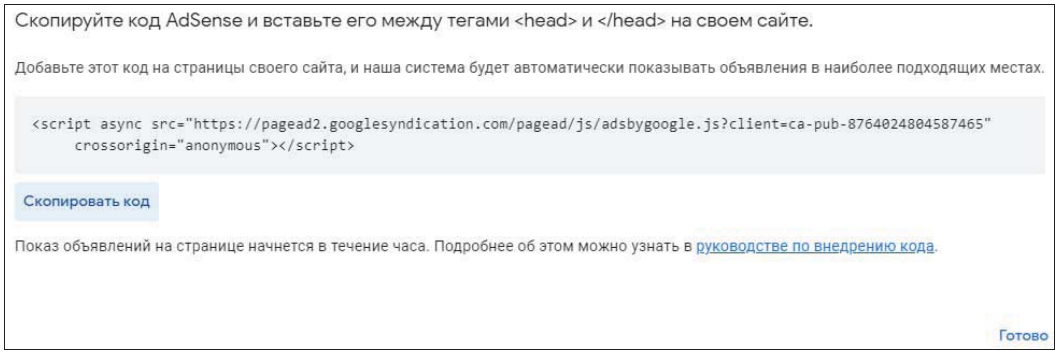


Рис. 19.6. AdSense предлагает вставить этот код в заголовок сайта



Рис. 19.7. Код вставлен в «голову» сайта

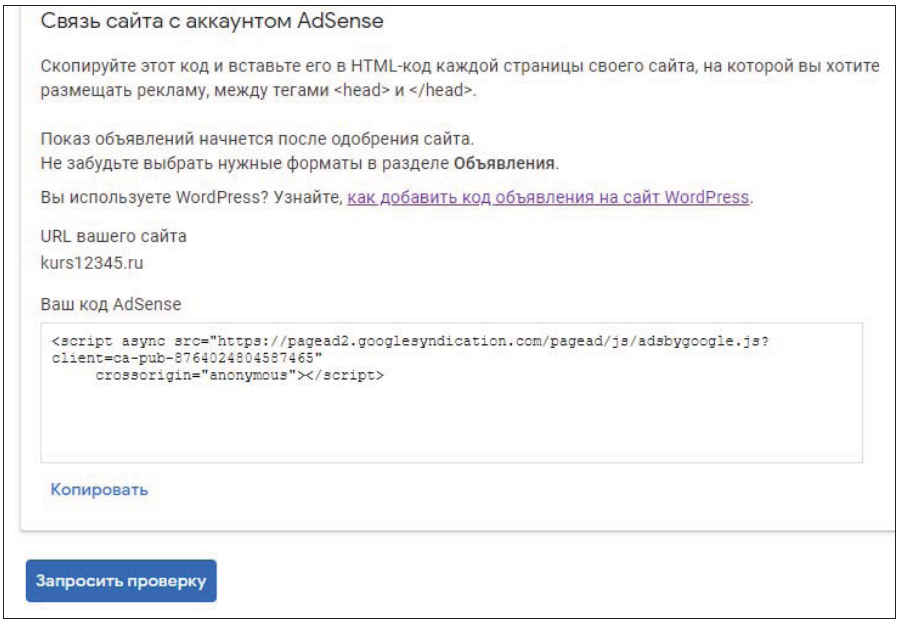


Рис. 19.8. Нажимаем здесь на кнопку **Запросить проверку**, чтобы проверить свой сайт на соответствие требованиям сервиса AdSense

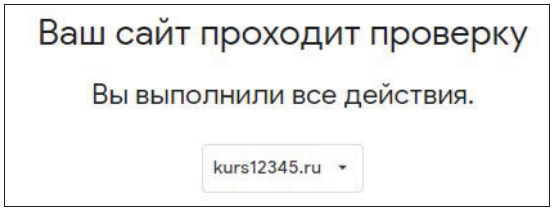


Рис. 19.9. Сайт на проверке

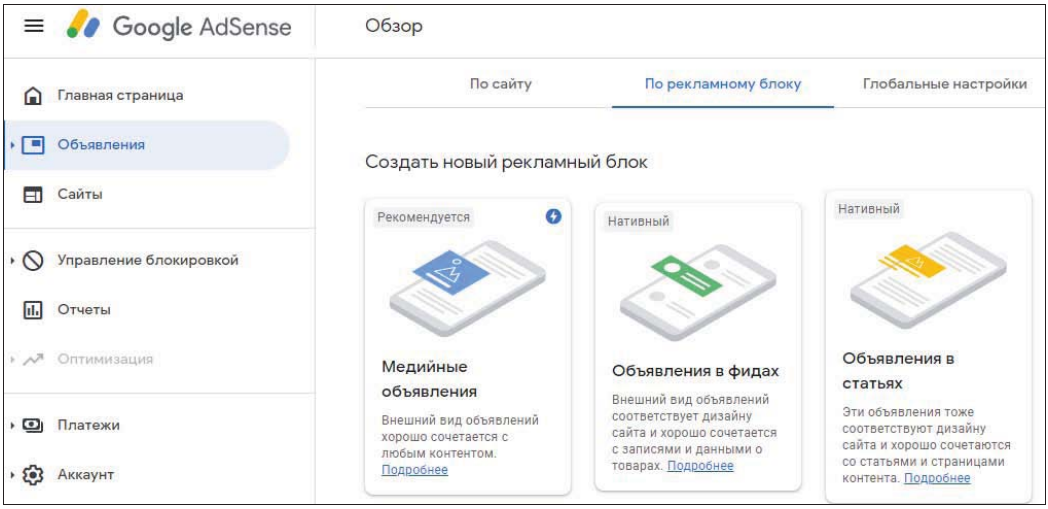


Рис. 19.10. Раздел **Объявления**: вкладка **По рекламному блоку**

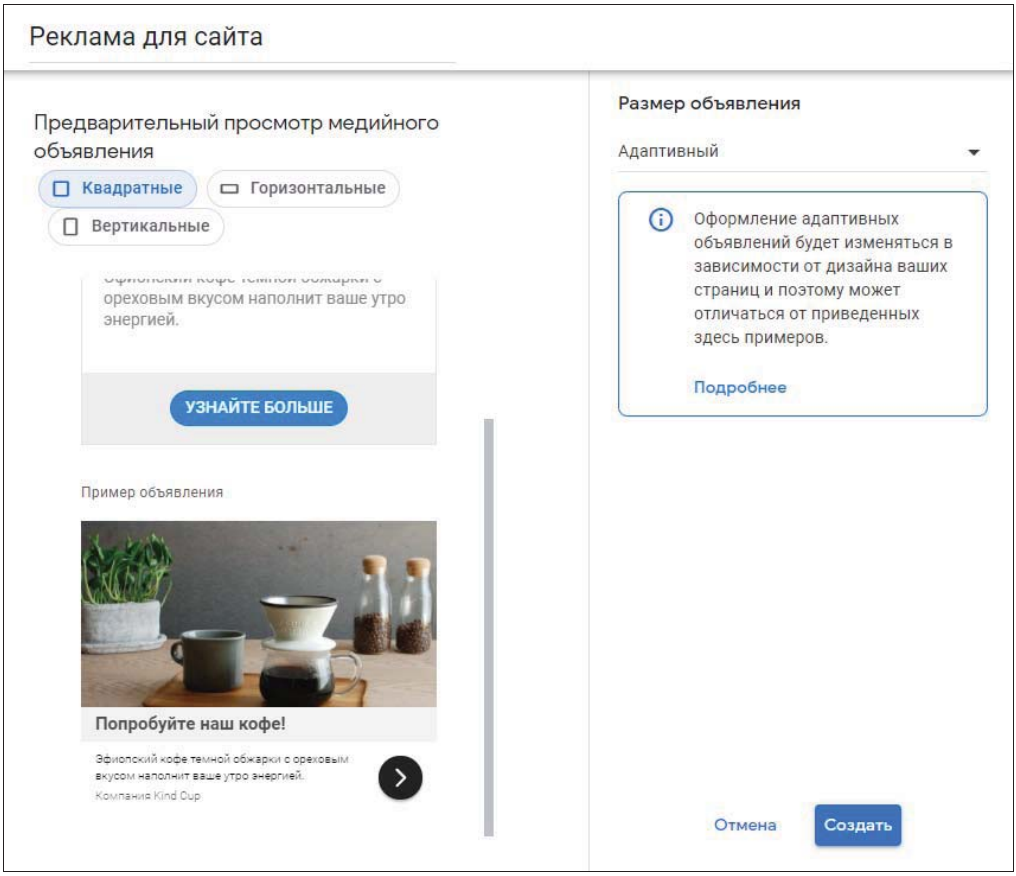


Рис. 19.11. Выбираем варианты рекламы для сайта

Листинг 19.1. Код для вставки рекламного блока на сайт

```
<script async src="https://pagead2.googlesyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js?client=
ca-pub-8764024804587465"
  crossorigin="anonymous"></script>
<!-- Реклама для сайта -->
<ins class="adsbygoogle"
  style="display:block"
  data-ad-client="ca-pub-8764024804587465"
  data-ad-slot="2239824061"
  data-ad-format="auto"
  data-full-width-responsive="true"></ins>
<script>
  (adsbygoogle = window.adsbygoogle || []).push({});
</script>
```

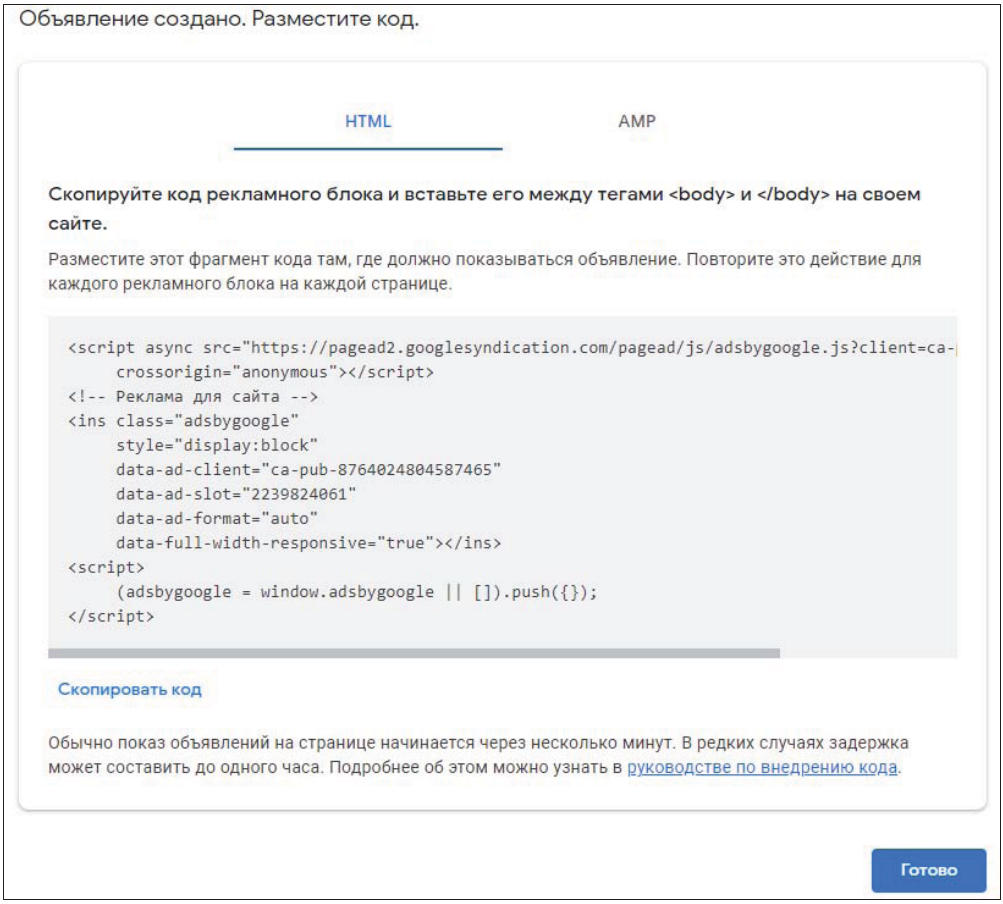


Рис. 19.12. Код созданного рекламного объявления

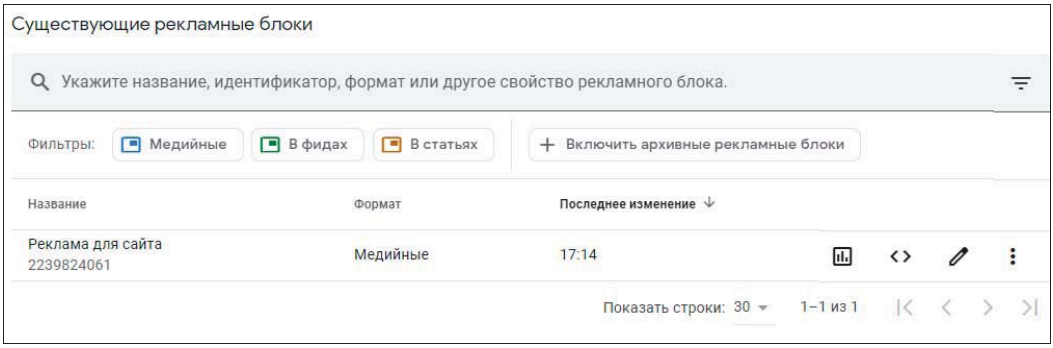


Рис. 19.13. Окно **Существующие рекламные блоки**

Теперь попробуем добавить рекламный блок **ПОД** статьей. Для этого объявление должно быть горизонтальным. Выберите на вкладке **По рекламному блоку** раздела **Объявления** вариант **Горизонтальные** (рис. 19.14), нажмите на кнопку **Создать**, скопируйте предложенный код, выполните в консоли сайта команду **Настройки | Header and Footer | Posts** и вставьте этот код *после* поста — в раздел **After the post content** (рис. 19.15). Разумеется, по желанию вы могли бы вставить его и *перед* (**Before**) постом. Нажмите на кнопку **Сохранить**, и объявление появится на сайте в срок от одного часа до суток.

Совет

Сайт не должен быть весь «забит» рекламой. Допустимо размещение только трех-четырех блоков.

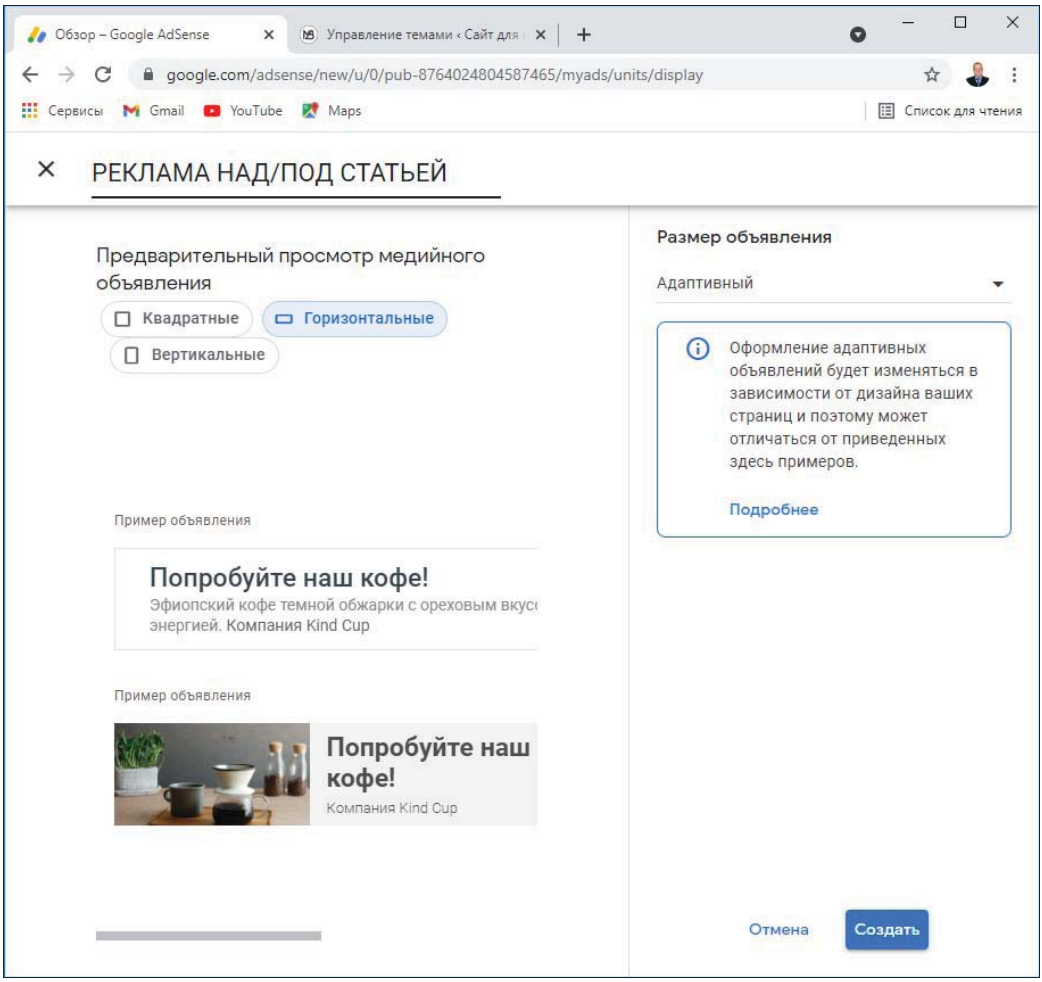


Рис. 19.14. Горизонтальное медийное объявление

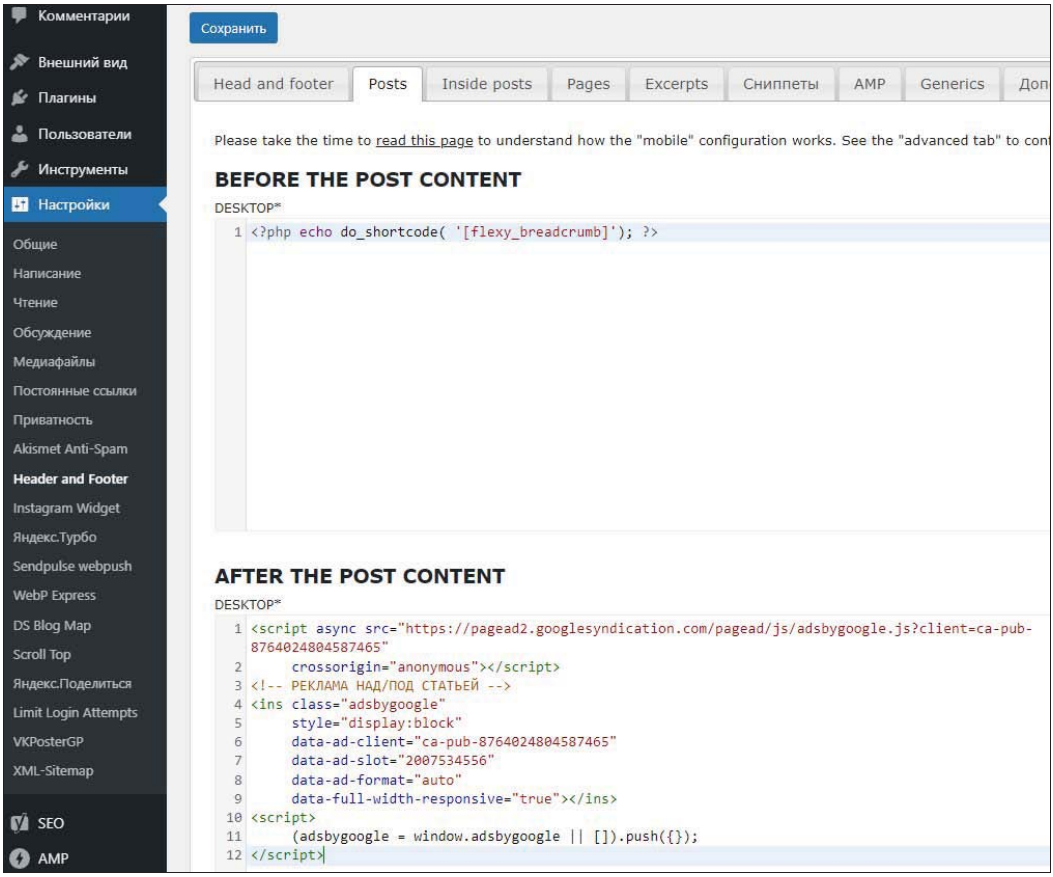


Рис. 19.15. Вставляем код рекламного блока под статьей

Связываем аккаунт AdSense с сайтом WordPress: плагин *Site Kit*

В предыдущем разделе был описан принцип работы сервиса AdSense с любым сайтом, в том числе и с сайтом WP. Однако если ваш сайт выполнен на WP, то существует и другое решение. В первую очередь вам нужно будет связать свой сайт с AdSense. Для этого следует воспользоваться плагином **Site Kit by Google** (рис. 19.16). Он позволяет связать сайт WordPress с аккаунтом AdSense и разместить код AdSense на всех страницах сайта, чтобы реклама показывалась не вручную, а автоматически. Также на сайте можно будет смотреть обобщенную статистику.

Установив и активировав плагин, нажмите на кнопку **Начать установку** (рис. 19.17). Плагин предложит вам войти через Google (рис. 19.18) — нажмите здесь на кнопку **Sign in with Google** и выберите свой аккаунт в Google для перехода в **Site Kit** (рис. 19.19). В следующем окне (рис. 19.20) нужно активировать два имеющихся там флажка, иначе работа с приложением прервется, и далее разрешить доступ приложения к своему сайту, нажав на кнопку **Allow** (рис. 19.21).

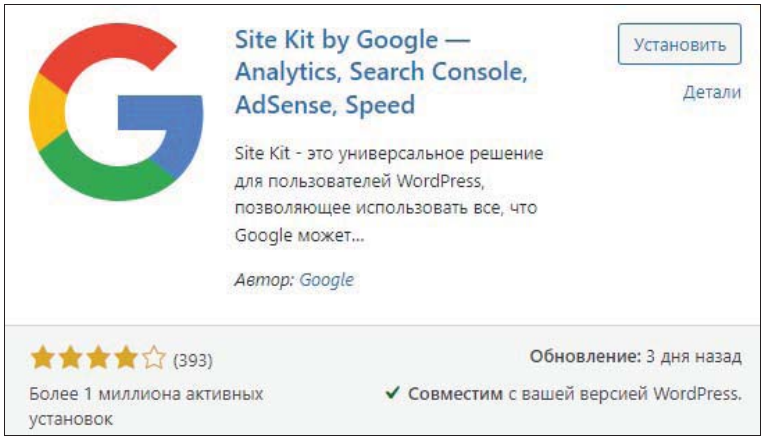


Рис. 19.16. Плагин **Site Kit by Google**

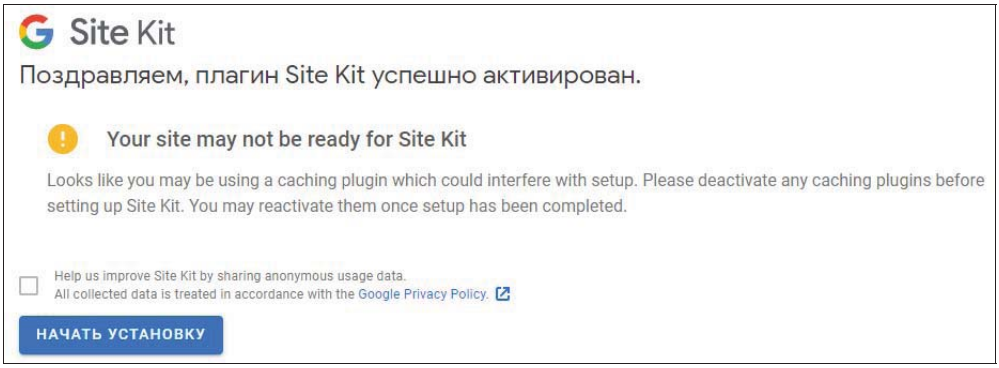


Рис. 19.17. Начало работы с плагином **Site Kit**

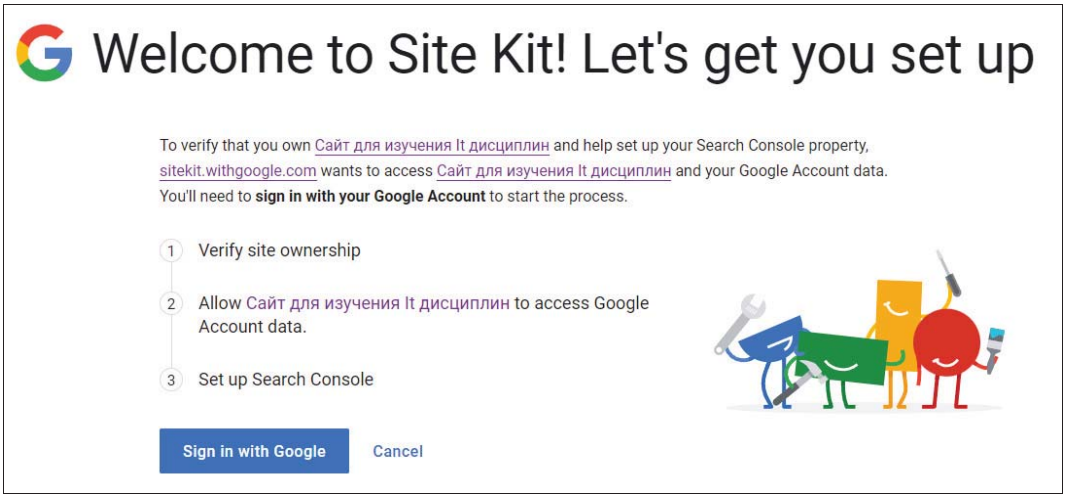


Рис. 19.18. Нажимаем здесь на кнопку **Sign in with Google** (Войти через Google)

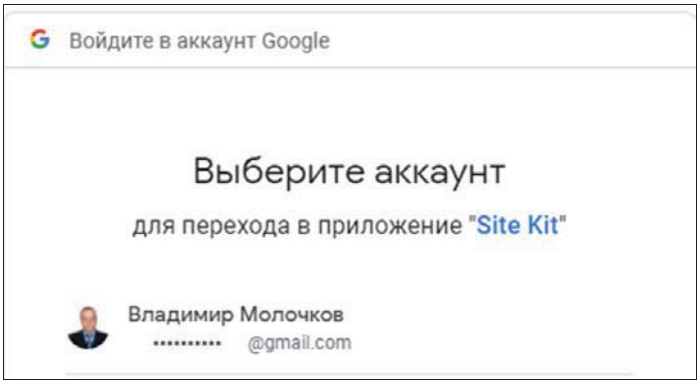


Рис. 19.19. Выбираем свой аккаунт в Google для перехода в **Site Kit**

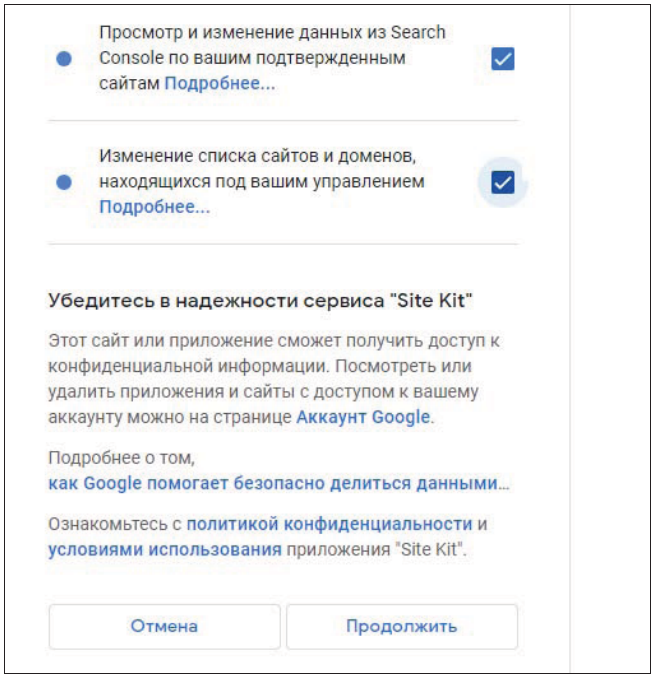


Рис. 19.20. Устанавливаем флажки и нажимаем **Продолжить**

Нажмите в следующем окне (рис. 19.22) на кнопку **Go to my** Dashboard (Перейдите на мою панель управления), и в консоли сайта появится сообщение о завершении настройки плагина (рис. 19.23). Перейдите в окне этого сообщения по относящейся к AdSense ссылке **Служба подключения**, и ваш сайт отправится на модерацию — проверку его на соответствие требованиям сервиса AdSense (рис. 19.24). Когда ваш сайт пройдет модерацию, начнется показ рекламных объявлений.

Выплаты за рекламу можно будет получать в разделе **Платежи**, когда сумма вашего дохода превысит $100 (рис. 19.25).

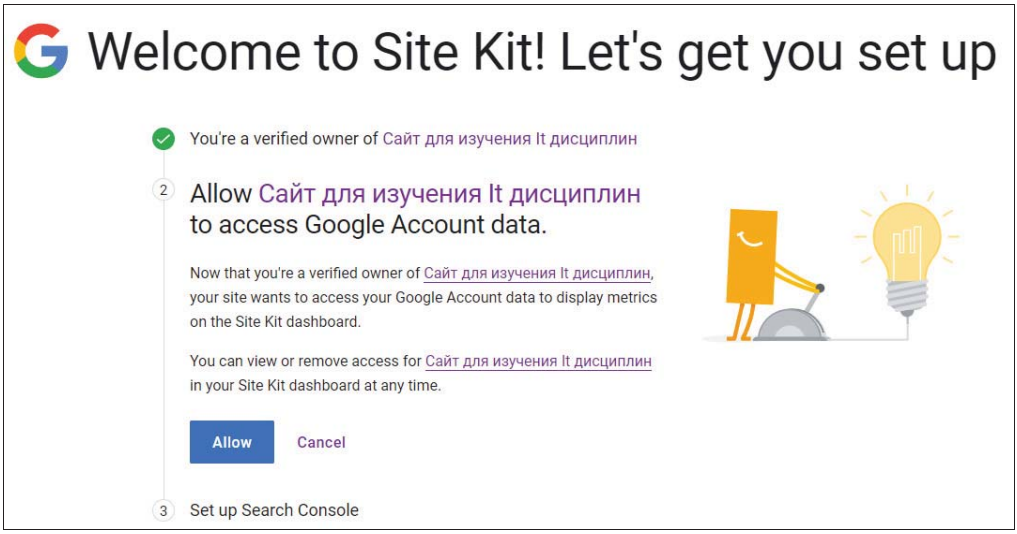


Рис. 19.21. Разрешаем приложению доступ к своему сайту, нажав на кнопку **Allow**

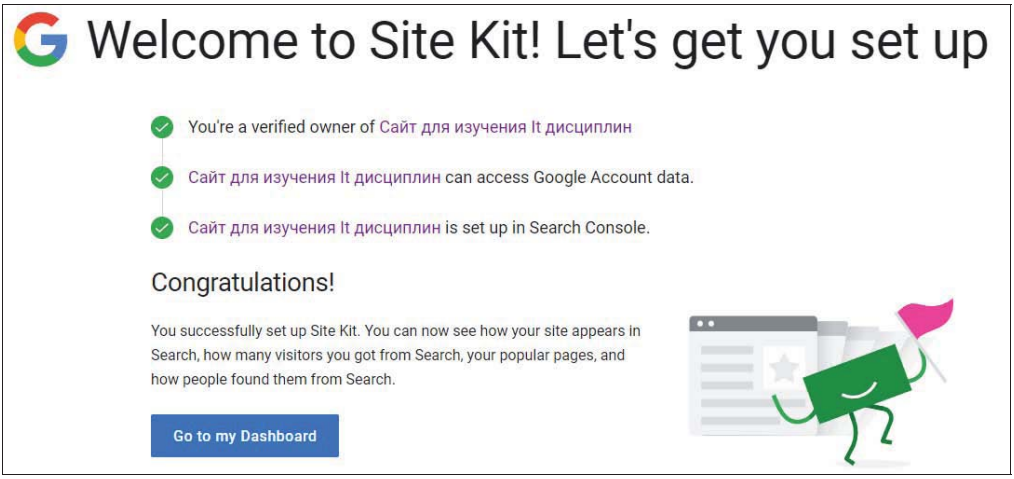


Рис. 19.22. Нажимаем на кнопку **Go to my Dashboard**

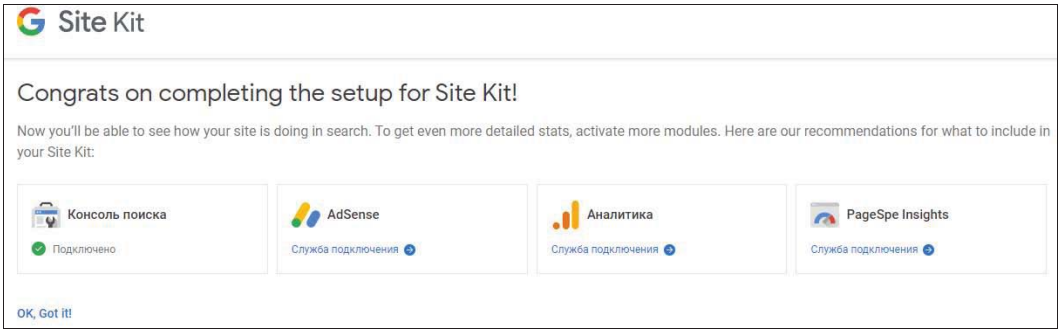


Рис. 19.23. Настройка плагина **Site Kit** завершена

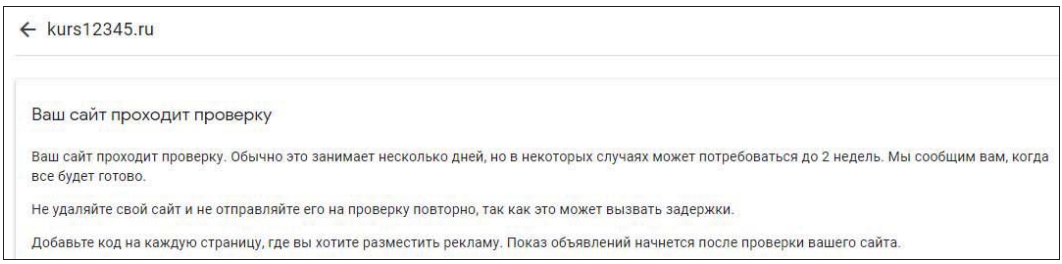


Рис. 19.24. Показ рекламы на вашем сайте начнется после его проверки на соответствие требованиям сервиса AdSense

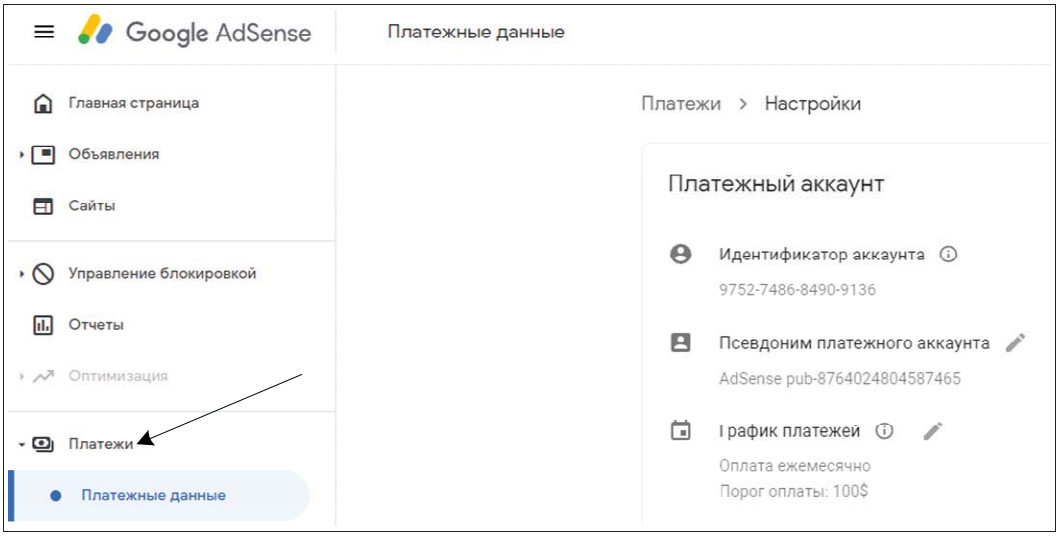


Рис. 19.25. Настройкой вывода платежей можно заняться здесь

Возможные проблемы

Возможные проблемы могут быть связаны в том числе и с неправильным использованием файла ads.txt (от *англ*. Authorized Digital Sellers — Авторизованные продавцы цифрового контента). Файл ads.txt позволяет веб-мастерам указать авторизованных продавцов своего рекламного товара — например, того же AdSense. Иными словами, с помощью файла ads.txt вы можете указывать, кому разрешено давать рекламу на вашем сайте. И если вы не будете использовать файл ads.txt, то на вашем аккаунте AdSense появится такое оповещение (рис. 19.26, *верхняя стрелка*).

Для решения проблемы войдите в свой аккаунт на AdSense, перейдите в раздел **Сайты** и нажмите на кнопку **Загрузка** (рис. 19.26, *нижняя стрелка*) — файл ads.txt будет скачан на ваш ПК. После этого на своем хостинге перейдите в файловый менеджер и загрузите файл ads.txt в корневой каталог своего сайта. Если при переходе в веб-браузере по интернет-адресу (URL) файла ads.txt (для моего сайта: **https://kurs12345.ru/ads.txt**) вы видите содержимое этого файла (рис. 19.27), то он опубликован правильно.

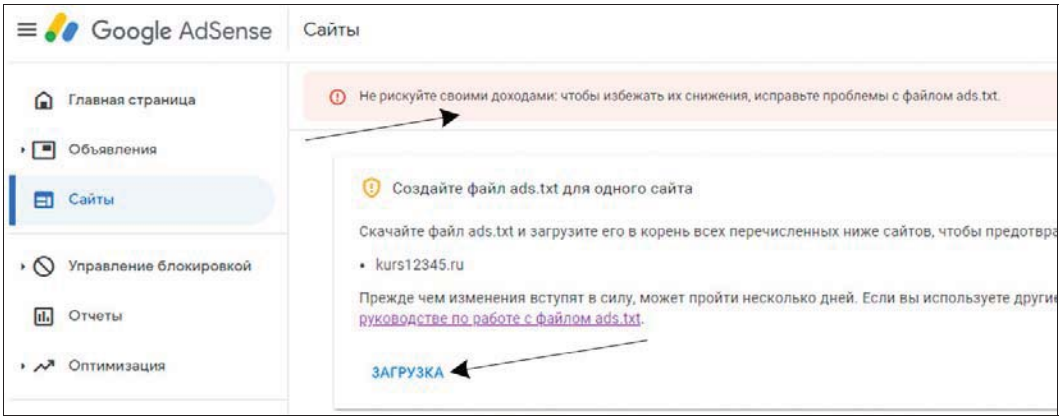


Рис. 19.26. Оповещение о наличии проблем с файлом ads.txt (нижняя стрелка показывает, как загрузить файл ads.txt на ваш ПК)

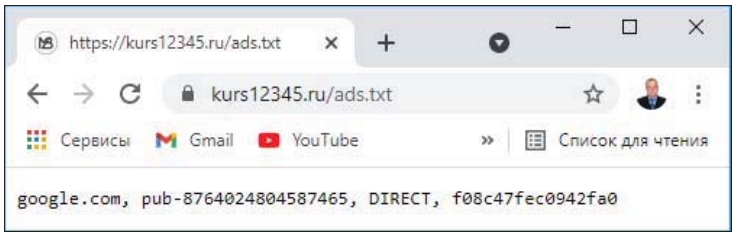


Рис. 19.27. Проблема решена

Примечание

Внесенные изменения могут отразиться в аккаунте AdSense только через несколько дней, а иногда это может занять до одного месяца.

Сервис Glopart

В этом разделе мы узнаем, как на своем сайте продавать товар или услугу. Эта работа будет состоять из двух шагов.

Шаг 1: создаем на сайте страницу товара или услуги

Создайте страницу для продажи товара. В роли товара может выступать у художника картина, у мастера по бересте — сувенир, а у меня это будет электронная версия одной из моих книг (рис. 19.28) На моем сайте она расположена по адресу



Рис. 19.28. Создаем в консоли такую страницу



Рис. 19.29. Страница товара создана

https://kurs12345.ru/kupit-moyu-knigu/. Отредактируйте созданную страницу и сохраните ее (рис. 19.29).

Шаг 2: подключаем сервис для приема оплаты на сайте

Перейдите на сайт сервиса по адресу **https://glopart.ru** (рис. 19.30) и сначала зайдите в раздел **Продавцам | Цены** (рис. 19.31) — здесь вы сможете ознакомиться с ценовой политикой сервиса. Как можно видеть, здесь есть бесплатный тариф (**Начало**) и три платных тарифа с разными степенями охвата услугами и ценами за них. Обратите внимание: суммы на платных тарифах — это не абонентская плата, а разовые платежи, после которых тарифом можно пользоваться пожизненно.

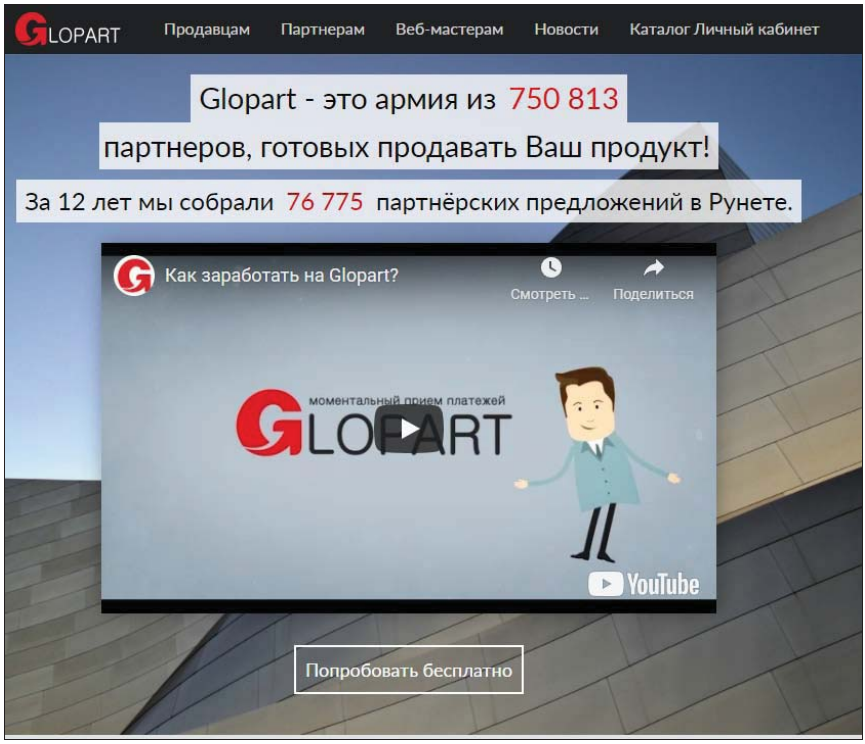


Рис. 19.30. Главная страница сервиса Glopart

	НАЧАЛО	ЛАЙТ	СТАНДАРТ	ПРЕМИУМ
Количество товаров	1	3	5	неограничено
Промо-акции	2	5	10	неограничено
Списки покупателей	2	5	10	неограничено
Макс. цена продукта	3000 руб.	6000 руб.	9000 руб.	30 000 руб.
Кол-во новых диалогов	5 в день	10 в день	20 в день	неограничено
Хранилище	10 Мб	20 МБ	50 Мб	200 Мб **
Партнеры	неограничено	неограничено	неограничено	неограничено
Продвижение	неограничено	неограничено	неограничено	неограничено
Статистика	неограничено	неограничено	неограничено	неограничено
Стоимость	**бесплатно**	500 руб. ***	1500 руб. ***	2900 руб. ***
	Попробовать	Купить	Купить	Купить

Рис. 19.31. Ценовая политика сервиса Glopart

Если вас все здесь устраивает, выполните на главной странице сервиса (см. рис. 19.30) команду **Личный кабинет | Зарегистрироваться** и пройдите процедуру регистрации (рис. 19.32). В следующем окне подтвердите свое согласие с условиями пользовательского соглашения, и на вашу почту придет письмо с данными для подтверждения регистрации и входа в аккаунт.

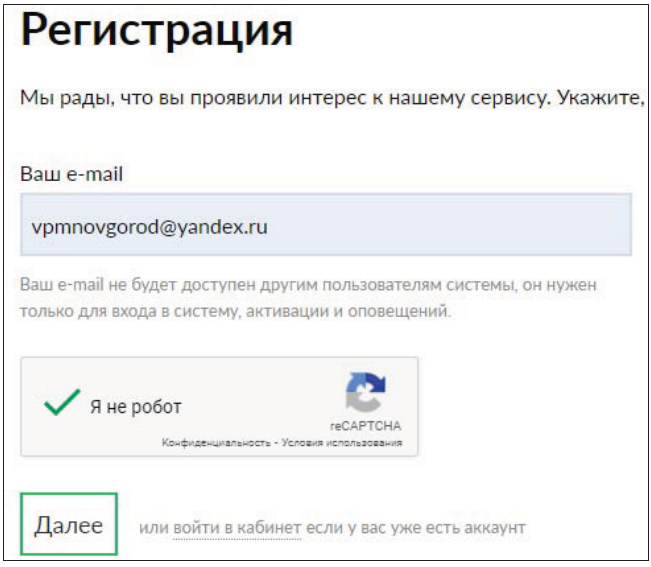


Рис. 19.32. Регистрация на сервисе Glopart

Войдите в аккаунт, выполните команду **Каталог | Мои товары | Добавить товар** и на открывшейся странице **Основные данные** начните заполнять информацию о своем товаре (рис. 19.33). Обратите внимание: в области **Описание для партнеров** приводится информация для ваших будущих партнеров — тех, кто захочет продавать ваш товар, т. е. посредников. На рис. 19.34–19.36 показаны последовательные стадии заполнения информации о товаре. Завершив заполнение, нажмите на кнопку **Сохранить**, и ваш товар будет отправлен на модерацию (рис. 19.37).

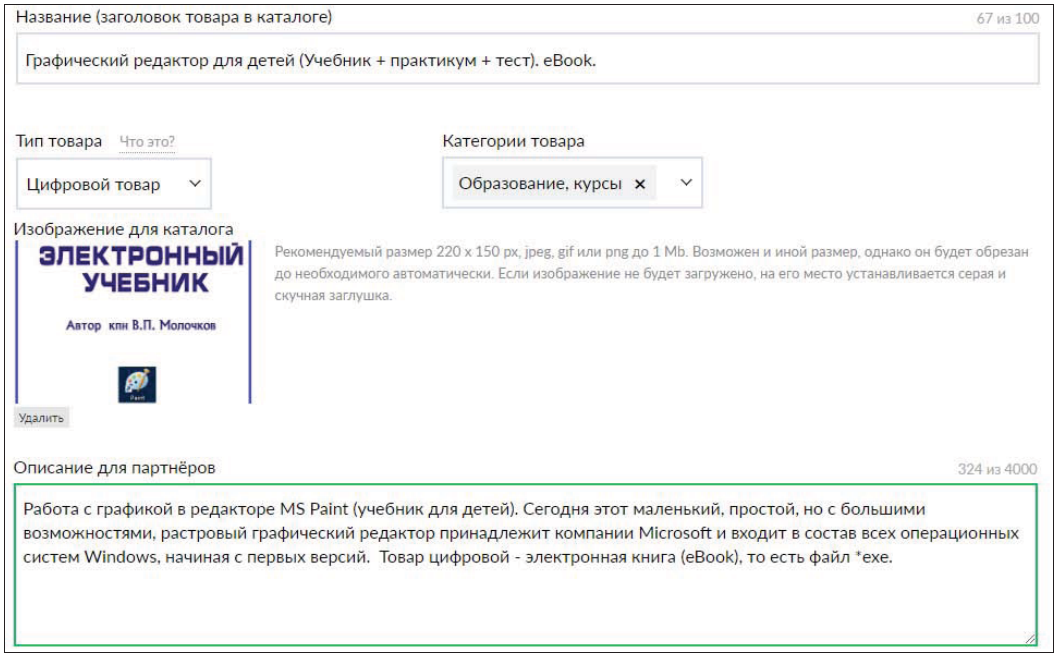


Рис. 19.33. Начинаем заполнять информацию о товаре

Информацию на странице **Основные данные** вы всегда сможете отредактировать, выполнив команду **Мои товары | Настройки | Настройки товара | Основные данные**.

Выполните теперь команду **Каталог | Мои товары** и скопируйте в буфер обмена ссылку на форму оплаты, перейдя по ссылке **Скопировать** (рис. 19.38, *нижняя стрелка*). Обратите также внимание: пока еще товар **Не проверен** (рис. 19.38, *верхняя стрелка*), но он также может быть **Заблокирован** или **Скрыт.**

Если ссылка на форму оплаты не видна, то нажмите в этом окне справа вверху на кнопку **Настройка товара**. Кстати, справа внизу есть чат, в котором вам могут помочь — например, если ваш товар заблокирован (рис. 19.39).

Ссылку на форму оплаты (т. е. адрес **https://glopart.ru/buy/205719**) вставьте на страницу сайта с товаром в блок **Кнопки** (рис. 19.40). Эту ссылку вы можете рекламировать на всех своих площадках в Интернете.

Ваш товар могут продавать партнеры, поэтому перейдите в окне, показанном на рис. 19.38, по ссылке **Настроить** в области **Ссылка на партнерскую страницу** (рис. 19.41) и настройте ее, как показано на рис. 19.42. Результат сохраните.

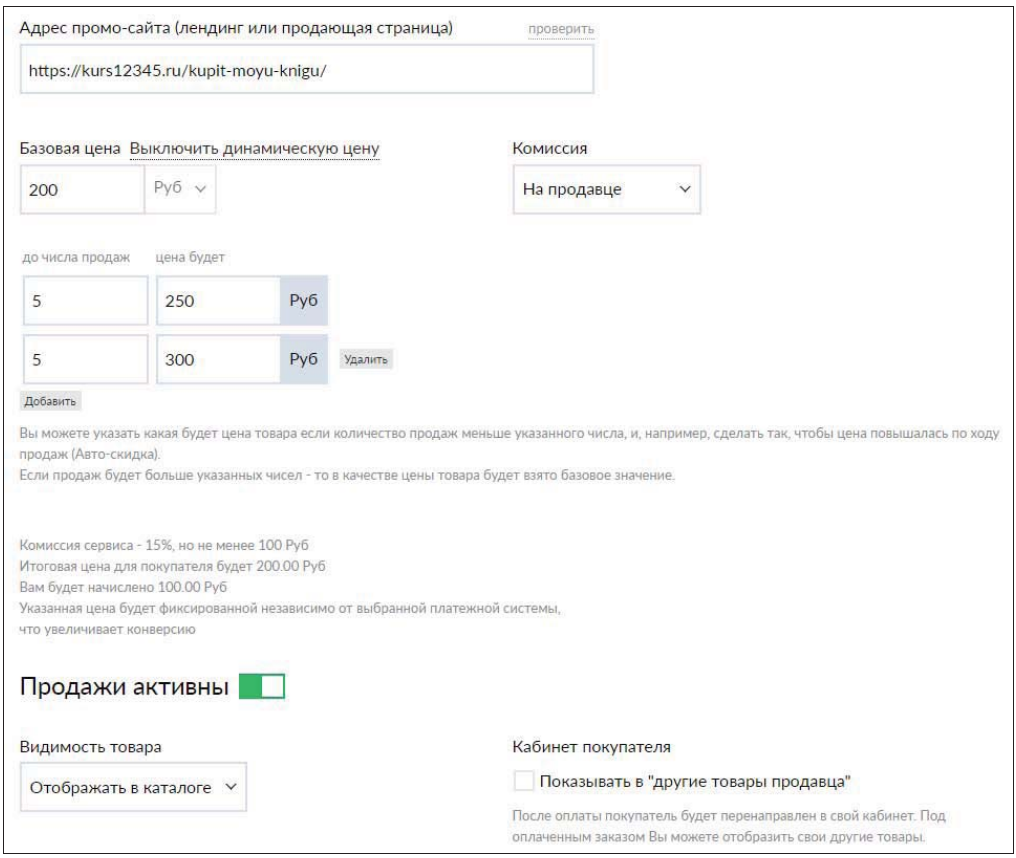


Рис. 19.34. Продолжаем заполнять информацию о товаре: включение здесь динамической цены позволит вам ступенчато повышать базовую цену на товар с ростом числа покупателей

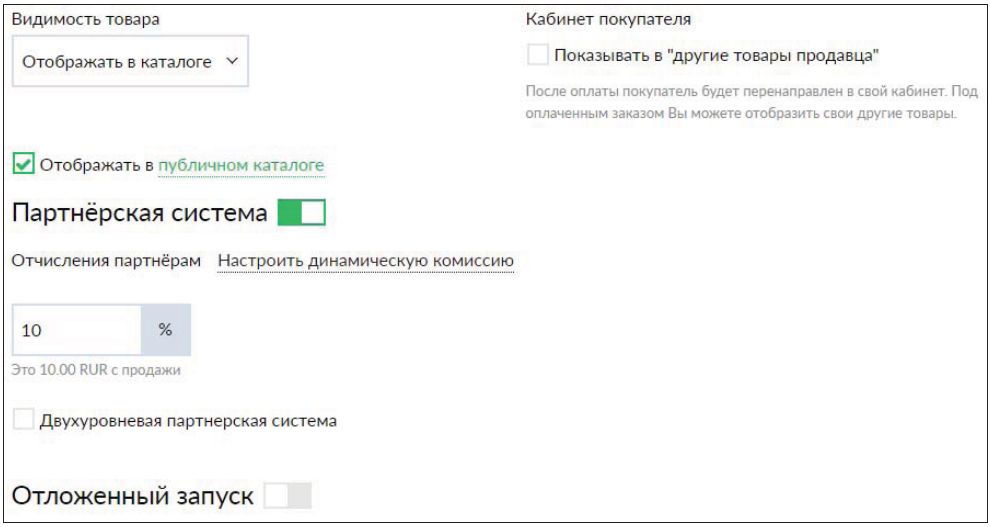


Рис. 19.35. Продолжаем заполнять информацию о товаре: активируем здесь флажок **Отображать в публичном каталоге**

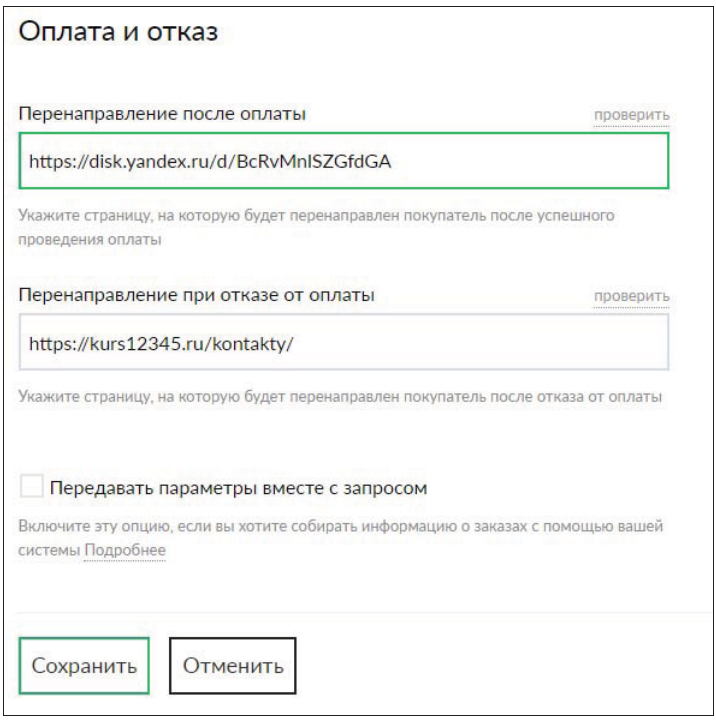


Рис. 19.36. Завершаем заполнение информации о товаре: в поле **Перенаправление после оплаты** указываем путь к диску для скачивания цифрового товара

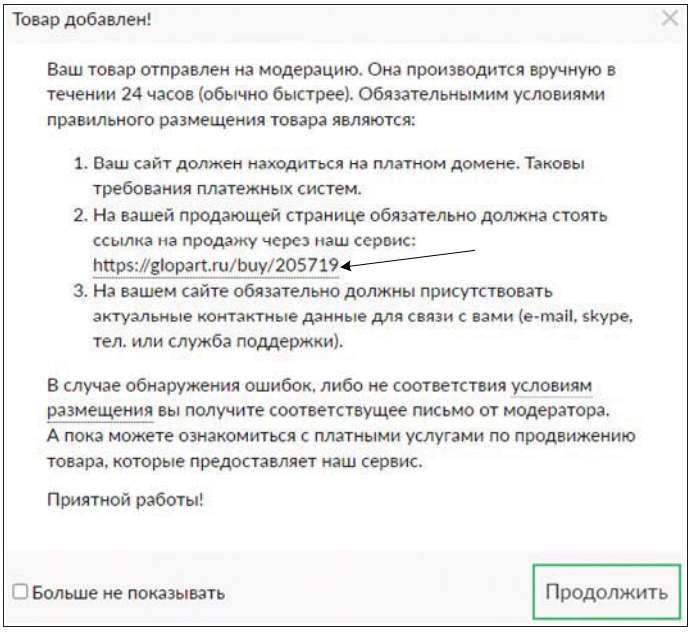


Рис. 19.37. Товар добавлен. Обратите внимание на показанную стрелкой ссылку — она нам в дальнейшем понадобится

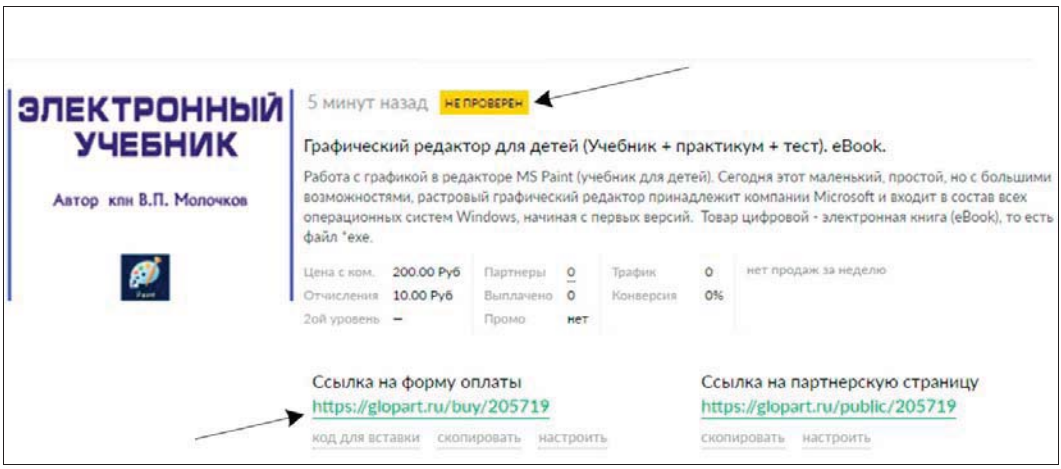


Рис. 19.38. Копируем ссылку на форму оплаты

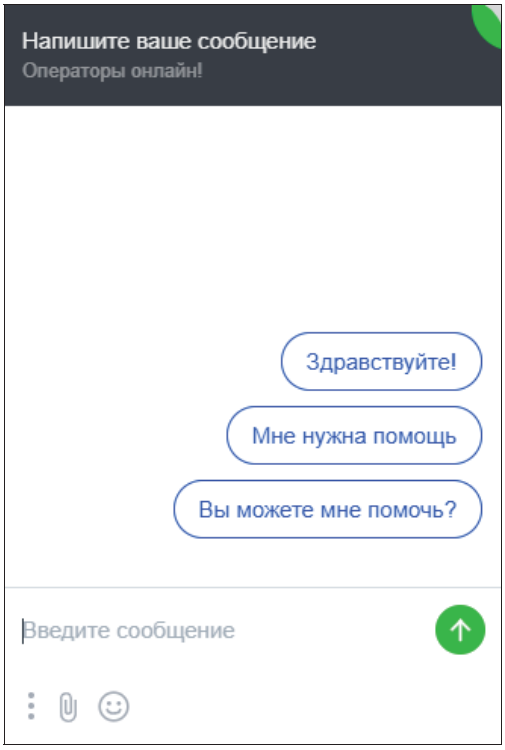


Рис. 19.39. Онлайн-чат

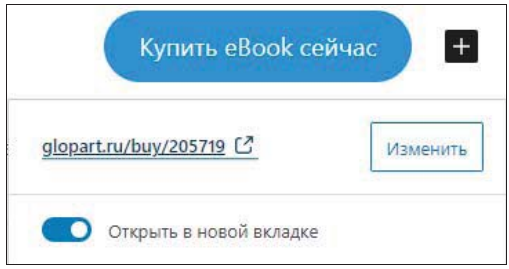


Рис. 19.40. Вставляем настраницу товара кнопку со ссылкой на форму оплаты

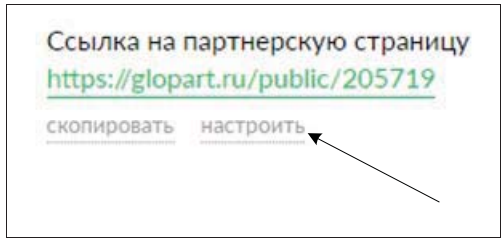


Рис. 19.41. Ссылка на партнерскую страницу

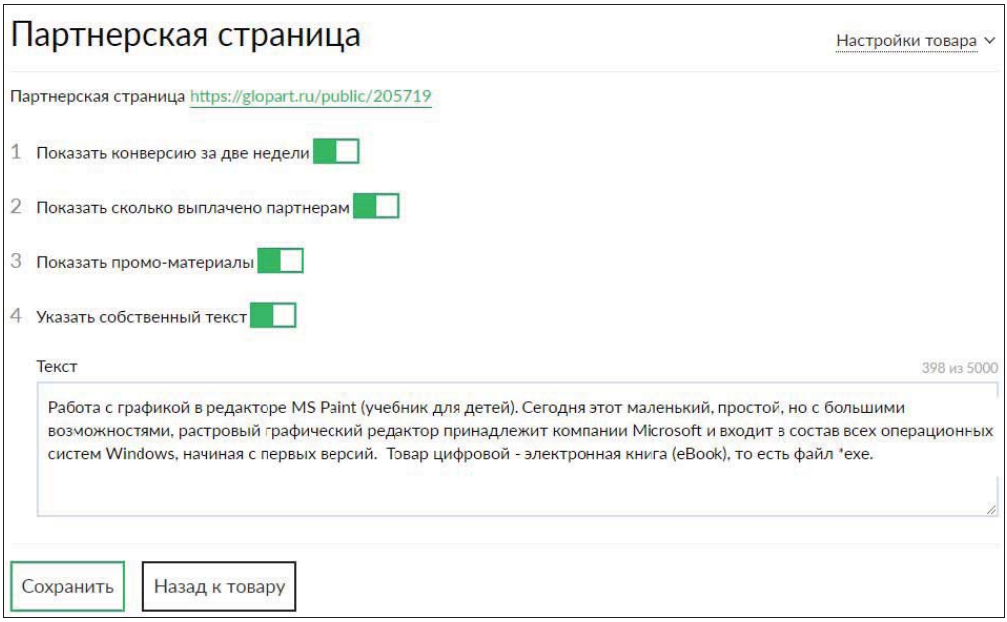


Рис. 19.42. Партнерская страница настроена

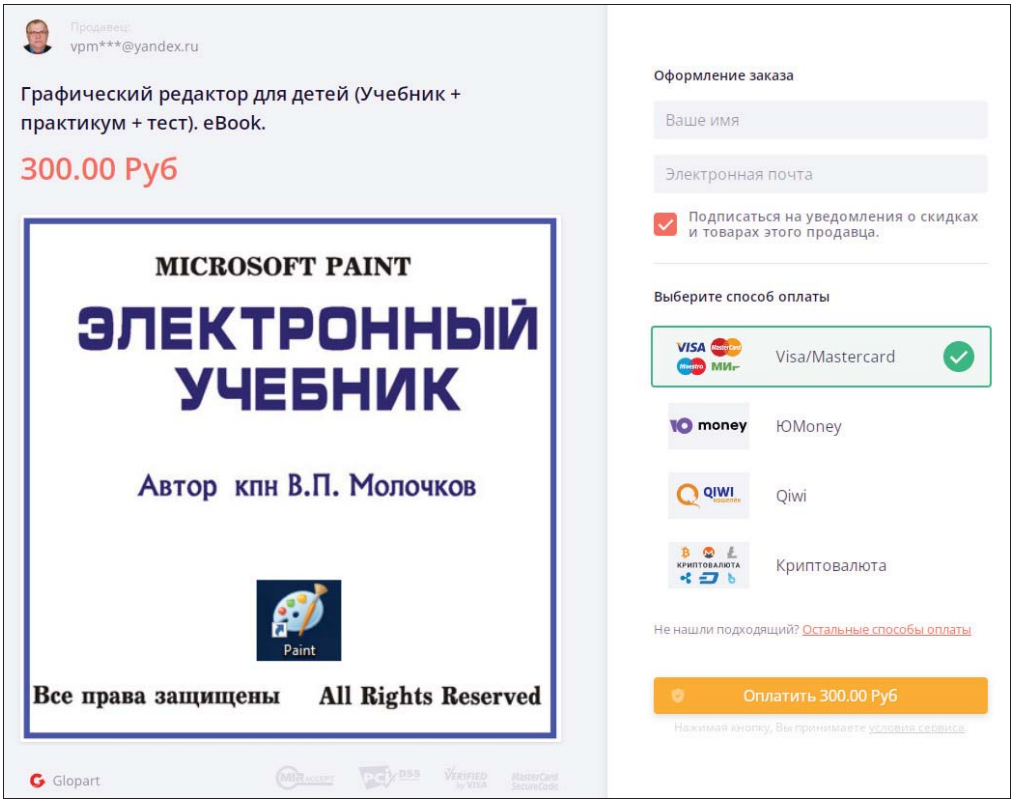


Рис. 19.43. Страница для оплаты товара

Когда ваш товар пройдет модерацию и будет разблокирован, нажмите на созданную вами кнопку на сайте, чтобы убедиться в ее правильной работе (рис. 19.43). Как можно видеть (рис. 19.44), кнопка **Купить eBook сейчас** работает, и товар можно продавать.

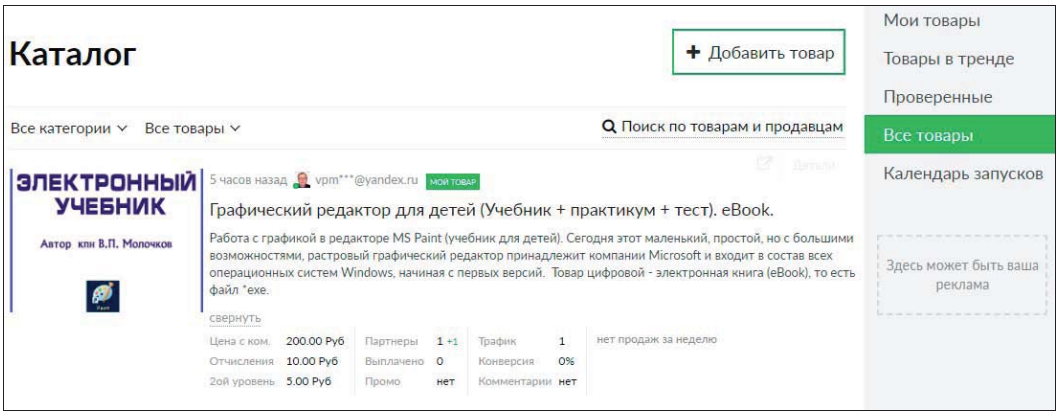


Рис. 19.44. Товар в каталоге — его продажи начались

Страница с предложением рекламодателям

Здесь мы рассмотрим еще один способ монетизации сайта — сделаем на нашем сайте страницу с предложением разместить на нем рекламу и назовем ее **Предложение рекламодателям** (рис. 19.45).

Вот примерный шаблон такого предложения:

> Предлагаю рекламодателям разместить рекламу на моём сайте. Принимаются ссылки, ведущие на ваши сайты IT-тематики. Мой сайт регулярно пополняется новым контентом и имеет посещаемость 50 человек в сутки. Доступ к статистике на Яндекс.Метрике по запросу.
>
> Формы сотрудничества могут быть следующие:
>
> 1. Постоянная ссылка в начале статьи — 100 рублей, в конце статьи — 50 рублей.
> 2. Баннер в боковой колонке (ширина до 300 пикселов, длина до 500 пикселов) — 150 рублей в месяц.
> 3. Баннер в начале статьи (ширина до 700 пикселов, длина до 200 пикселов) — 100 рублей в месяц, в конце статьи — 50 рублей в месяц.
>
> ***Примечание***
>
> Код баннеров предоставляет рекламодатель.
>
> 4. Постоянная публикация вашей рекламы с вашей ссылкой — 200 рублей (с написанием рекламной статьи + 200 рублей).
>
> ***Примечание***
>
> Ваши ссылки будут **открыты** для индексации.
>
> Оплата принимается следующими способами:
>
> 5. WebMoney.
> 6. Пластиковая карта.
>
> По вопросам сотрудничества пишите через **форму обратной связи** (этот текст мы сделаем ссылкой на вашу страницу **Контакты**).

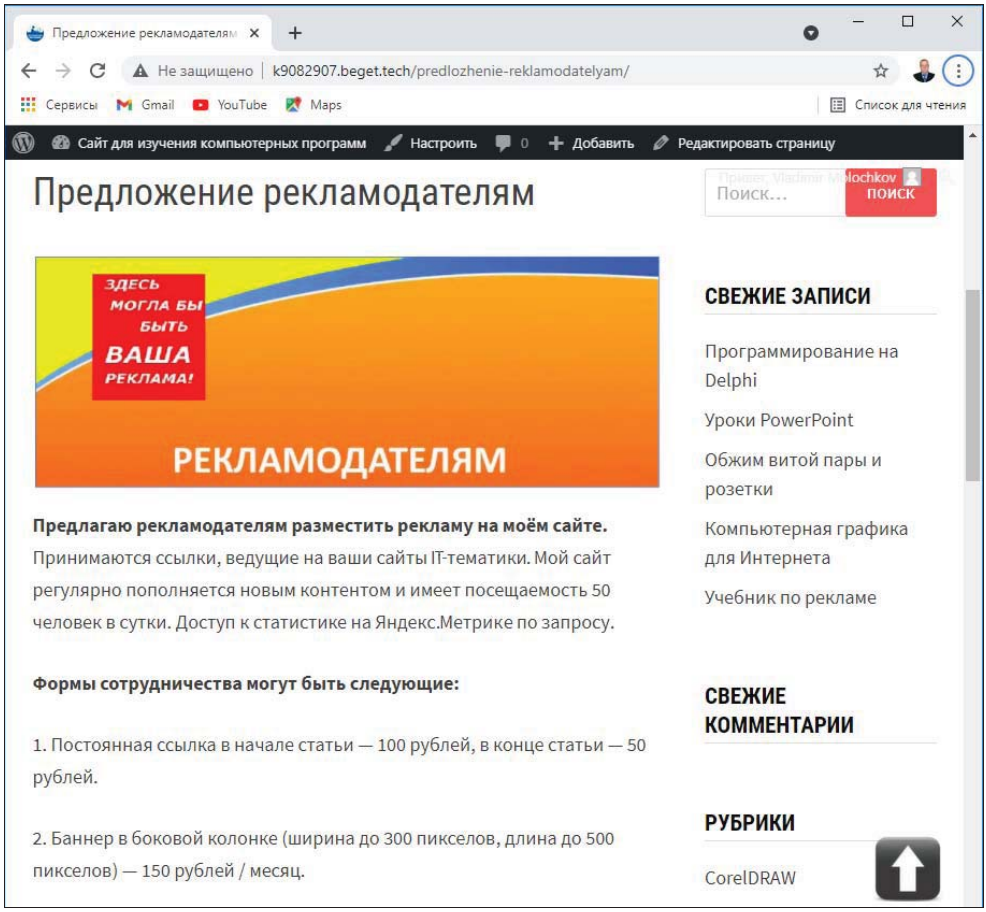


Рис. 19.45. Страница создана

По поводу открытых ссылок для рекламодателя

В поисковой машине Яндекса есть параметр ТИЦ (тематический индекс цитирования). Этот показатель учитывает ссылочный профиль сайта (количество ссылок, которые ведут на ваш сайт с других ресурсов). Чем больше ссылок с других сайтов на ваш сайт, тем лучше для вашего сайта. То есть чем больше сайтов ссылаются на ваш ресурс — тем выше к нему доверие со стороны поисковика, тем авторитетнее он для них.

А вот внешние ссылки с вашего сайта на другие сайты дают обратный эффект. Дело в том, что каждая страница сайта имеет «вес». «Вес» страницы сайта — это некая условная величина, обозначающая степень качества страницы (ее авторитетность) для поисковиков. Если на какой-либо странице вашего сайта имеется внешняя ссылка на страницу другого сайта, то «вес» вашей страницы становится меньше. То есть внешние ссылки на вашем сайте негативно влияют на его продвижение из-за того, что «вес» со страниц вашего сайта передается другим сайтам, на которые вы ссылаетесь. Отсюда возникает необходимость скрывать на своем сайте ссылки на другие сайты. Многие веб-мастера это знают и закрывают внешние ссылки, чтобы «вес» страниц их сайтов не уменьшался. В частности, веб-мастера, работающие на WordPress, часто используют

плагин **WP No External Links**. Суть его работы в автоматическом закрытии внешних ссылок от индексации и их маскировке под внутренние ссылки.

Сервис BestChange

Если вы заработали на рекламе электронные деньги и их нужно превратить в деньги реальные, то имейте в виду, что самый выгодный курс обмена электронных денег на реальные с минимальными потерями на комиссии предлагает бесплатный интернет-сервис BestChange (рис. 19.46) — российская служба мониторинга обменников электронных денег на реальные. Иными словами, BestChange всегда предлагает актуальную информацию о курсах всех ведущих обменных пунктов электронных средств и помогает находить обменные пункты с самыми лучшими обменными курсами.

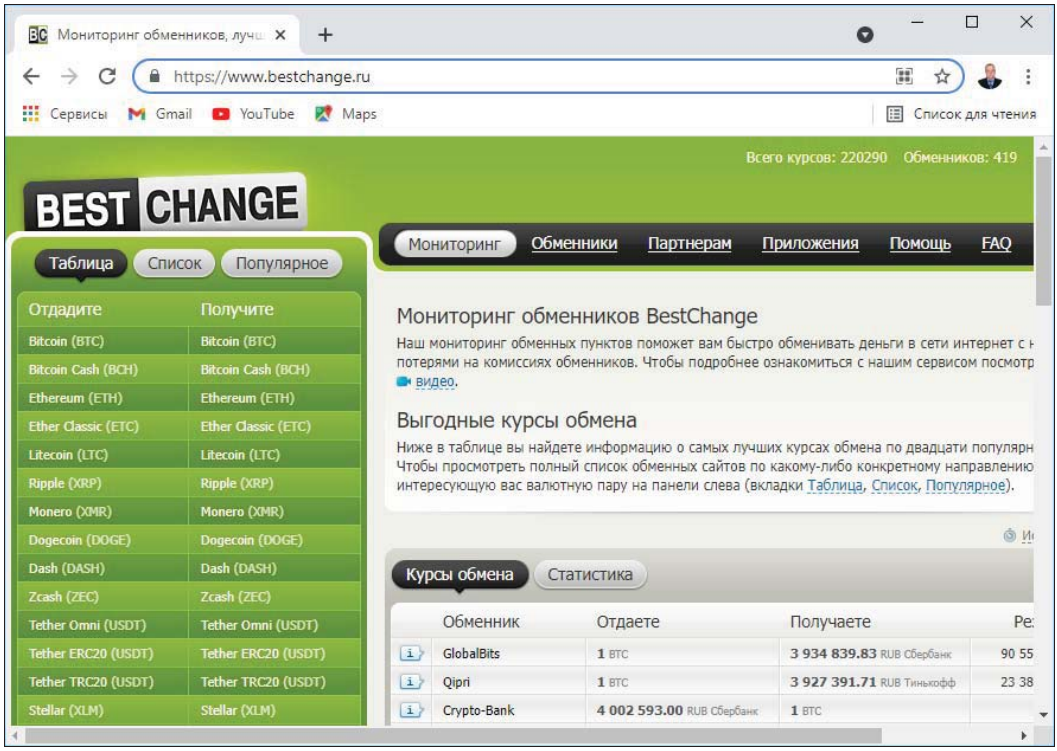


Рис. 19.46. Главное окно службы **BestChange**

Дело в том, что при монетизации сайта вы можете получать деньги из разных источников, а иметь много разных кошельков неудобно. Поэтому целесообразно все средства держать в одном месте — т. е. использовать сервис BestChange (**https://www.bestchange.ru/**). Он поможет вам разобраться, как менять деньги между кошельками и картами в онлайн-обменниках.

Чтобы воспользоваться этим сервисом, зайдите в него и в колонке слева выберите, откуда пришли деньги, которые у вас есть, а в колонке справа — куда их вывести (рис. 19.47). Затем выберите сайт, который совершит эту операцию. Наилучший курс

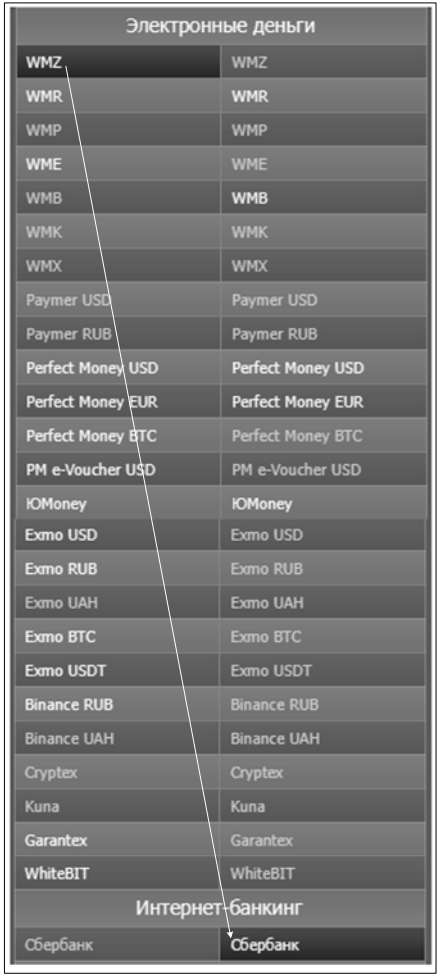


Рис. 19.47. В этом примере деньги в долларах (WMZ) выводятся через Сбербанк

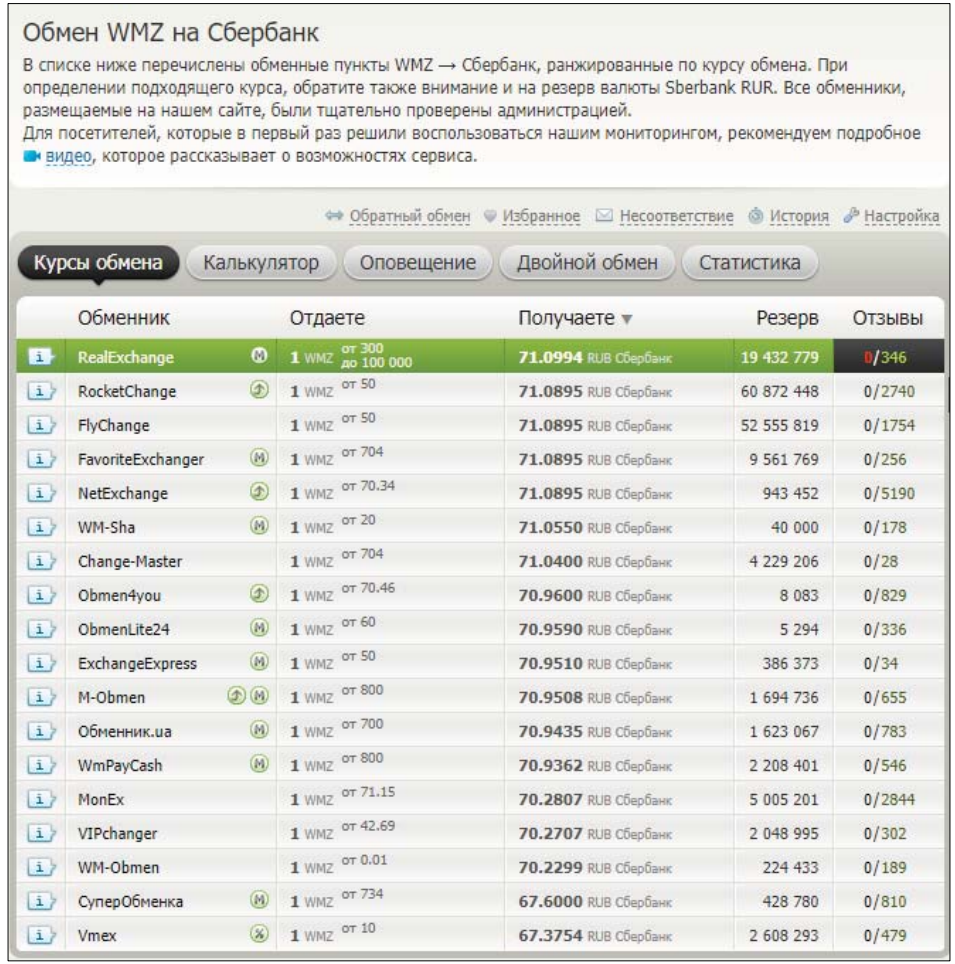


Рис. 19.48. Выбираем сайт для реализации операции обмена

обмена обеспечит верхний в списке сайт (рис. 19.48). Выбрав сайт, с которым решили работать, — например, **https://rocketchange.ru/** — перейдите на него (рис. 19.49).

> ***Совет***
>
> Не все обменники работают надежно. Поэтому, чтобы не потерять деньги, обменяйте сначала небольшую сумму. Если что-то пойдет не так — пишите в чат службы поддержки сервиса.

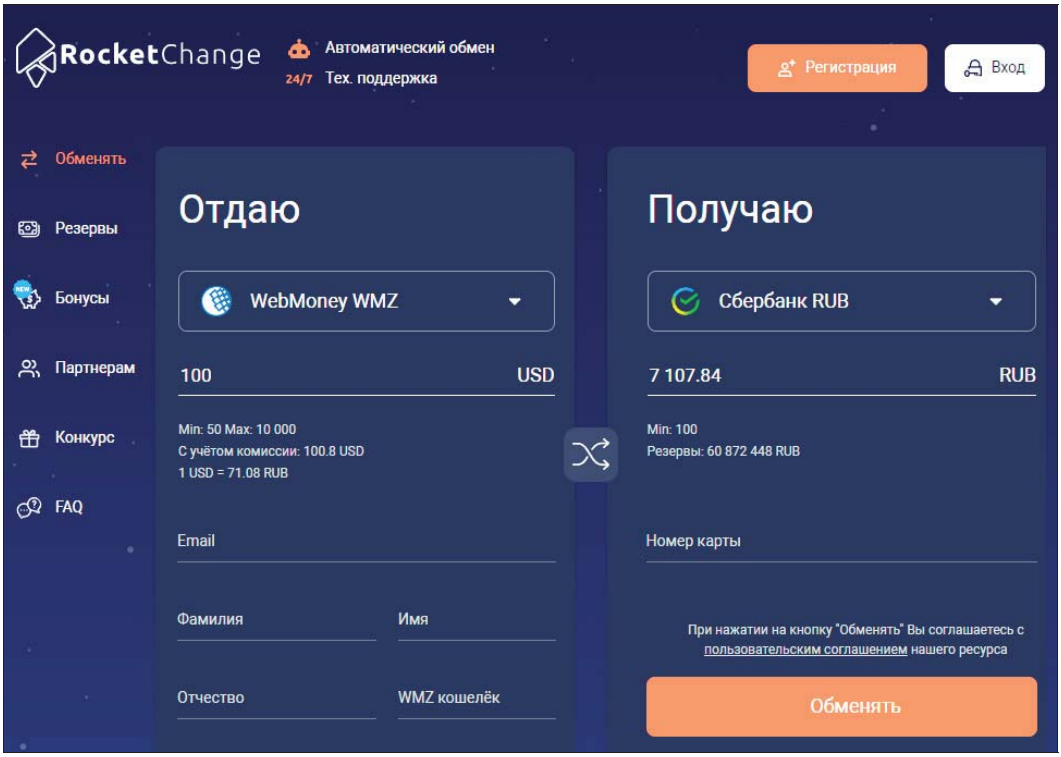


Рис. 19.49. За свои $100 здесь вы получите 7107,84 рубля (по курсу на момент подготовки книги)

Сервис Miralinks

Miralinks — инструмент статейного маркетинга. Суть статейного макретинга в том, что большая ссылочная масса на ваш сайт положительно влияет на его продвижение. Например, если вы будете делать комментарии на других сайтах и при этом оставлять ссылку на свой сайт, то поисковики будут реагировать на это как на увеличение ссылочной массы на ваш сайт.

А ссылки на этом сервисе можно и покупать, и продавать: получить ссылку и за ее публикацию на своем сайте заработать деньги или купить ссылку на свой сайт, чтобы ее опубликовали сторонние сайты, — таким образом можно увеличить узнаваемость вашего сайта в Сети.

Новый термин

Статейный маркетинг — продвижение сайта при помощи создания и распространения текстовых материалов, представляющих интерес для целевой аудитории сайта. При создании таких полезных статей в теле статьи должна присутствовать ссылка на ваш сайт.

Перейдите на сервис Miralinks (**https://www.miralinks.ru/**) и в нижней части его главной страницы (рис. 19.50) ознакомьтесь с требованиями к веб-мастеру (рис. 19.51).

В них есть ряд серьезных ограничений для новичков:

- страниц в индексе Яндекса и Google должно быть не менее 100. То есть на вашем сайте должно быть не менее 100 статей, и все они должны быть проиндексированы поисковыми машинами.

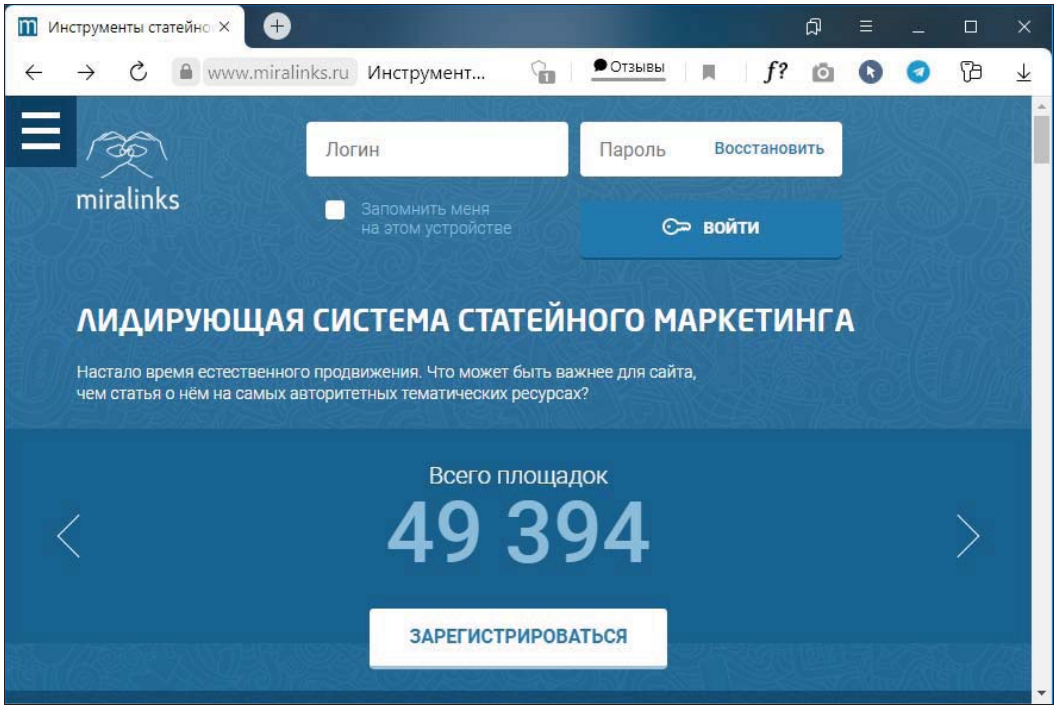


Рис. 19.50. Главная страница сервиса **Miralinks**

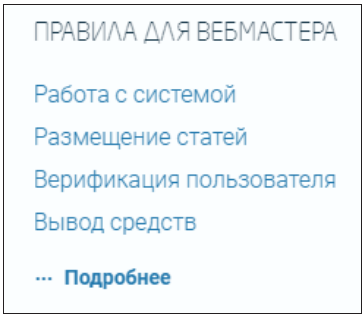


Рис. 19.51. Правила для веб-мастера сервиса Miralinks

- возраст вашего сайта — не менее 6 месяцев;
- посещаемость сайта — от 50 человек в сутки.

Для начала работы с сервисом зарегистрируйтесь на нем (рис. 19.52), выберите статус (рис. 19.53) и подтвердите регистрацию, перейдя по ссылке в письме, пришедшем на вашу почту (рис. 19.54).

Теперь можно добавить наш сайт («площадку» — в терминологии сервиса), нажав на кнопку **Добавить площадку** (рис. 19.55). На рис. 19.56 показано, что наш сайт добавлен в сервис Miralinks — осталось только нажать на кнопку **Продолжить**.

На этом знакомство с Miralinks мы остановим. Дело в том, что если вы свой сайт создали недавно, то маловероятно, что на нем проиндексировано свыше 100 страниц и его посещаемость уже составила более 50 человек в сутки. Поэтому здесь мы сделали лишь введение в службу Miralinks, обозначив ее существование. А когда вы станете продвинутым веб-мастером, то вполне сможете разобраться с этой службой самостоятельно.

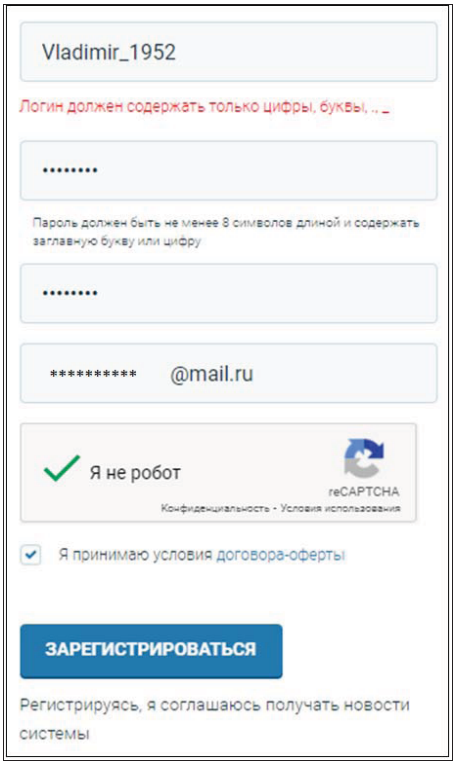


Рис. 19.52. Регистрируемся на сервисе

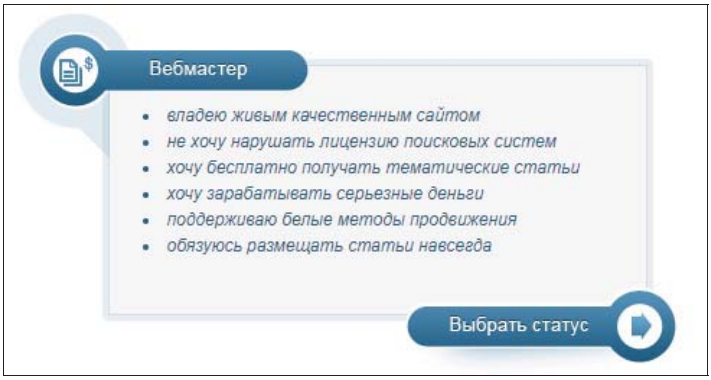


Рис. 19.53. Выбираем статус **Вебмастер**

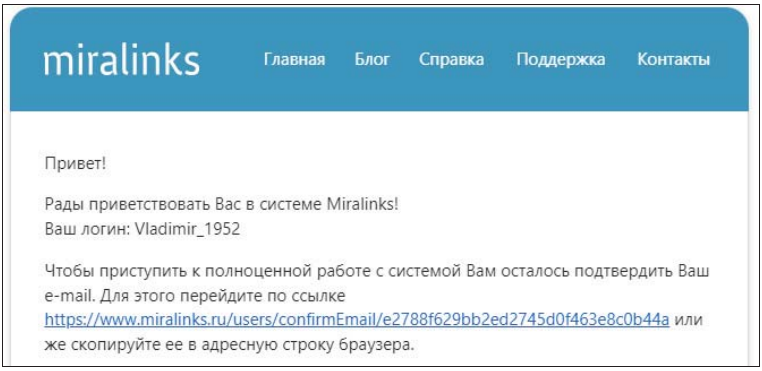


Рис. 19.54. Переходим по ссылке подтверждения

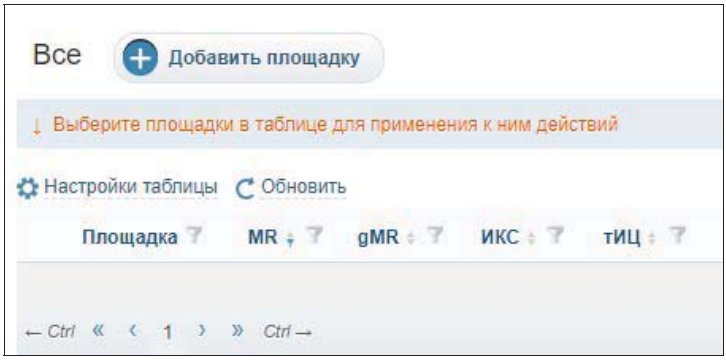


Рис. 19.55. Нажимаем на кнопку **Добавить площадку**

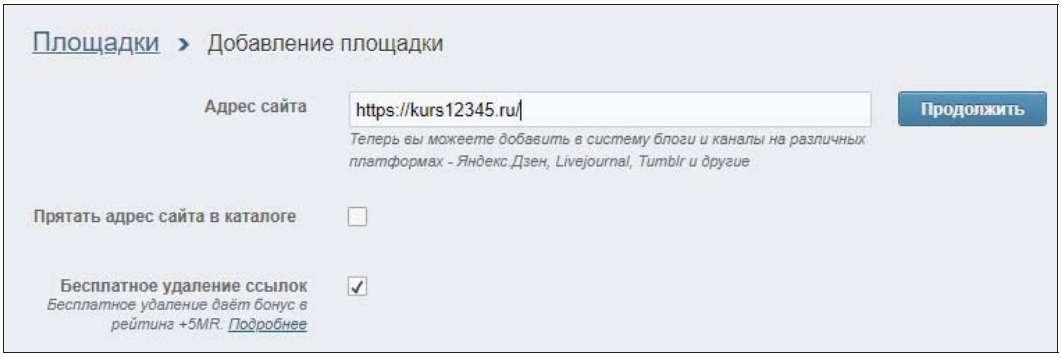


Рис. 19.56. Площадка добавлена

ГЛАВА 20



Платное продвижение сайта в поисковиках

Просто заплатить, чтобы сайт вышел на первые позиции в поисковиках, нереально. Сайт должен быть уникальным и действительно полезным для людей. По таким алгоритмам работают сегодня поисковики. Но улучшить позиции сайта можно.

Сервис Miralinks

Вернемся к разговору о сервисе Miralinks, который мы начали в *главе 19*. Как мы уже знаем, на этом сервисе можно получить ссылку и за ее публикацию на своем сайте заработать деньги. Возможно и обратное: вы покупаете ссылку на свой сайт для того, чтобы ее опубликовали сторонние сайты, — таким образом можно увеличить узнаваемость вашего сайта в Сети.

Зайдите на Miralinks (**https://www.miralinks.ru/**) в свой личный кабинет и перейдите в раздел **Рекламодатель** (рис. 20.1).

Приступим теперь к покупке ссылок с других сайтов на наш сайт, чтобы увеличить на нем ссылочную массу и повысить доверие к нему поисковиков. Выполните для этого

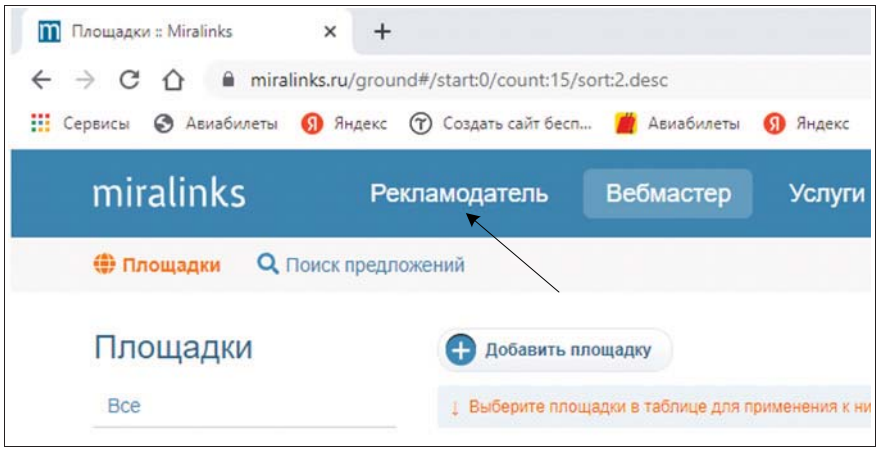


Рис. 20.1. На Miralinks заходим в раздел **Рекламодатель**

команду **Добавить проект | Профессионал** (рис. 20.2) и впишите в поля открывшейся панели **Создание проекта** требуемую информацию, как показано на рис. 20.3.

Продолжая работать с этой панелью (рис. 20.4), в платных ссылках мы укажем на пару интересных статей с нашего сайта. Иначе говоря, мы заплатим за то, чтобы в каких-либо раскрученных и известных в Сети сайтах имелись ссылки **Уроки InDesign** и **MS Paint для детей** с нашего сайта. Щелчки на этих ссылках приведут на наш сайт — т. е. на **https://kurs12345.ru/**.

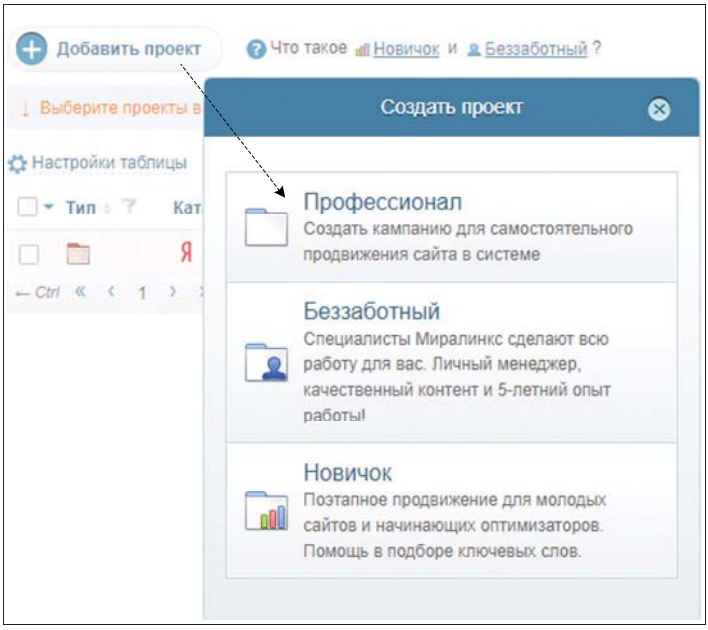


Рис. 20.2. Среди проектов выбираем вариант **Профессионал**

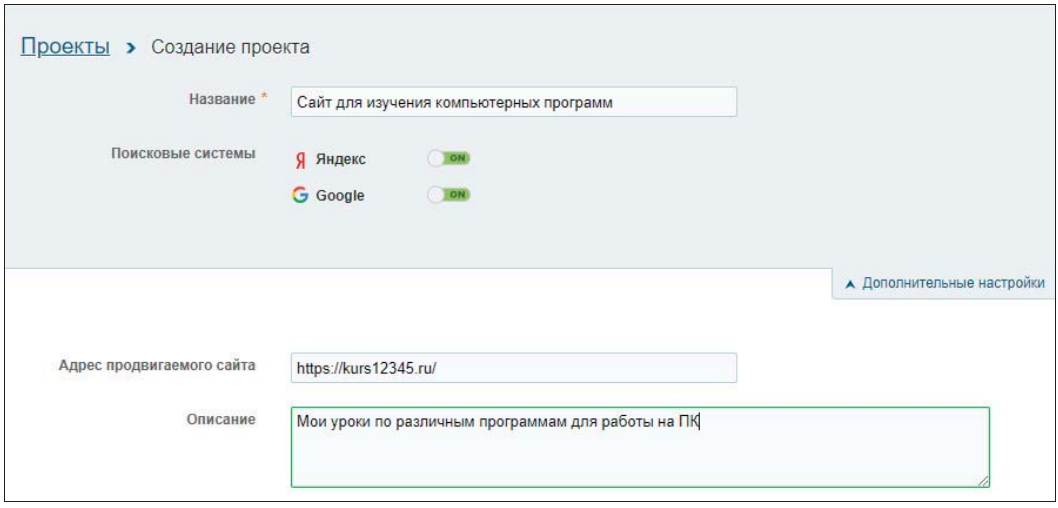


Рис. 20.3. Начинаем заполнение полей панели **Создание проекта**

Пояснения к рис. 20.4

ВМ — здесь это веб-мастер, которому мы даем задание написать на своем сайте статью для нашей ссылки.

Флажок **Разрешить склонять и разбавлять анкоры** позволяет веб-мастеру изменять наш запрос, чтобы он корректно согласовался с его статьей.

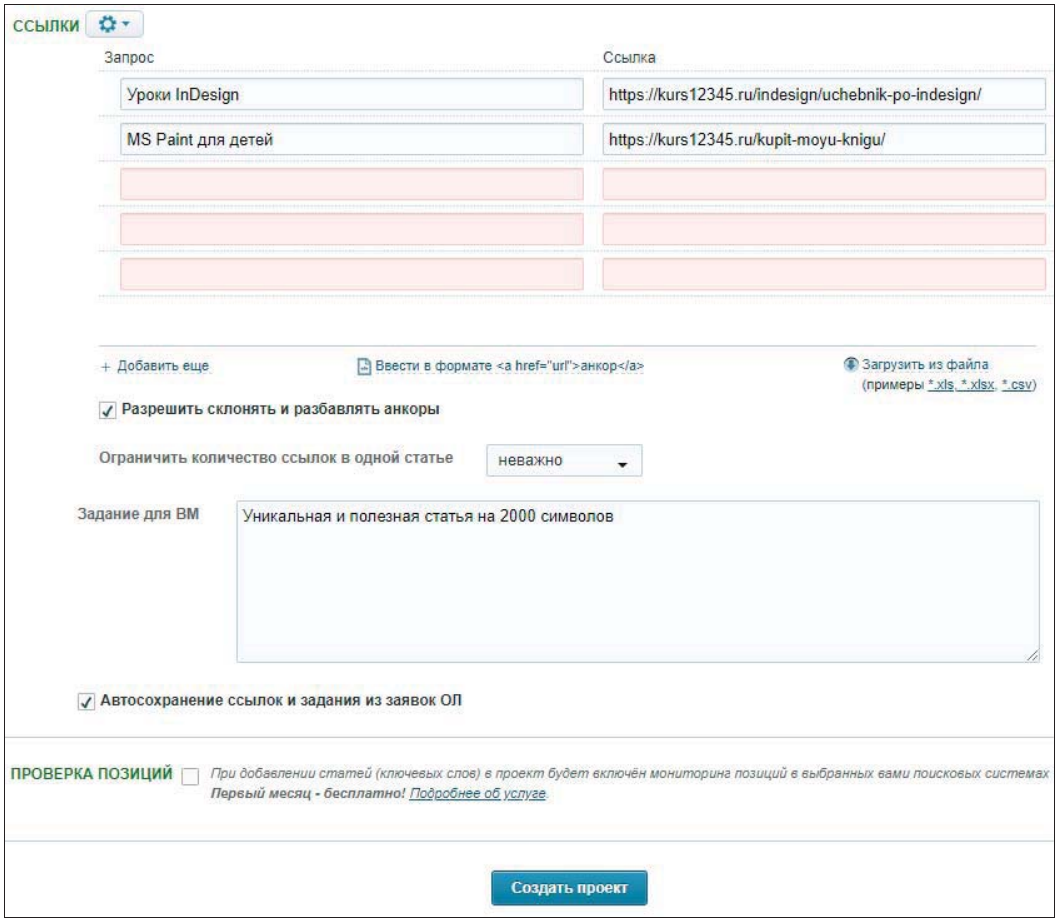


Рис. 20.4. Завершаем заполнение полей панели **Создание проекта**

Нажмите в завершение работы с панелью **Создание проекта** на кнопку **Создать проект**, перейдите в открывшейся панели **Проекты** на наш проект по ссылке, указанной на рис. 20.5 стрелкой, и нажмите в открывшейся панели **Все статьи** (рис. 20.6) на кнопку **Найти площадку**, чтобы отыскать сайт для размещения ссылок.

В результате в следующем окне мы увидим **Каталог площадок** (рис. 20.7). Здесь:

- **Статейность** (количество чужих ссылок на сайте) — чем меньше, тем лучше;
- **В индексе** (проиндексировано в поисковиках) — чем больше, тем лучше;
- **Трафик** (посещаемость) **10k** — это 10 000 посетителей в сутки.

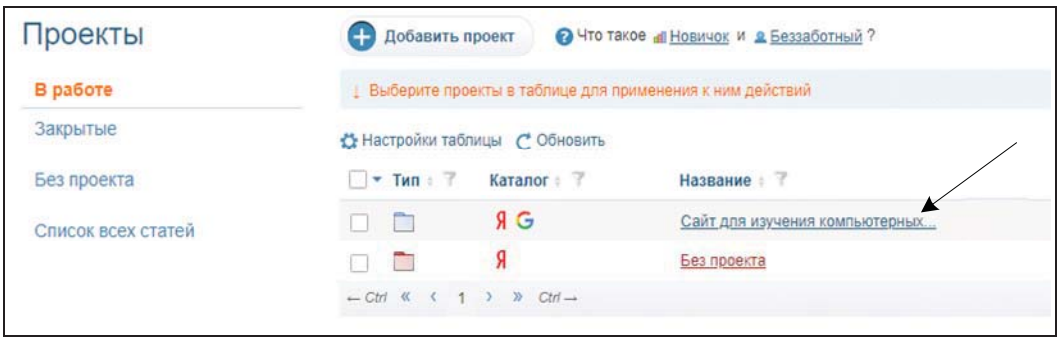


Рис. 20.5. В окне **Проекты** переходим на наш проект

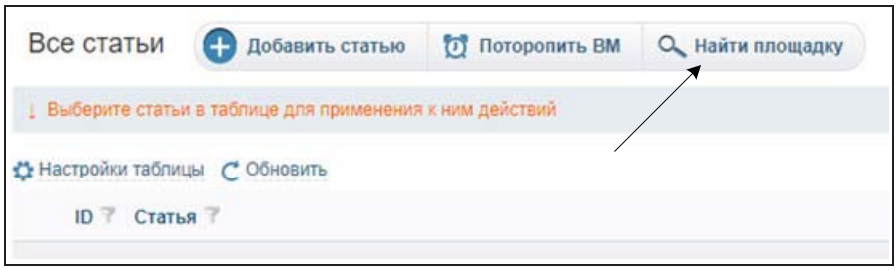


Рис. 20.6. Нажимаем на кнопку **Найти площадку**

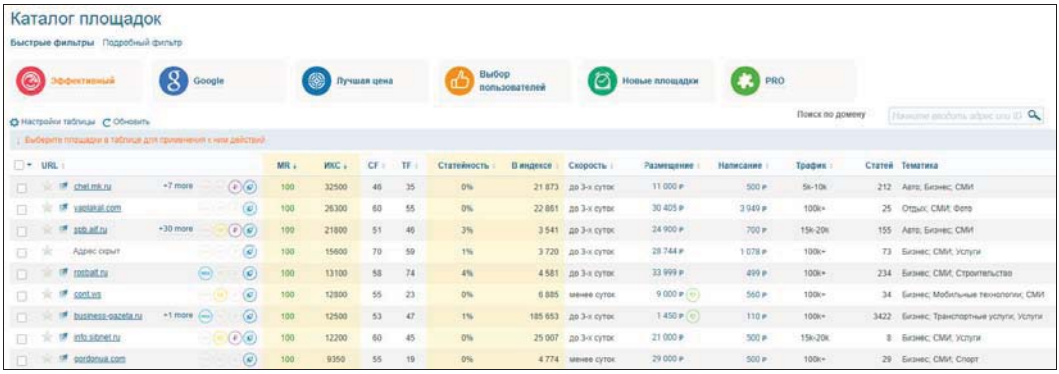


Рис. 20.7. Выбираем здесь подходящую площадку

Давайте посмотрим, как подать заявку на размещение своей ссылки на чужом сайте. Предположим, что мы выбрали площадку **library.stu.ru #209740** и вариант **Написание и размещение** (рис. 20.8). Нажмите тогда в этой панели на кнопку **Разместить с написанием**, заполните необходимые поля в открывшейся панели **Заказ написания и размещения статей**, пополните свой счет на сервисе Miralinks и нажмите на кнопку **Отправить на размещение**. Ваши две ссылки будут размещены на выбранной вами площадке **library.stu.ru**.

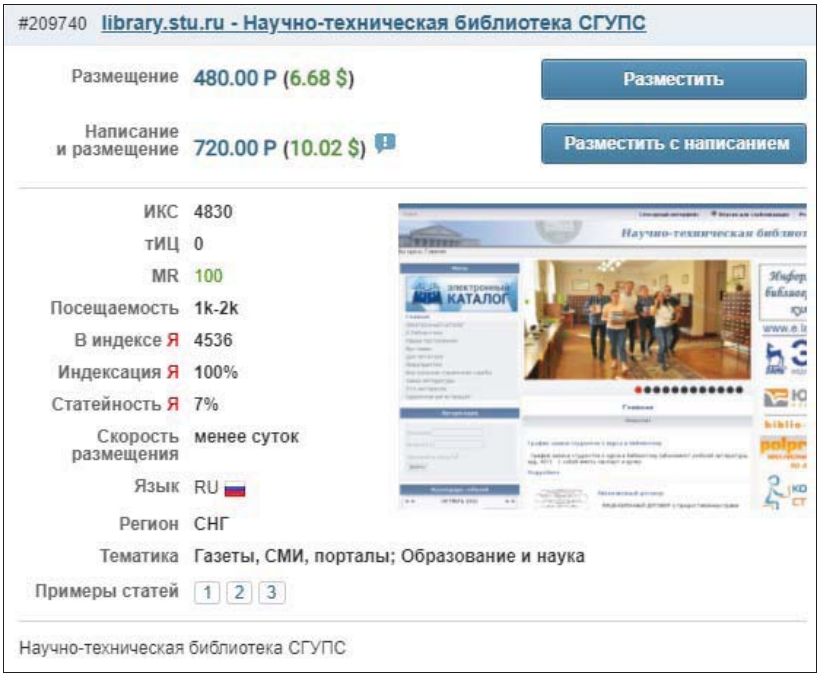


Рис. 20.8. Выбранная площадка **library.stu.ru**

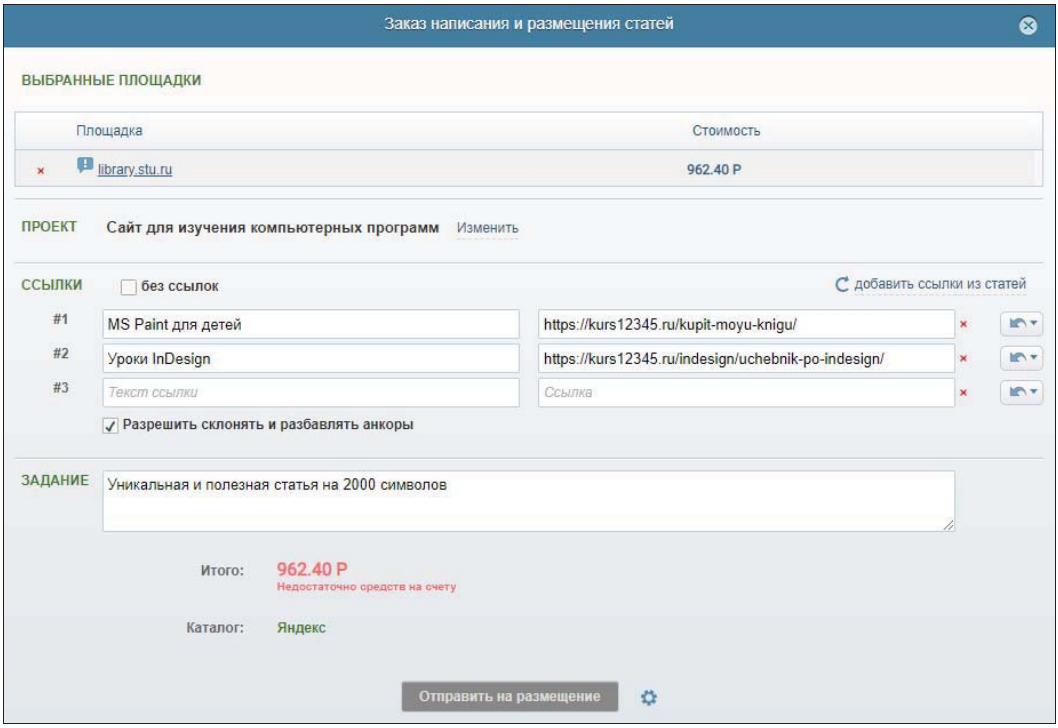


Рис. 20.9. Заполняем здесь необходимые поля и нажимаем на кнопку **Отправить на размещение**

Сервис WebEffector

WebEffector — это сервис, предлагающий набор инструментов для продвижения сайтов и услуги специалистов в этой области (рис. 20.10).

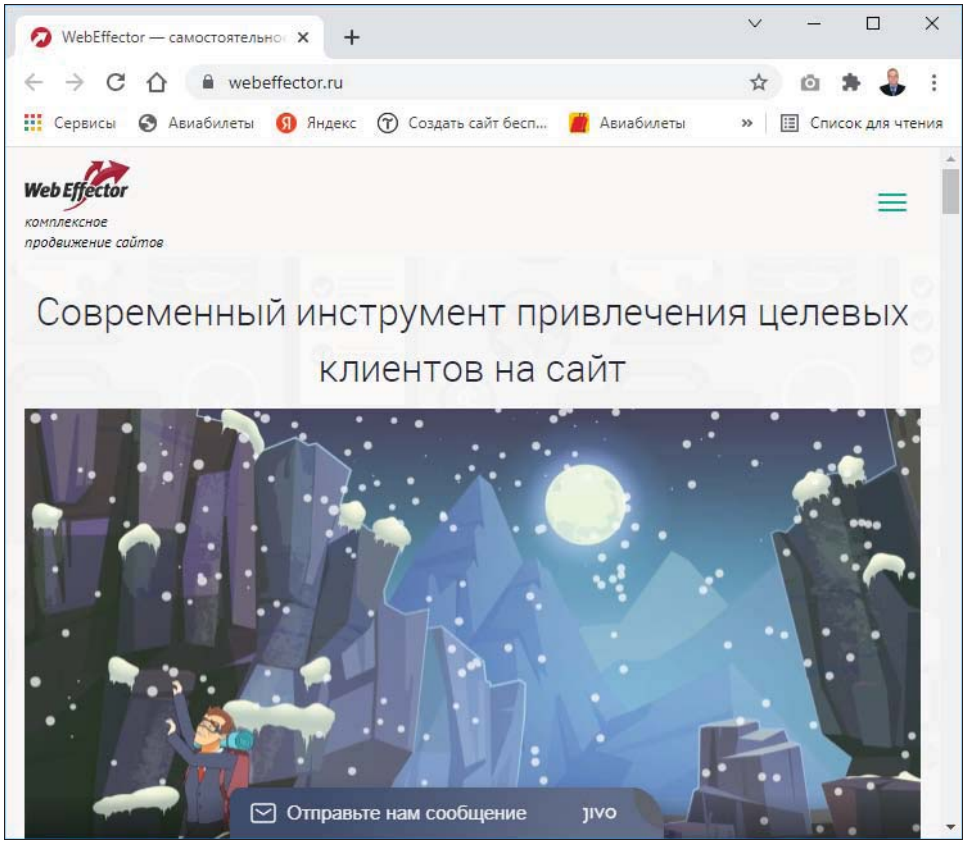


Рис. 20.10. WebEffector — инструмент продвижения сайтов в топ поисковых систем

Зарегистрируйтесь на сервисе, нажав в его главном окне на кнопку **Регистрация**, заполните в открывшейся панели (рис. 20.11) требуемые регистрационные данные, подтвердите свой телефон с помощью кода, отправленного вам в SMS (рис. 20.12), и нажмите в левой панели открывшегося окна (рис. 20.13) на кнопку **Начать продвижение сайта**.

На следующем шаге вам будет предложено создать рекламную кампанию (рис. 20.14). Заполните в этой панели требуемые поля, нажмите на кнопку **Далее**, выберите в открывшемся окне (рис. 20.15) правую панель, нажав там на кнопку **Выбрать**, и подтвердите свой выбор нажатием на кнопку **Далее.**

На следующих шагах впишите ключевые фразы из своего контент-плана в поле **Ваши запросы** (рис. 20.16), подтвердите автоматический подбор запросов (рис. 20.17) и дождитесь подготовки плана продвижения (рис. 20.18 и 20.19), нажимая каждый раз на кнопку **Далее**.

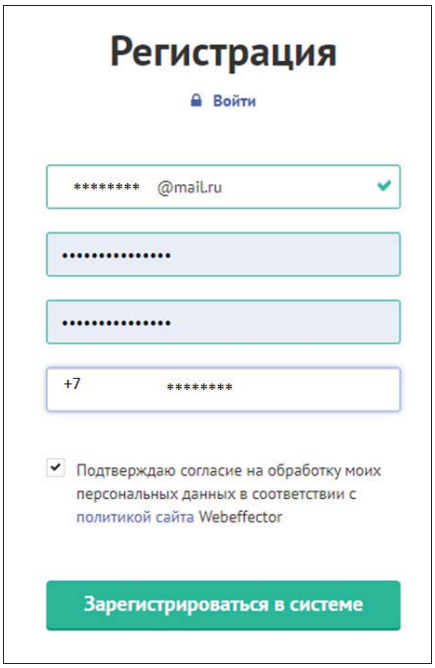


Рис. 20.11. Заполняем регистрационные данные и нажимаем на кнопку **Зарегистрироваться в системе**

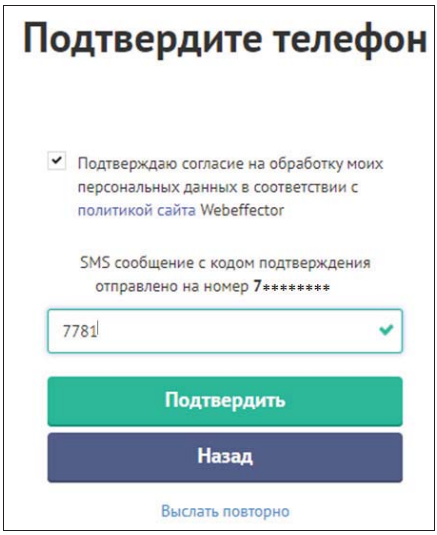


Рис. 20.12. Вводим полученный код подтверждения и нажимаем на кнопку **Подтвердить**

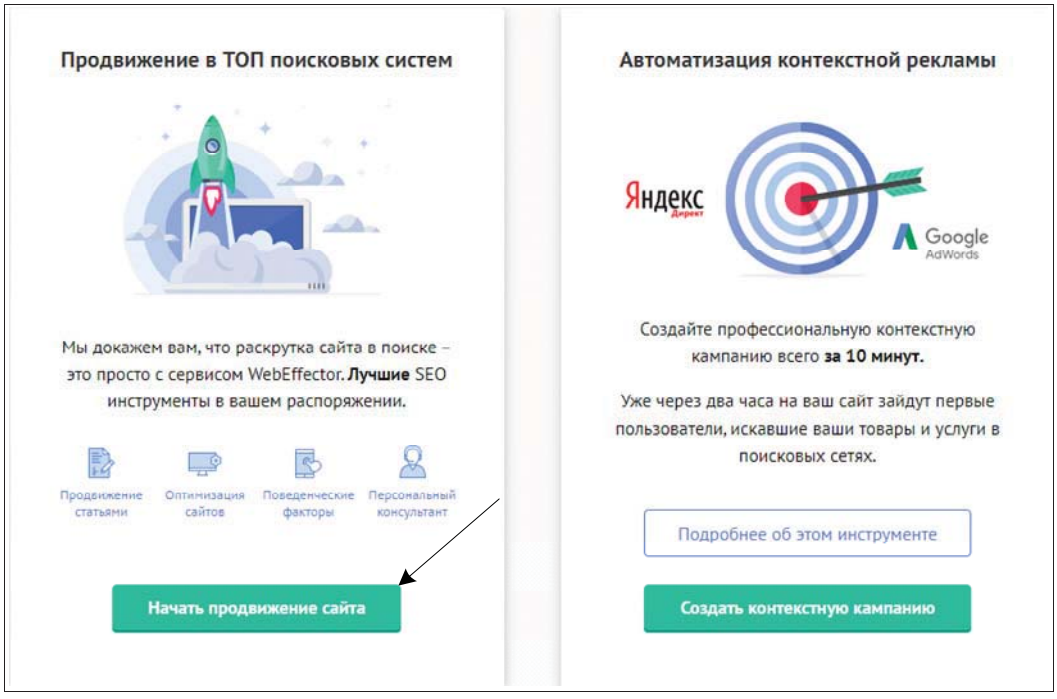


Рис. 20.13. Из двух вариантов выбираем **Продвижение в ТОП поисковых систем**

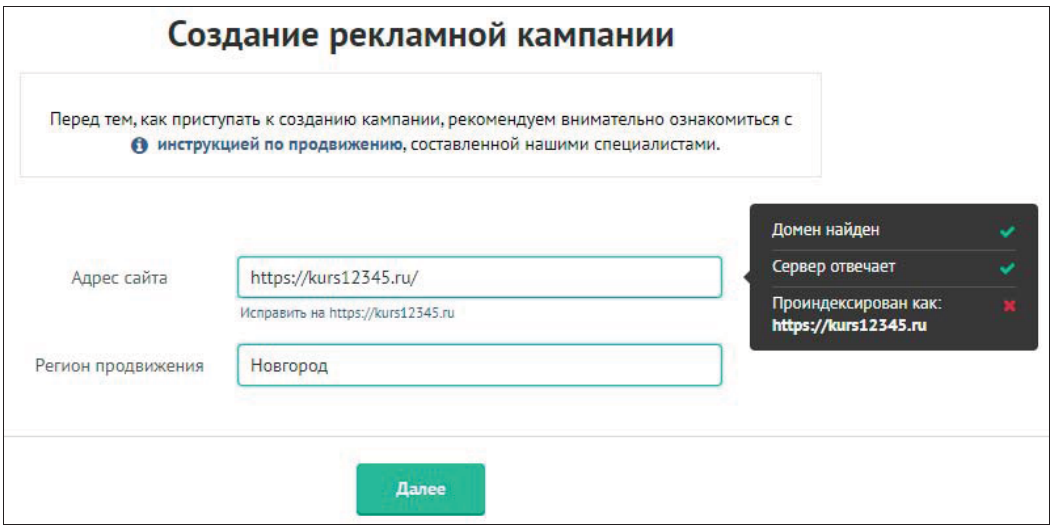


Рис. 20.14. Создаем рекламную кампанию

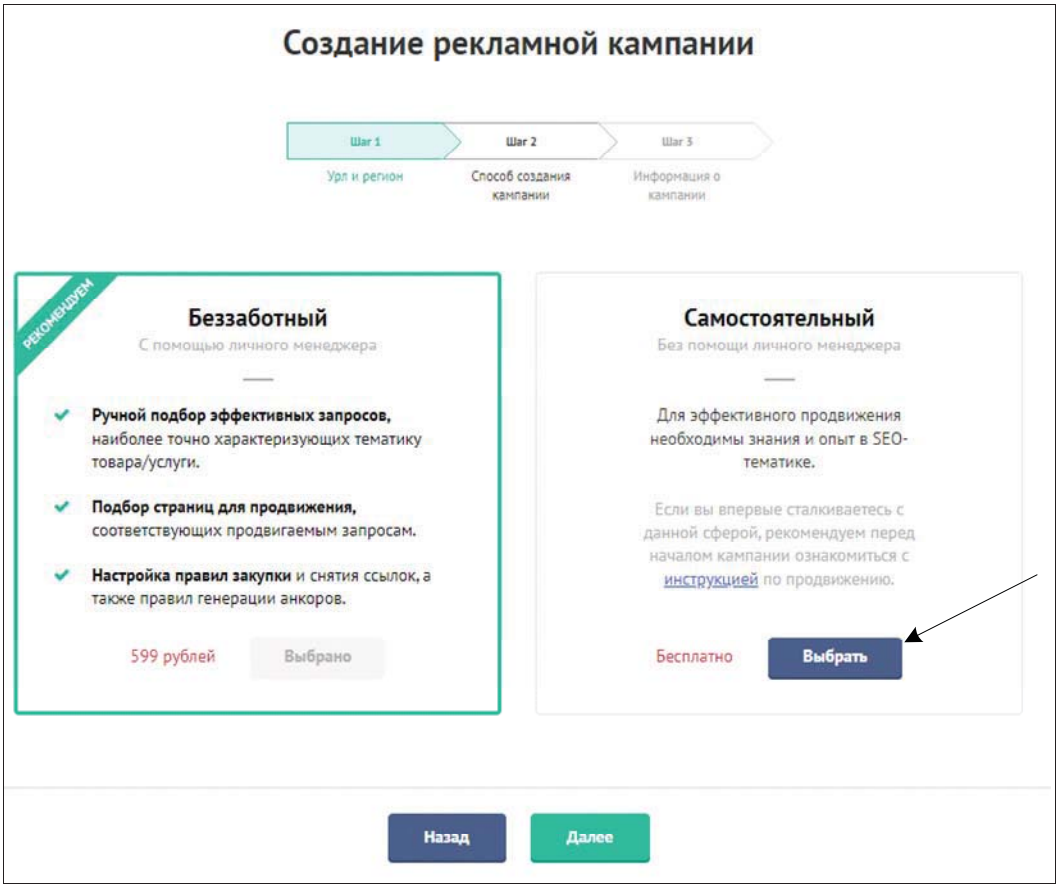


Рис. 20.15. Выбираем **Самостоятельный** вариант работы

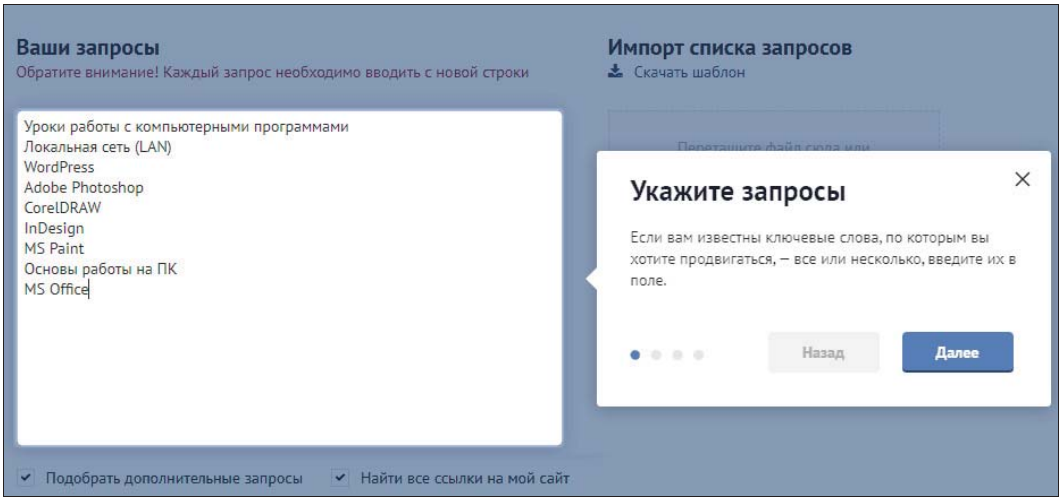


Рис. 20.16. Пишем ключевые фразы для своего сайта

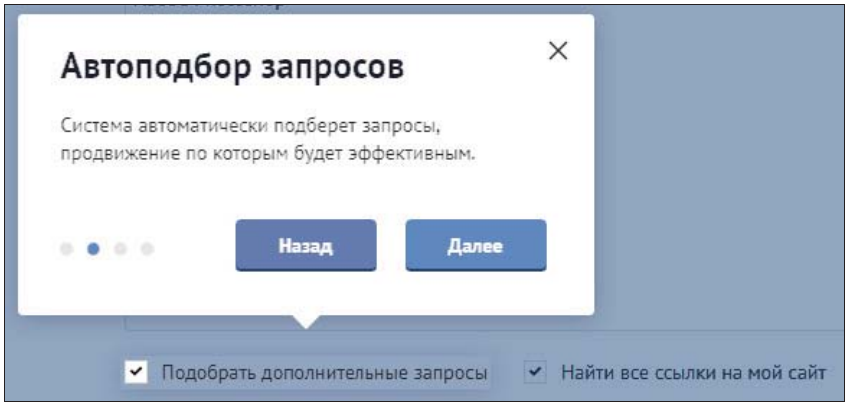


Рис. 20.17. Подтверждаем автоподбор запросов

Затем в открывшейся панели **Выбор стратегии продвижения** (рис. 20.20) выберите вариант **Улучшение ПФ** (поведенческого фактора) и на последнем шаге в панели **Информация о запросах** (рис. 20.21) нажмите на кнопку **Пополнить счет и запустить**, после чего начнется продвижение вашего сайта по параметрам, которые вы задали.

* * *

Купить продвижение сайта нельзя, но можно усилить его продвижение, если купить поддержку продвижения. Реальное продвижение вашего сайта зависит только от вас и должно быть основано на том, что сайт содержит уникальный, нужный и полезный людям контент. Алгоритм работы поисковиков настроен именно на такие сайты.

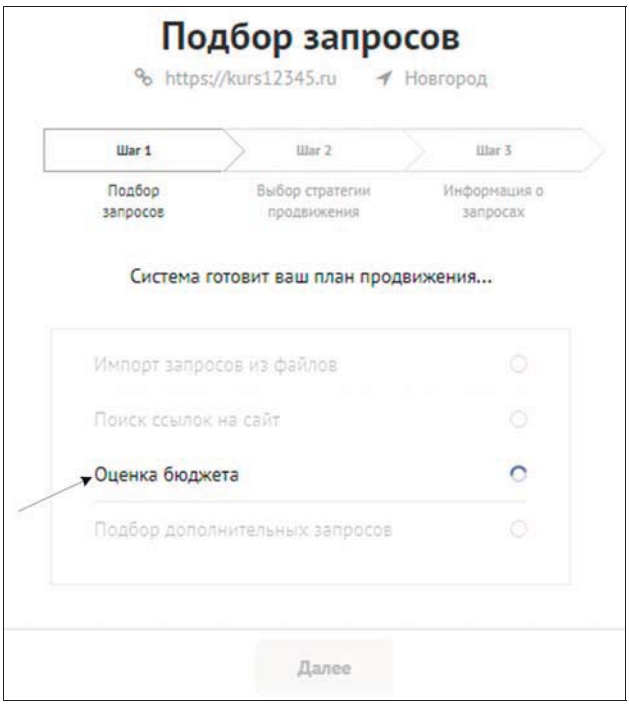


Рис. 20.18. Система готовит план продвижения: производится оценка бюджета

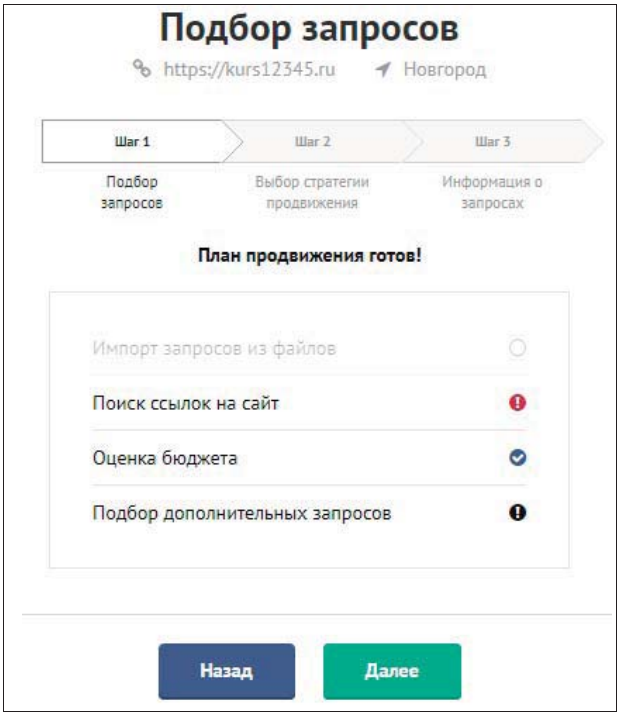


Рис. 20.19. План продвижения готов

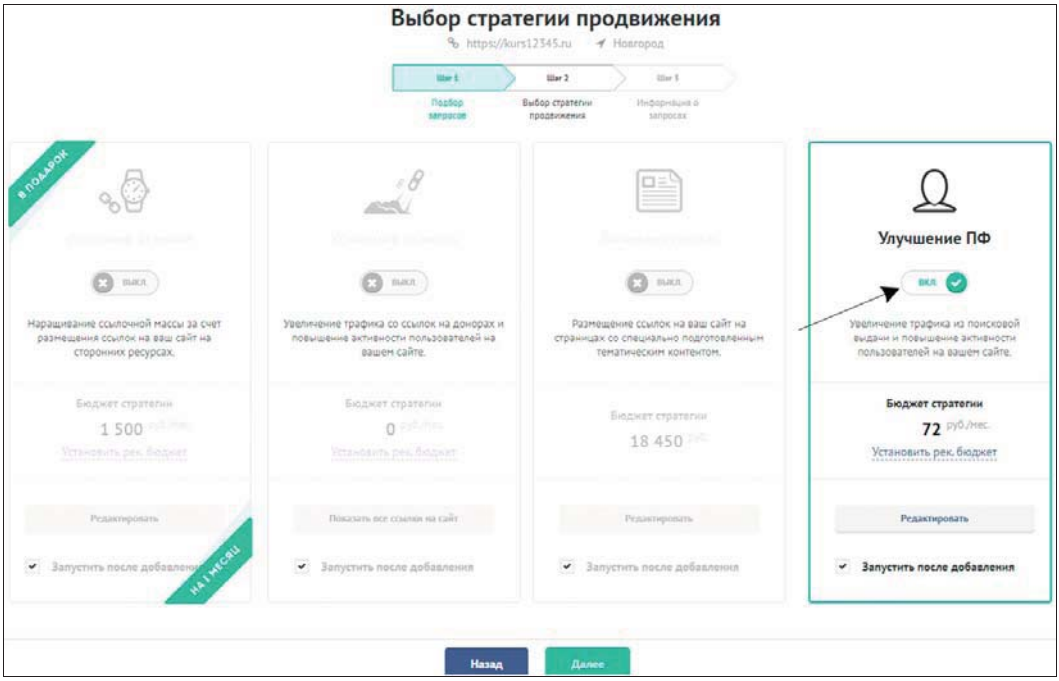


Рис. 20.20. Выбираем стратегию продвижения

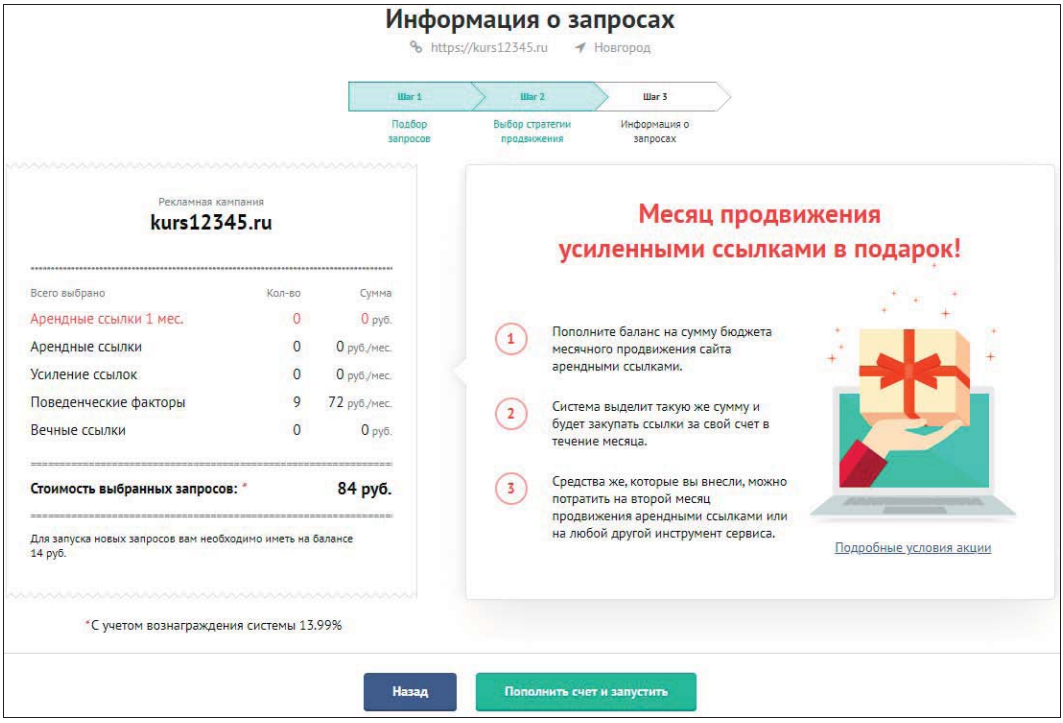


Рис. 20.21. Нажимаем здесь на кнопку **Пополнить счет и запустить**

ГЛАВА 21



Полезные советы и сервисы

В этой главе приводится информация о различных полезных сервисах, которые могут пригодиться в работе любому веб-мастеру.

Бесплатные картинки и видео для сайта

Взять картинки для сайта можно с любого бесплатного сервиса без обременения авторскими правами — например, с фотобанка Pixabay (**https://pixabay.com/ru/**). Pixabay (рис. 21.1) — международный веб-сайт, на котором для свободного использования выложены фотографии, векторные изображения и короткие видеоролики. Авторы медиаконтента на этом фотостоке отказываются от авторских прав на свои произведения, поэтому любой человек имеет право использовать, модифицировать и распространять все изображения с сайта Pixabay свободно как в личных, так и в коммерческих целях. Скачивание изображений и видео с Pixabay бесплатно, но чтобы загружать и скачивать все это в полноразмерном качестве, необходима регистрация.

Неплохим альтернативным вариантом может служить и сервис icons8.ru (**https://icons8.ru/**), главная страница которого показана на рис. 21.2.

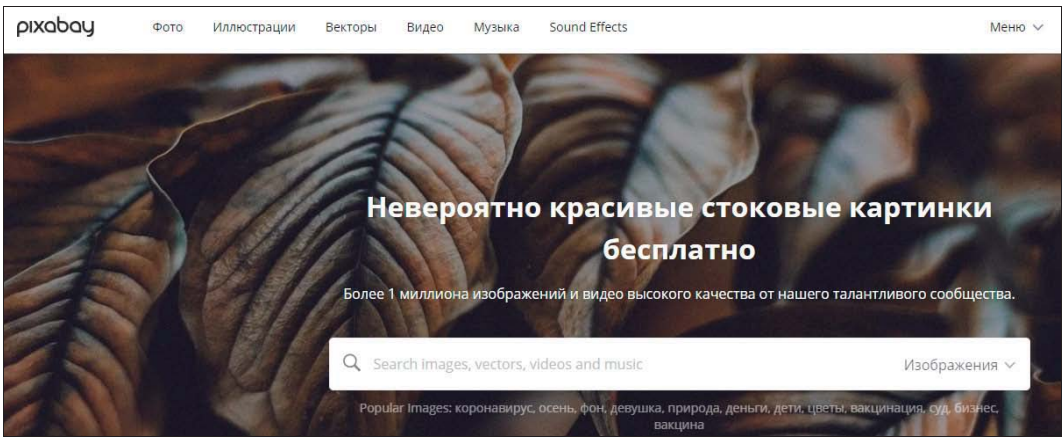


Рис. 21.1. Главная страница сервиса Pixabay

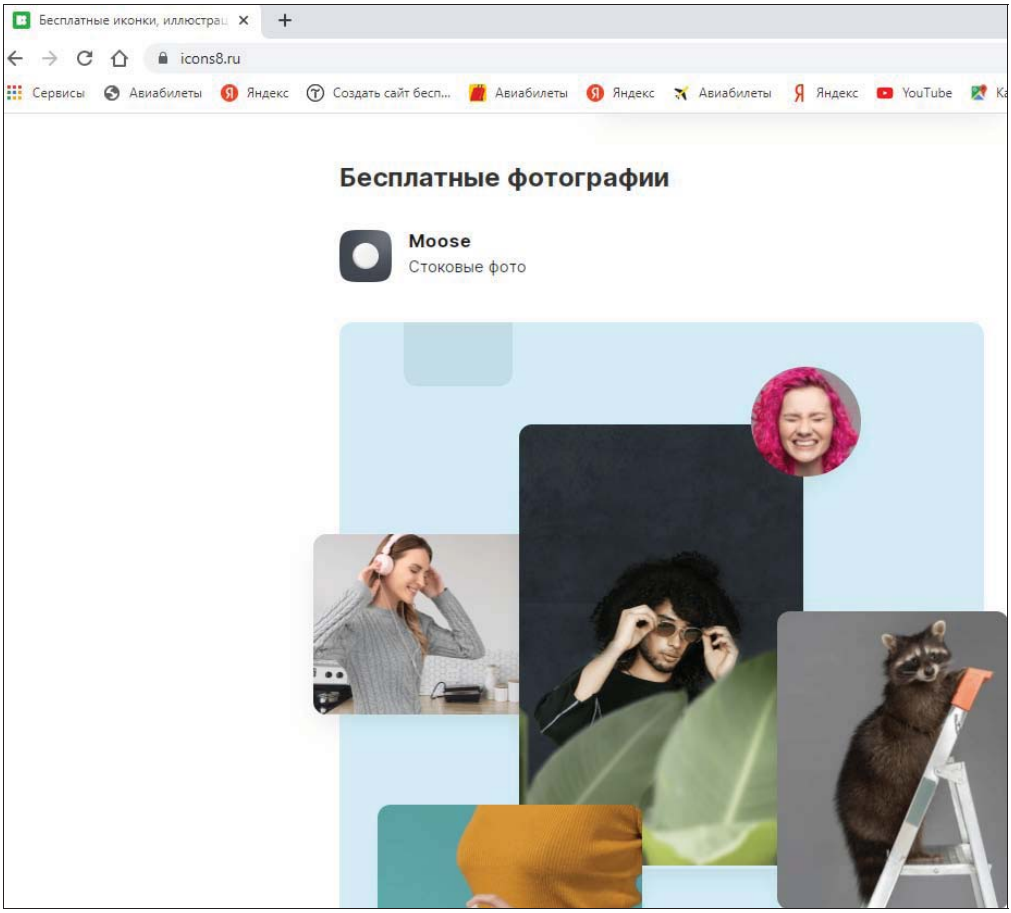


Рис. 21.2. Бесплатные фото на сайте **https://icons8.ru/**

Создание фавикона

Фавикон (favicon) — это квадратная картинка (файл с расширением ico) размером от 16×16 до 256×256 пикселов, которая отображается в адресной строке браузера перед интернет-адресом (URL) страницы. Поисковые системы передают фавиконы вместе с результатами поиска.

Конвертировать любое ваше изображение в фавикон можно на сайте по адресу **https://bestwebservice.ru/ico_converter/** (рис. 21.3).

Плагин *Mammoth .docx converter*

Плагин **Mammoth .docx converter** позволяет ускорить и упростить процесс наполнения сайта контентом. Дело в том, что редактор, входящий в WordPress, имеет очень скромные возможности в сравнении с Microsoft Word. Поэтому многие пользователи, работая над контентом для сайта, используют текстовый редактор Microsoft Word. Это действи-

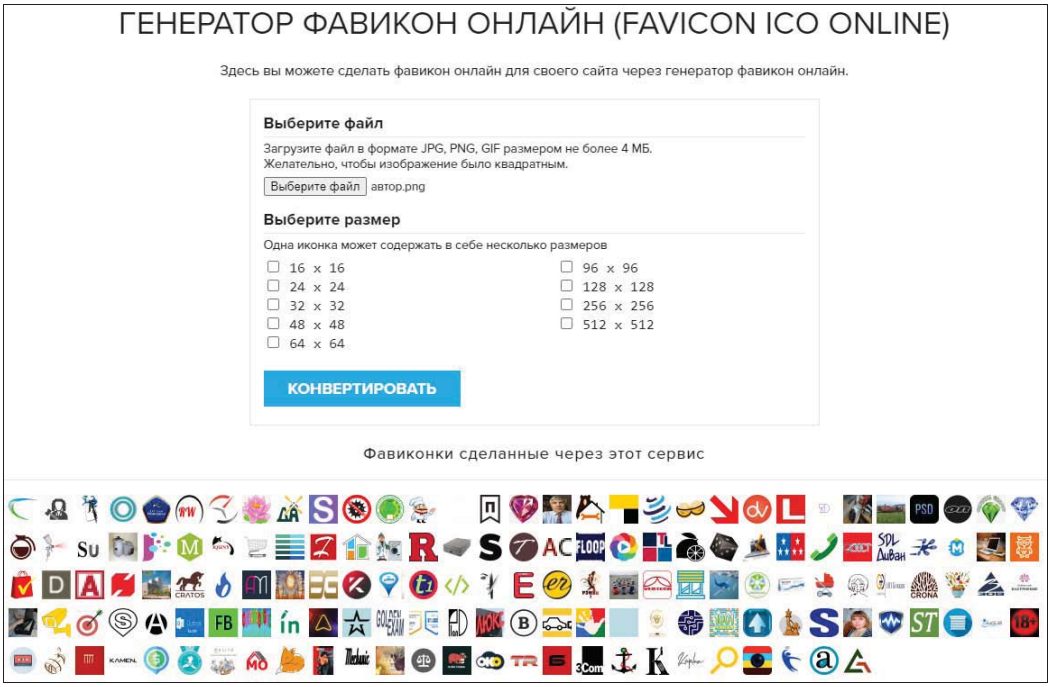


Рис. 21.3. Бесплатный сервис для получения фавикона

тельно удобно. Microsoft Word, помимо простой визуальной работы с текстом и изображением, предоставляет такие возможности, как форматирование документов, создание таблиц, проверка орфографии и многое другое.

Для того чтобы импортировать в WordPress документы, созданные в Microsoft Word и имеющие расширение docx, можно использовать плагин **Mammoth .docx converter** (рис. 21.4).

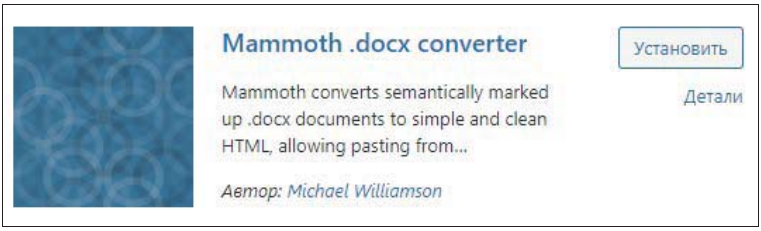


Рис. 21.4. Плагин **Mammoth .docx converter**

Плагин **Mammoth .docx converter** поддерживает при переносе в WordPress форматирования документа MS Word такие функции:

- в WordPress импортируются изображения, вставленные в документ MS Word;
- в WordPress импортируются списки, сноски и ссылки;
- в WordPress импортируются таблицы, хотя форматирование самих таблиц игнорируется;

- сохраняется простое форматирование HTML-текста: жирность, курсив, надстрочный и подстрочный текст;
- заголовки преобразуются в теги `h1`, `h2` и т. д.;
- текстовые блоки конвертируются в простые абзацы.

Скачав плагин **Mammoth.docx converter**, установите и активируйте его. Теперь, когда вы будете создавать новую страницу или запись (или редактировать уже существующую), то в нижней части экрана вы увидите текст **Mammoth .docx converter**, а рядом — кнопку **Выберите файл** (рис. 21.5). Нажмите на эту кнопку и загрузите файл *.docx из вашего компьютера на страницу сайта (рис. 21.6).

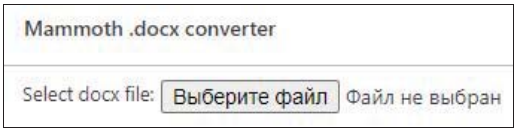


Рис. 21.5. Плагин готов к импорту файла из MS Word

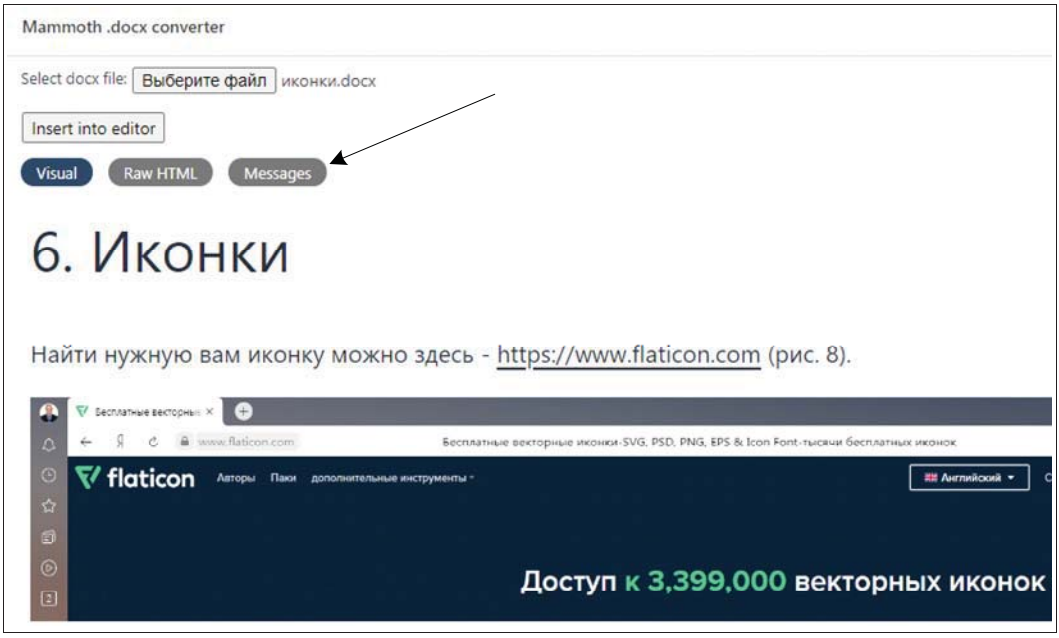


Рис. 21.6. Три возможности по работе с импортированным документом

Здесь вы видите три новые кнопки: **Visual**, **Raw HTML** и **Messages**:

- **Visual** (Визуальный) — по нажатии на эту кнопку вы увидите, как документ будет отображаться в WordPress. Это как бы предпросмотр. Вполне вероятно, что часть форматирования исходного документа окажется утерянной или будет находиться под влиянием выбранной вами темы (шаблона) WordPress;
- **Raw HTML** (Нередактированный HTML) — в этом варианте вы увидите HTML-разметку оригинала и сможете проверить этот код на ошибки;

- вы также можете нажать на кнопку сообщений **Messages** (Сообщения) и проверить, есть ли какие-то предупреждения по процессу конвертации.

Если вас все устроит, нажмите на кнопку **Insert into editor**, и плагин вставит файл MS Word в ваш шаблон WordPress (рис. 21.7).

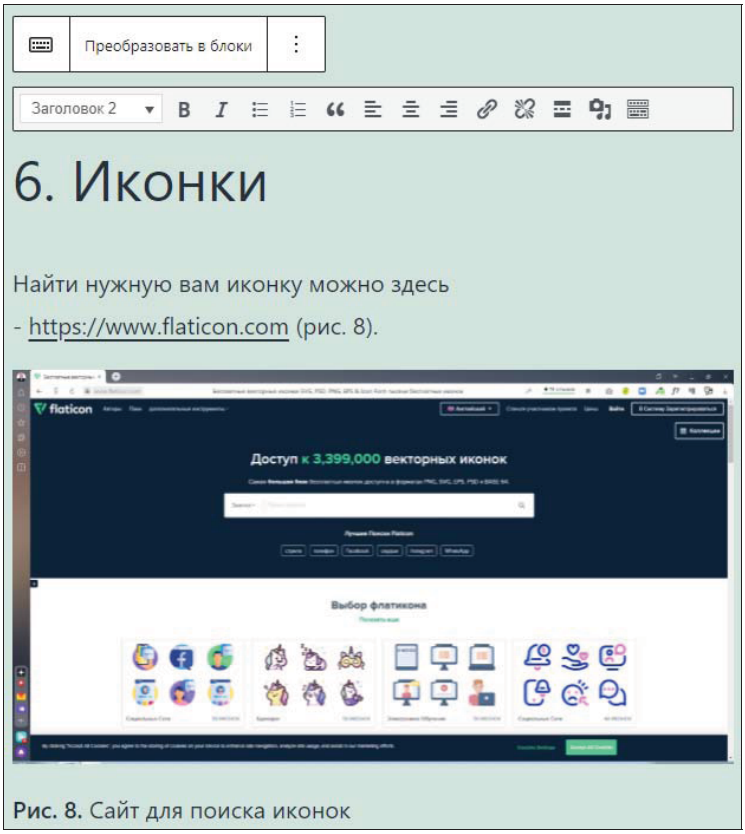


Рис. 21.7. Документ из Word перенесен в WP

Бесплатные значки для сайта

Найти нужный вам значок для сайта можно здесь: **https://www.flaticon.com/ru/** (рис. 21.8).

Скриншоты страниц вашего сайта

Новый термин

Скриншот (screenshot) — это снимок экрана вашего компьютера или экрана мобильного устройства.

Операционная система Windows копирует изображение текущего состояния экрана в буфер обмена при нажатии на клавишу <Print Screen>. Однако если страница сайта длинная, то ее нельзя стандартным способом сфотографировать целиком. Для этой

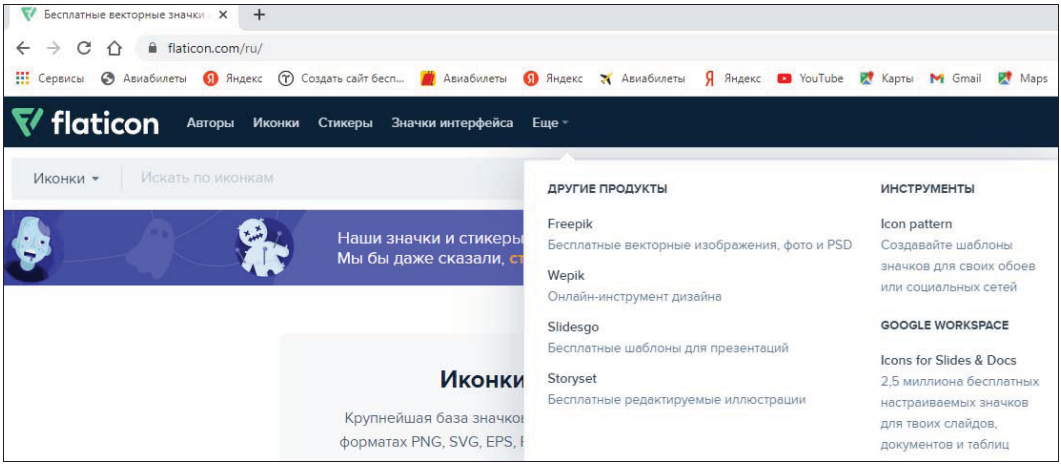


Рис. 21.8. Сайт для поиска иконок

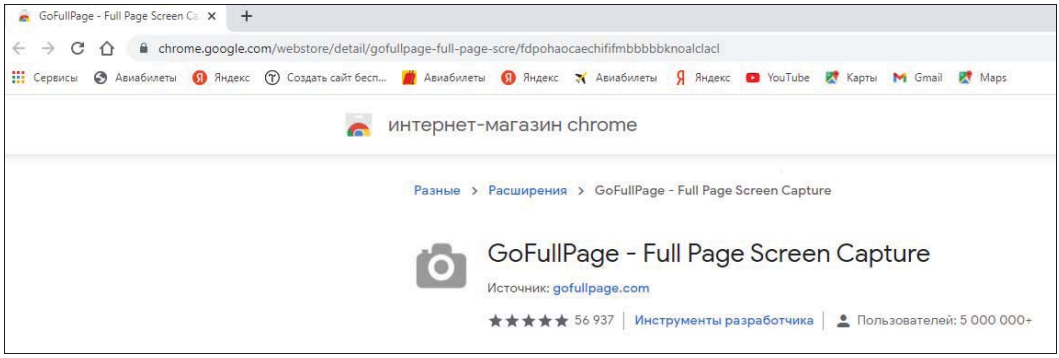


Рис. 21.9. Расширение **GoFullPage**

цели подойдет специальное расширение GoFullPage для браузера, которое можно установить бесплатно из интернет-магазина chrome (рис. 21.9).

Установив это расширение в браузер Google Chrome, вы можете сделать скриншот страницы любого сайта целиком. Для этого нужно нажать в браузере на значок фотоаппарата (рис. 21.10). Результат (страницу сайта целиком) можно сохранить в формате PNG или PDF (рис. 21.11).

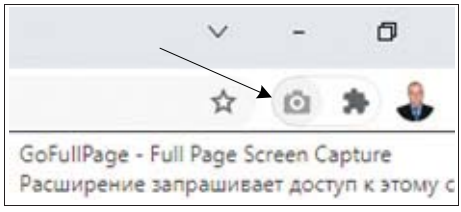


Рис. 21.10. Значок приложения **GoFullPage** в браузере **Google Chrome**

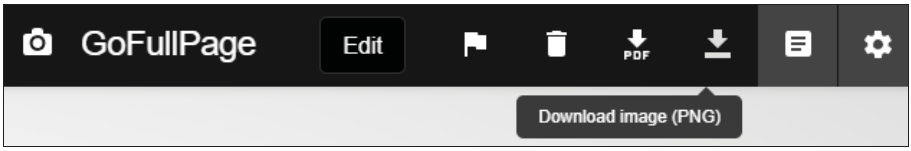


Рис. 21.11. Скриншот страницы выполнен

Определители цвета

Работа с цветом — важнейшая составляющая работы веб-мастера. В работе с сайтом иногда возникает необходимость точного определения параметров цвета. Для этого есть несколько способов.

ColorZilla

ColorZilla — это дополнение в браузер на ПК в виде значка пипетки, которое помогает веб-разработчикам и графическим дизайнерам определять цвета в изображении на экране. Скачать его можно здесь: **https://www.colorzilla.com/** (рис. 21.12). Нажмите в этом окне на ссылку **ColorZilla for Chrome anf Firefox**, в следующем окне (рис. 21.13) — на кнопку **Install ColorZilla** и установите это расширение, нажав в следующем окне на кнопку **Установить** (рис. 21.14).

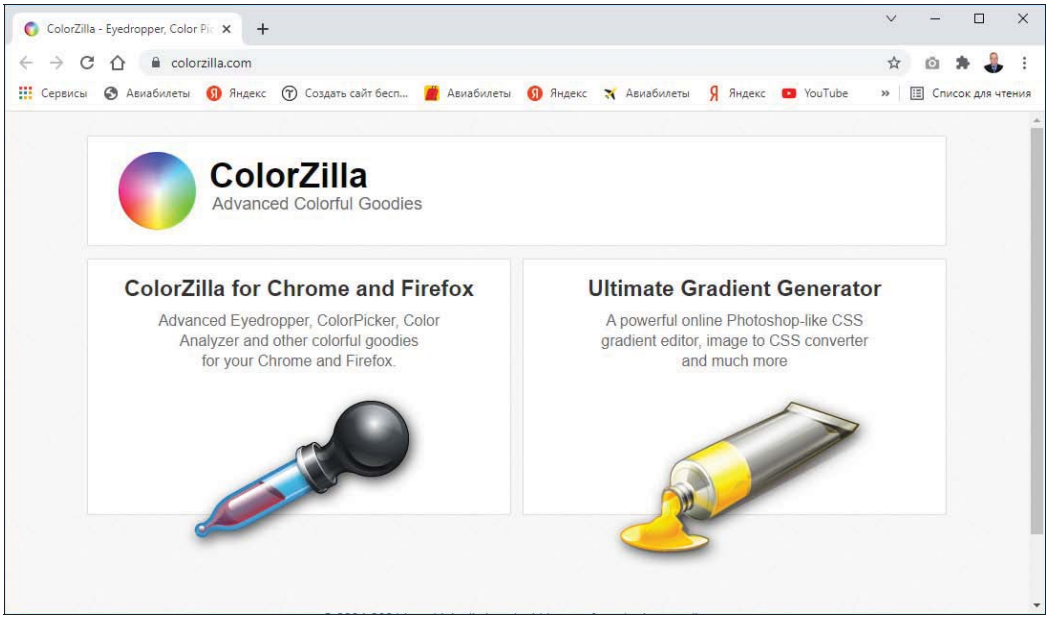


Рис. 21.12. Нажимаем в этом окне на ссылку **ColorZilla for Chrome and Firefox**

Теперь с помощью ColorZilla вы можете получить цветовое считывание из любой точки картинки на экране ПК (рис. 21.15) и, используя Color Picer, вставить RGB-код этого цвета в другую программу.

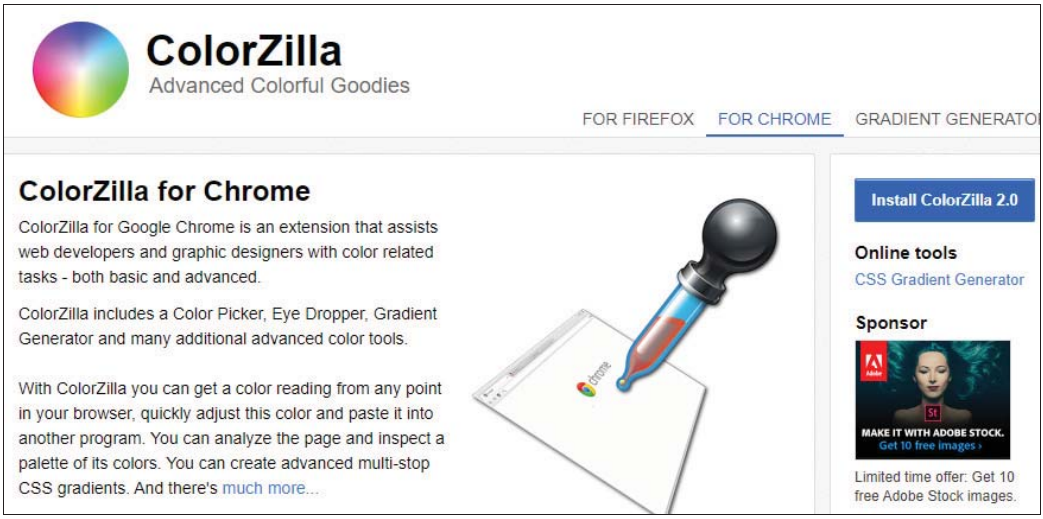


Рис. 21.13. Нажимаем на кнопку **Install ColorZilla 2.0**

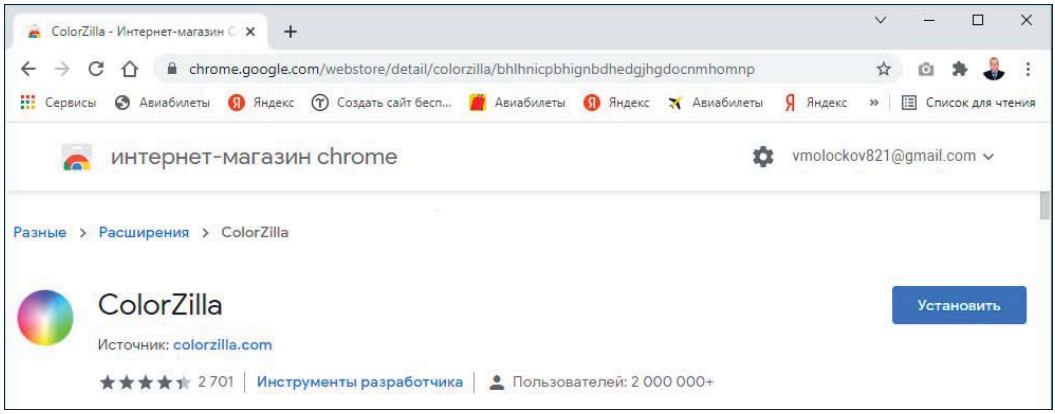


Рис. 21.14. Нажимаем на кнопку **Установить**



Рис. 21.15. Мы узнали цвет (RGB-код) текста

Colors Lite

Colors Lite (рис. 21.16) — это небольшая портативная (не требующая инсталляции) программа, выполняющая те же задачи, что и ColorZilla.

Принцип определения цвета на экране ПК у обоих программ одинаков, но разница между Colors Lite и ColorZilla в том, что Colors Lite определяет цвет в четырех цветовых моделях, а ColorZilla — только в одной.

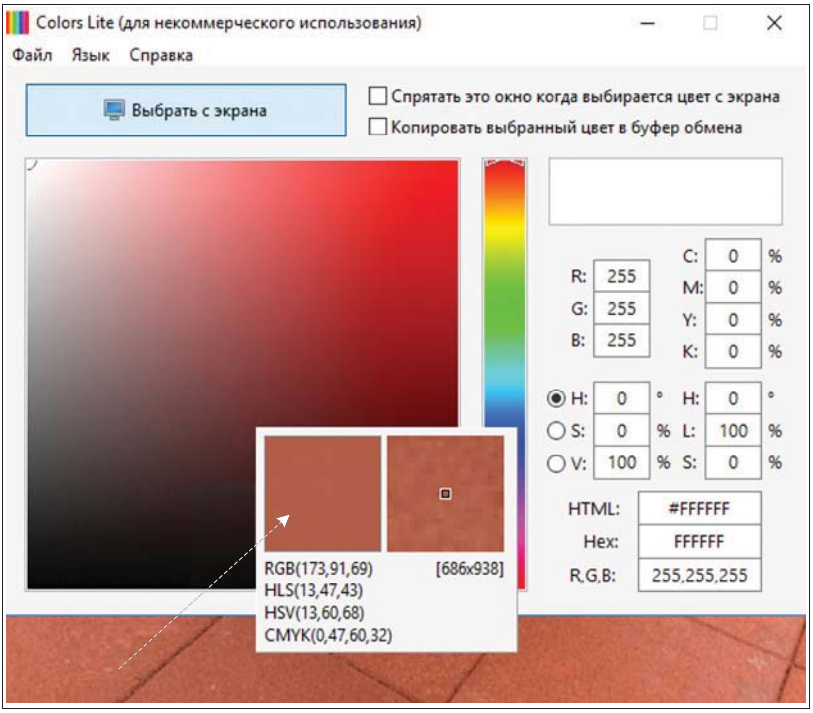


Рис. 21.16. Цвет на изображении определен

Quick HTML Color Picker

У этой программы есть своя «фишка» — в отличие от двух предыдущих программ, она умеет определять цвет не только в модели RGB, но и как веб-цвета, используемые при отображении веб-страниц (рис. 21.17).



Рис. 21.17. Интерфейс программы **Quick HTML Color Picker**

Так, цвет в поле **HTML Code** представлен в виде трех пар шестнадцатеричных цифр: **#d12b4c**, где каждая пара отвечает за свой цвет:

- две первые цифры — красный;
- две в середине — зеленый;
- две последние — синий.

Подбор сочетаний цветов на сайте

Подбор варианта гармоничного сочетания цветов на сайте можно выполнить на сервисе Color Hunt (**https://colorhunt.co**), главная страница которого показана на рис. 21.18.

Как вариант, программу Color Tab от сервиса Color Hunt вы можете установить в виде расширения для браузера (рис. 21.19).

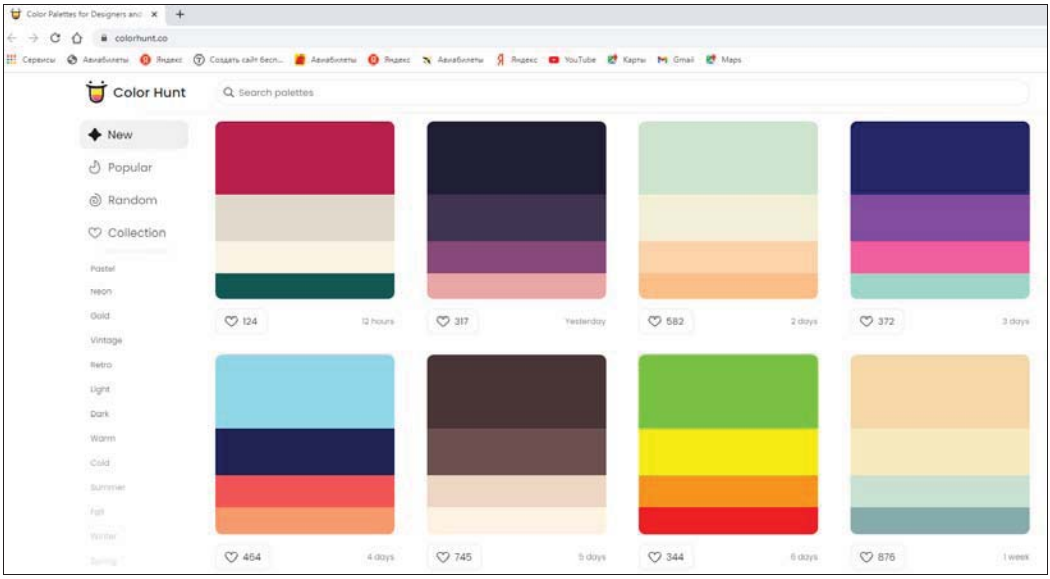


Рис. 21.18. Наборы правильных комбинаций цветов для сайта на сервисе **Color Hunt**

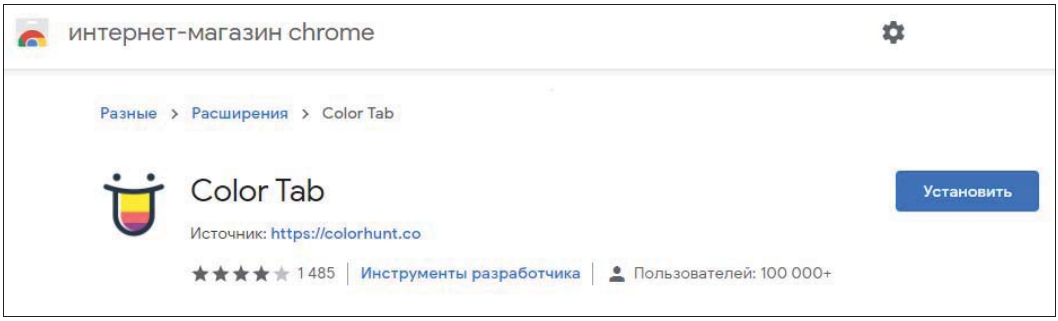


Рис. 21.19. Расширение **Color Tab** от сервиса **Color Hunt**

WhatFont — определитель шрифта

Расширение WhatFont — это дополнение в браузер для определение семейства (гарнитуры) шрифта. Иными словами, эта программа помогает веб-мастерам и дизайнерам решать задачи, связанные с типами шрифтов. WhatFont позволяет мгновенно определить, какой шрифт используется на той или иной странице.

Найдите расширение WhatFont в интернет-магазине chrome (рис. 21.20) и установите. После установки в браузере появится значок . Работать с этим расширением просто: открываете нужный веб-сайт, нажимаете на значок расширения и указываете на исследуемый шрифт — WhatFont мгновенно определяет его параметры (рис. 21.21).

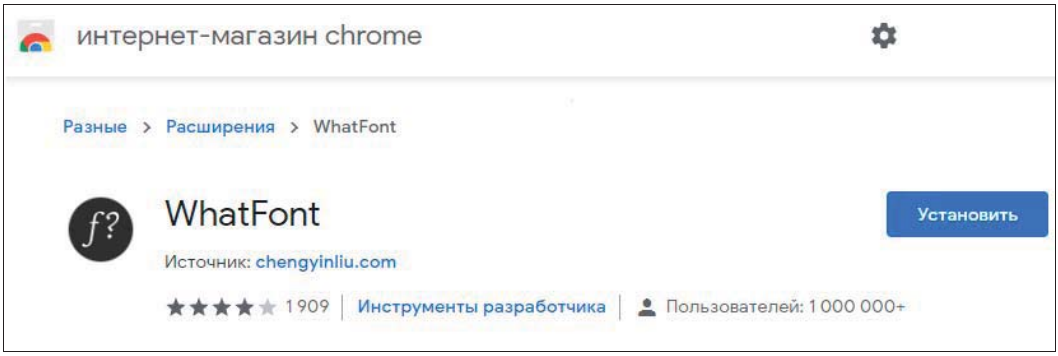


Рис. 21.20. Обратите внимание, что расширений с таким названием несколько, но именно у этого 1 000 000 пользователей



Рис. 21.21. Наводим курсор мыши — появляется информационное окно, в котором выводится информация о используемом на сайте шрифте

Работа со шрифтами

Для сайтов нестандартной направленности приходится искать и устанавливать специальные шрифты. Например, если вы делаете сайт о древнем Новгороде, то будет уместен старославянский шрифт (кириллица). Для восточных стран — имитация арабской

вязи, для Китая и Японии — иероглифов, а для стран Прибалтики — готики. Найти и скачать нужные вам шрифты можно на сервисе по адресу **https://webfonts.pro/** (рис. 21.22).

Выбранный шрифт можно не только скачать в виде ZIP-архива, но и получить инструкцию по его установке (рис. 21.23).

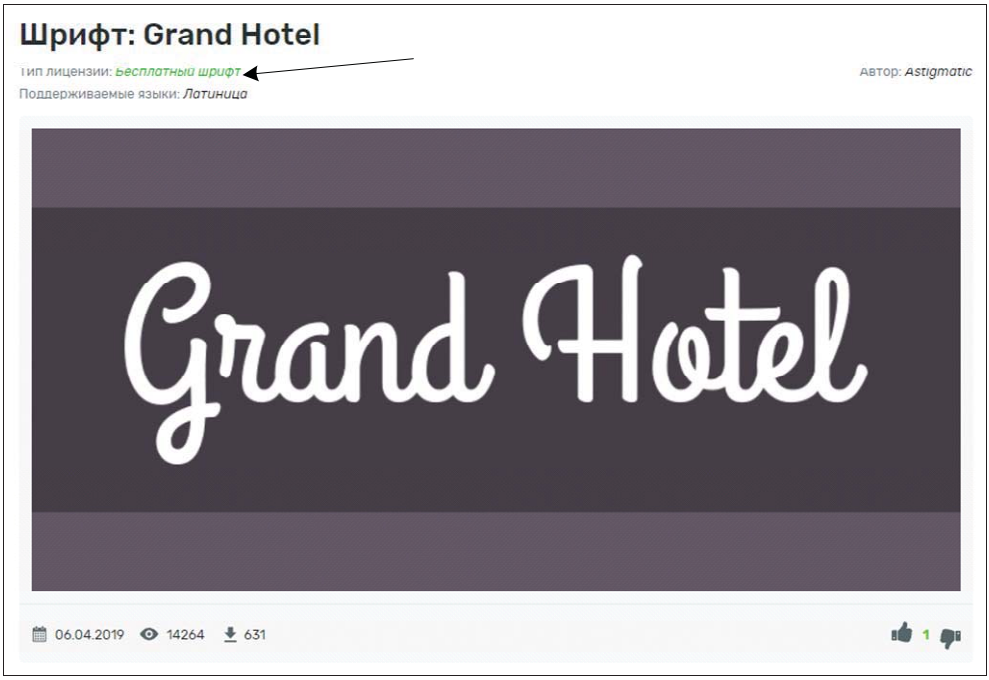


Рис. 21.22. Пример бесплатного шрифта на сервисе **webfonts.pro**

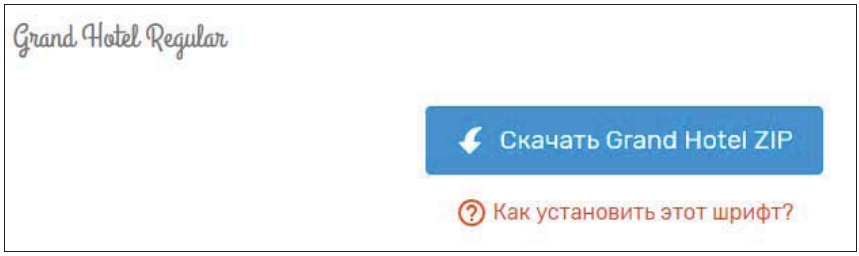


Рис. 21.23. Скачиваем ZIP-архив выбранного шрифта и изучаем инструкцию по его установке

Использование мастера надписи

На сервисе **https://online-letters.ru/** вы можете написать любой текст и получить результат в виде картинки с использованием множества шрифтовых вариантов.

Подобный сервис может пригодиться для создания баннеров, логотипов и других элементов сайта, требующих нестандартного шрифтового оформления.

Здесь все очень просто: на первом шаге пишете нужный вам текст (рис. 21.24), на следующем — выбираете из предложенных вариантов (рис. 21.25) желаемый стиль шрифта (рис. 21.26), на следующем — определяетесь с размером и цветом текста (рис. 21.27) и по нажатии на кнопку **Сгенерировать** получаете надпись в виде картинки (рис. 21.28), которую можно скачать в форматах JPG или PNG.

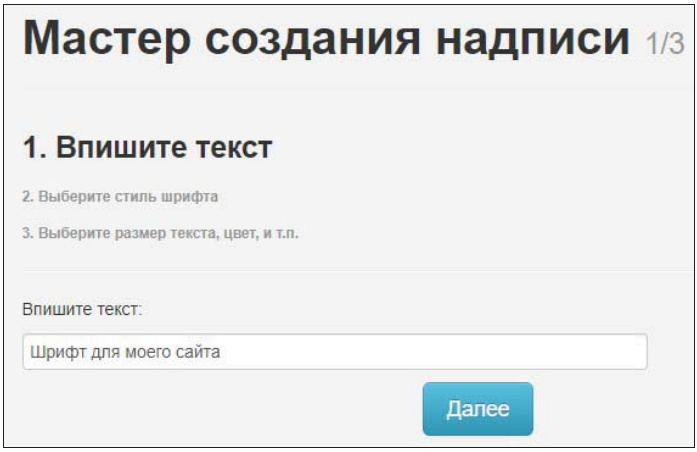


Рис. 21.24. Пишем текст

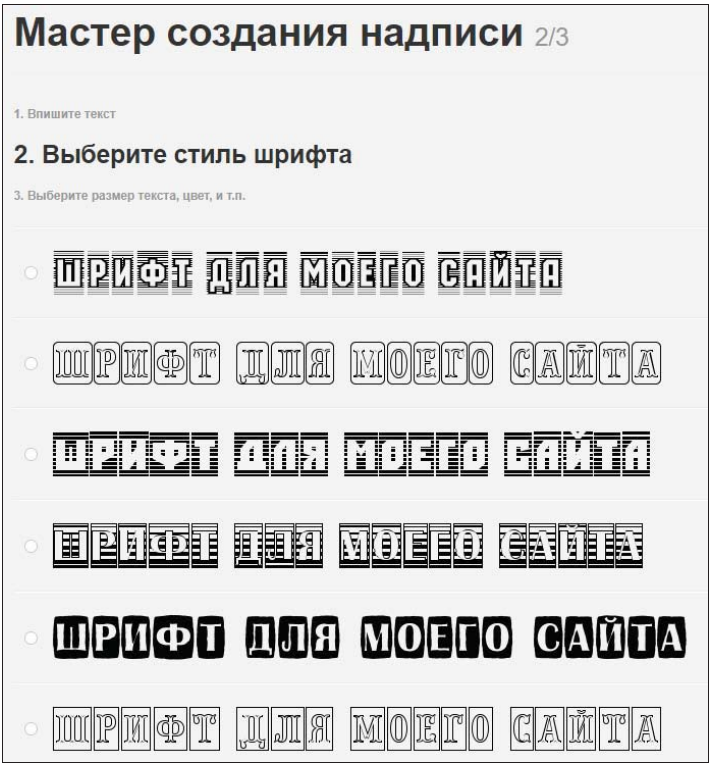


Рис. 21.25. Варианты стиля шрифта

Совет

В веб-дизайне принято использовать для заголовков кегль 36–60 пикселов, для подзаголовков — 18–24, для текстов — 14–18.



Рис. 21.26. Выбираем вариант стиля шрифта

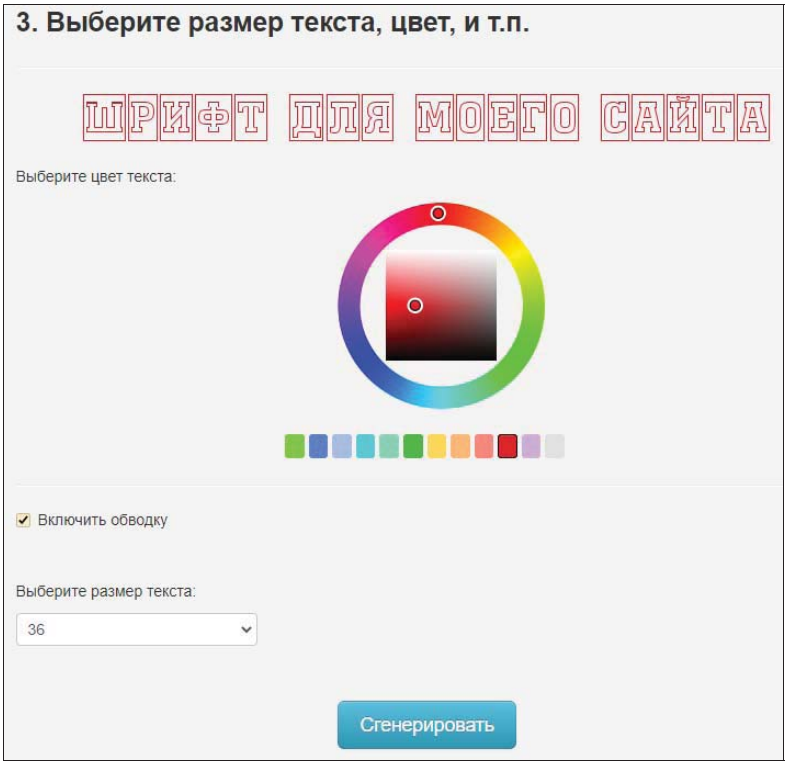


Рис. 21.27. Выбираем размер и цвет текста

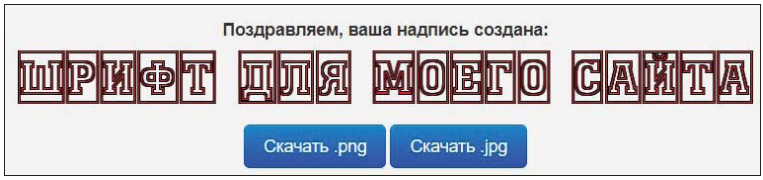


Рис. 21.28. Получаем надпись в виде картинки

Логотип для сайта

Несложный логотип на базе различных шаблонов можно бесплатно подобрать на сервисе Canva (**https://www.canva.com**). Перейдите на вкладке **Шаблоны** в раздел **Логотипы** (рис. 21.29) и (с учетом нашей образовательной направленности) выберите из предложенной библиотеки шаблонов на самые разные темы раздел логотипов образования (рис. 21.30). Учтите при этом, что шаблоны логотипов, снабженные значком короны , — платные.

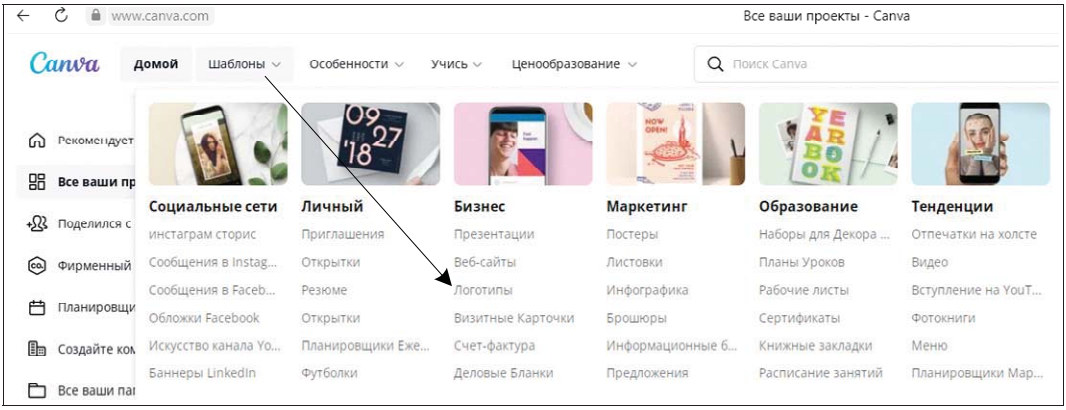


Рис. 21.29. Выбираем раздел **Шаблоны | Логотипы** на сервисе **Canva**

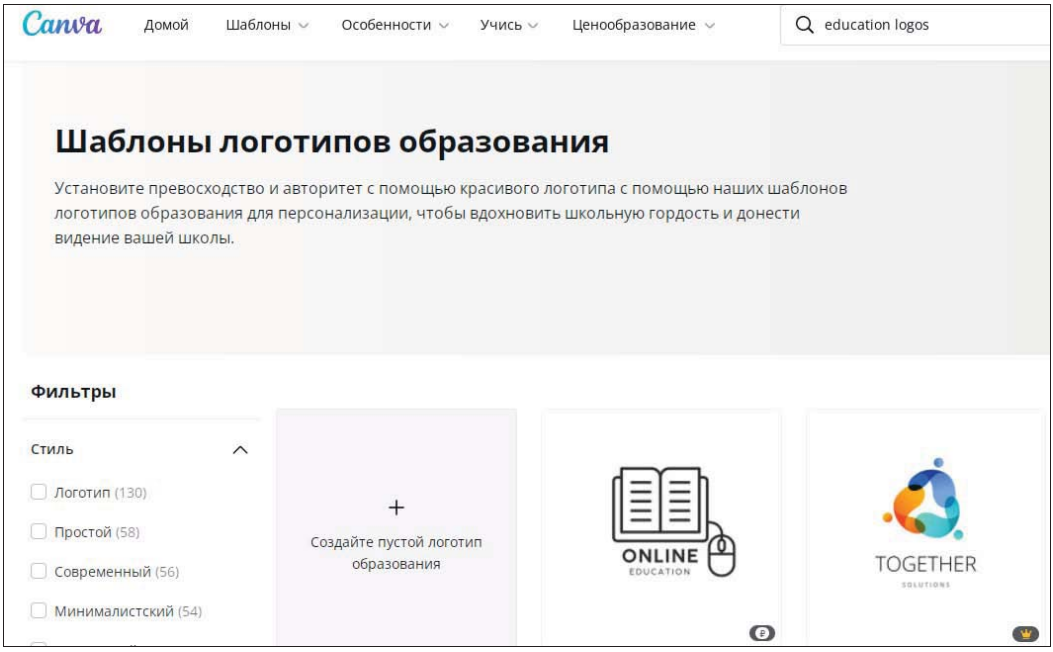


Рис. 21.30. Выбираем понравившийся логотип

Выбранный нами шаблон можно отредактировать, нажав на кнопку **Настройте этот шаблон** (рис. 21.31). Возможный результат такого редактирования показан на рис. 21.32.

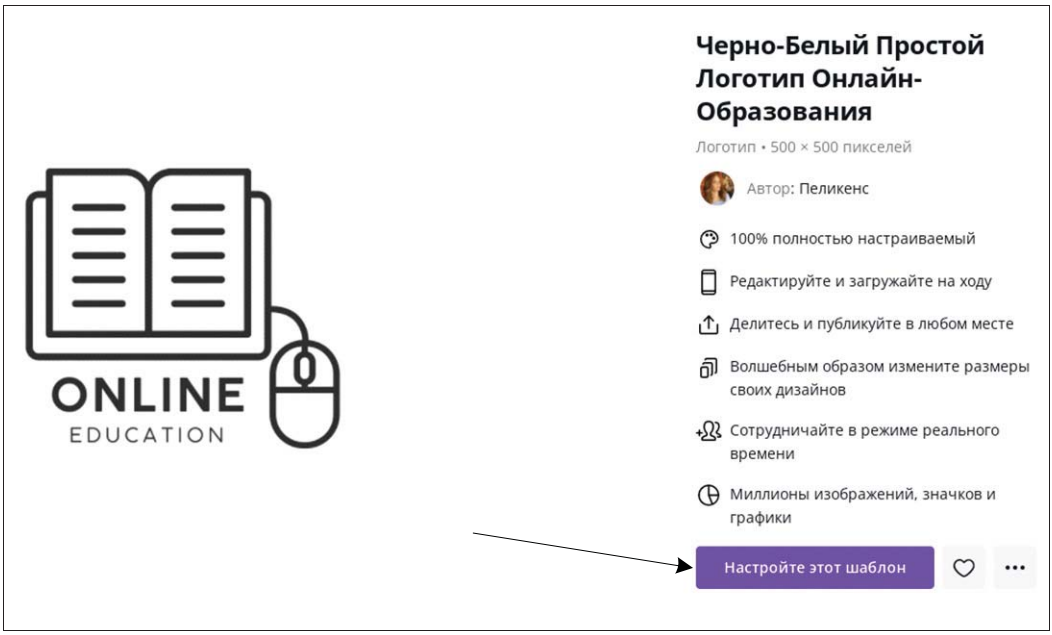


Рис. 21.31. Выбранный нами шаблон можно отредактировать, нажав на кнопку **Настройте этот шаблон**

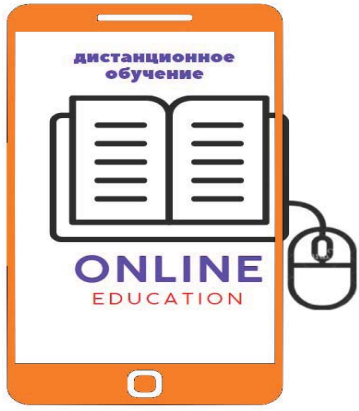


Рис. 21.32. Шаблон изменен

Обложка книги

Иногда полезно разместить информацию на сайте в виде обложки для книги. В этом нам поможет бесплатный сервис по созданию обложек для книг 3D-cover design (**http://3dcoverdesign.ru**).

Перед созданием 3D-обложки на этом сервисе нужно подготовить один (лицо) или два (лицо и оборот или корешок) файлов исходников такой обложки. Количество исходников зависит от выбранного вами шаблона.

Выберем сейчас для примера шаблон книги, показанный стрелкой на рис. 21.33, нажав на кнопку **Шаблон книги**. В результате откроется панель, в которую нужно загрузить файлы исходников для обложки (лицевую сторону и корешок). Нажмите теперь на кнопку **Создать 3D** — обложка книги будет сформирована (рис. 21.34) и готова для скачивания в формате PNG — с прозрачным фоном и в высоком разрешении.

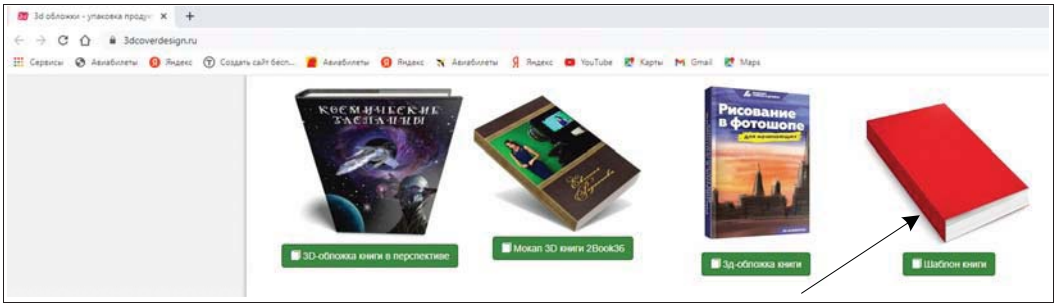


Рис. 21.33. Выбираем шаблон книги

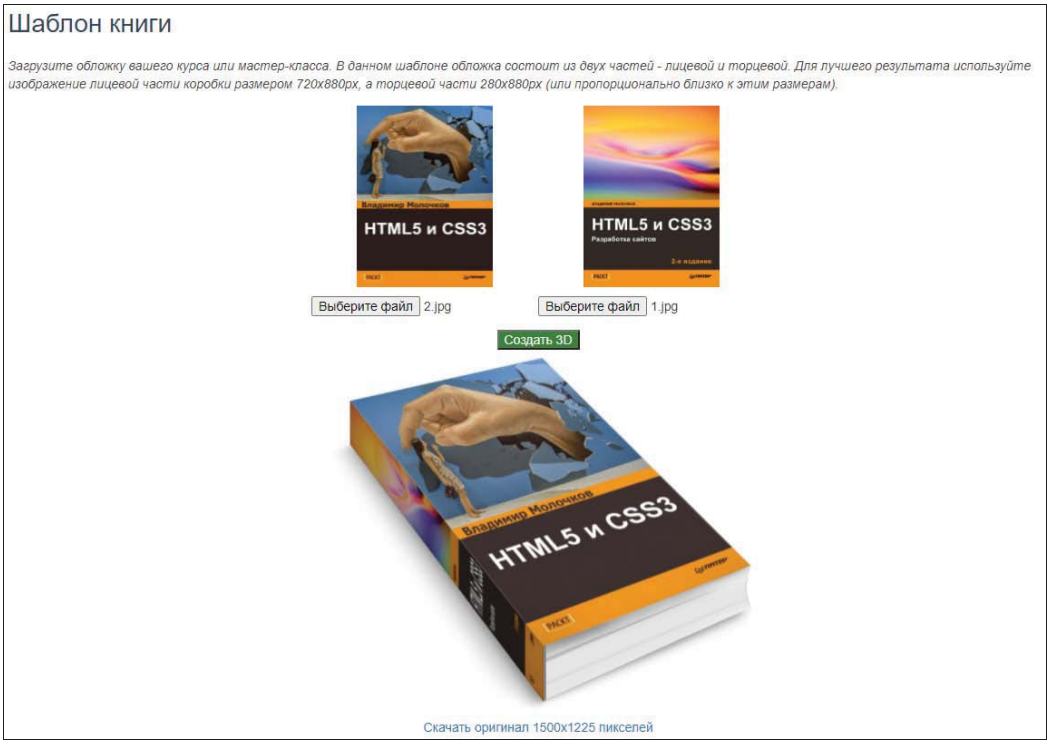


Рис. 21.34. Книга готова

Загрузка в WordPress PDF-файлов

Откройте запись и в режиме ее редактирования из раздела **Медиа** выберите команду **Файл** (рис. 21.35). Нажмите на кнопку **Загрузить**, выберите нужный PDF-файл на ПК (рис. 21.36) и нажмите на кнопку **Опубликовать**. После обновления записи посетители вашего сайта получат возможность прочитать или скачать загруженный вами PDF-файл (рис. 21.37).

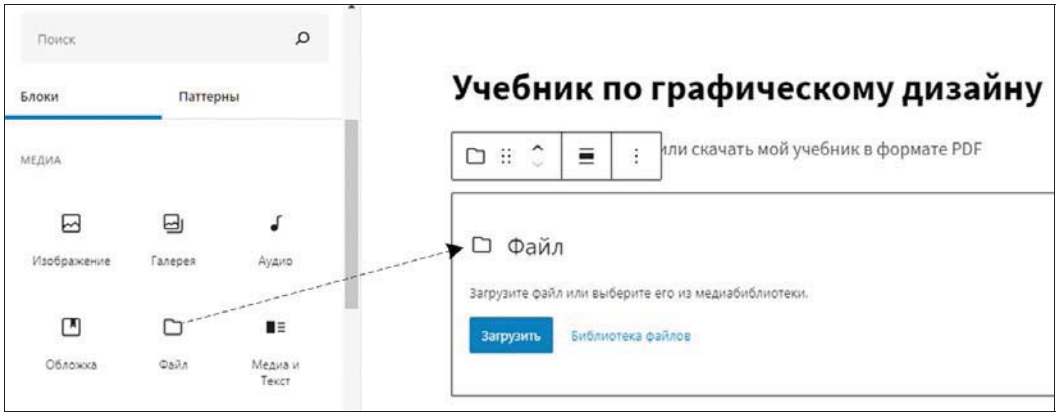


Рис. 21.35. Из раздела **Медиа** выбираем блок **Файл**

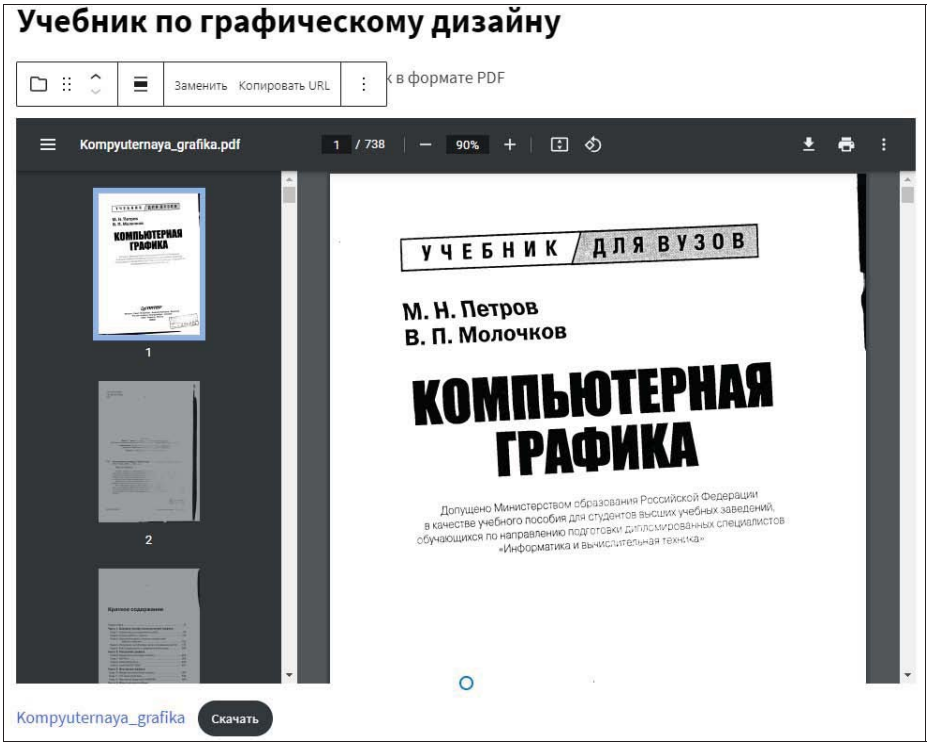


Рис. 21.36. PDF-файл готов к публикации

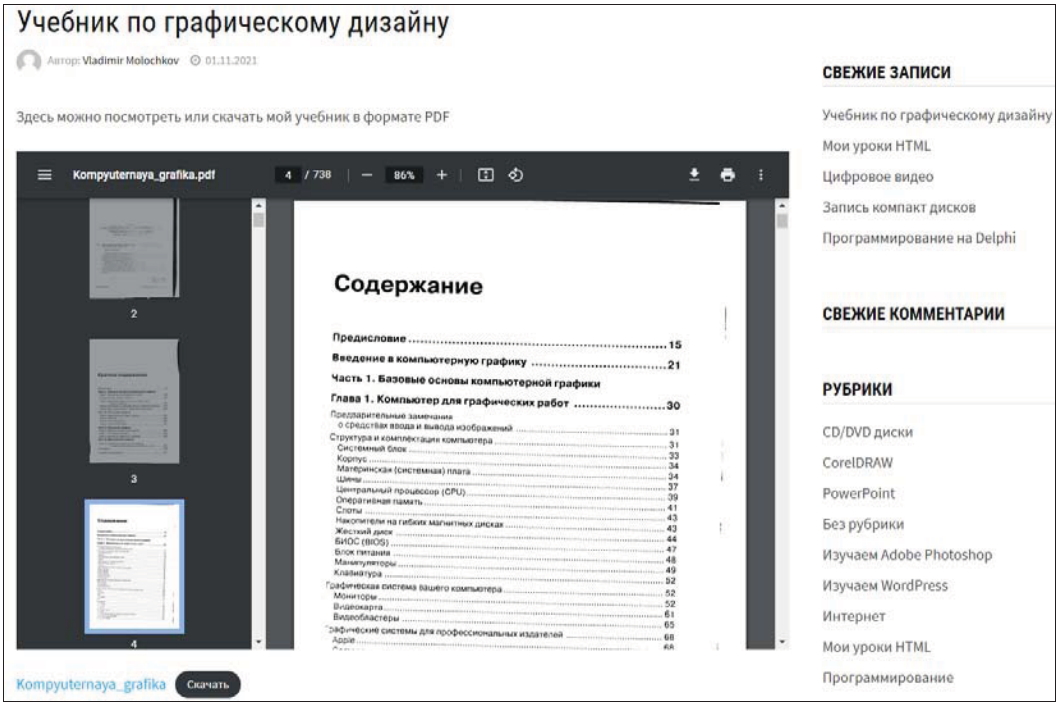


Рис. 21.37. PDF-файл размещен на сайте

Предметный указатель

A

Alt-описание 168
API 406

C

Camtasia Studio 288, 300
Canva 298
Cloudflare 91

F

Favicon (фавикон) 86

G

Google Custom Search 214
Google Search Console 205
Google Аналитика 209

I

IGTV (Instagram TV) 344
Instagram 340

L

Lightbox (лайтбокс) 105

P

Push-рассылка 265

R

RGB-код цвета 495
RSS-лента 194

S

SEO (Search Engine Optimization) 140
SEO-заголовок 163, 165
Sitemap (карта сайта) 78, 80
SSL-сертификат 91

T

TubeBuddy 290
Twitter 367

А

Автопостинг 403
Авторские права 489
Автосообщение 339
Адаптивность шаблона 37
Адресная книга 253
Альтернативный текст 169
Анкорная ссылка 176
Анонс 360

Б

Баннер 71
Безанкорная ссылка 176
Бот 404, 418
Брендинг 275

В

Валидатор 177
Валидность шаблона 35
Вебвизор 230
Взаимореклама 347
Видео с YouTube 121, 123
Видеокодер 282
Видеоредактор YouTube 286
Виджеты 57
Визит 225
ВКонтакте 317
Водяной знак 113, 313
Временная шкала 307
Выноски 308

Г

Галерея 130
Гарнитура шрифта 499
Гиперссылка 66
Главная страница сайта 24
Глубина просмотра 229
Горячие клавиши 304
Граватар 83
Графические примитивы 315
Группы 353

Д

Директы 343
Доменная почта 249
Доменное имя 17
Донаты 381

З

Заглушка 137
Захват видеоряда 303
Защита
◊ консоли от взлома 117
◊ от копирования 112
◊ от спама 118
Звуковой файл 125

И

ИКС, индекс качества сайта 178
Индексирование 180
Интернет-магазин chrome 494
Интродукция 298
Источники трафика 227

К

Каналы 389
Карта
◊ кликов (щелчков) 232
◊ сайта 184
Кластеризация 148
Клик 427
Ключевые слова 141, 160, 165
Ключевые фразы 483
Ключи 142
Кнопки
◊ действий 320, 374
◊ соцсетей 50, 82
Код счетчика 68
Кодек 305
Конверсия сайта 230
Консоль 21, 32
Конструктор карт Яндекса 202
Контекстная реклама 427
Контент-план 153
Копирайт 39
Копирайтинг 171
Кроссбраузерность 223

Л

Лиды 427
Лицензия General Public License (GPL) 43

М

Макет сайта 55
Метаописание 164, 165

Метатеги 394
Модерация 428
Монетизация 294, 381, 449, 470
◊ сайта 427

Н

Неуникальный контент 126

О

Оглавление 116
Опрос 127
Отказы 229
Офферы 418

П

Панель
◊ администратора 21, 32
◊ управления хостингом 18
Парсинг ключевых слов 142
Партнерская программа 449
Партнерский маркетинг 439
Перелинковка сайта 176
Переходы по ссылкам на сайтах 226
Плагин 17, 29
◊ Remove Powered by WordPress 40
◊ Bring Back the Get Shortlink Button 31
◊ Code Snippets 42
◊ Cyr to Lat enhanced 29
◊ Remove Footer Credit 41
◊ Rus-To-Lat 30
◊ Theme Authenticity Checker 44
◊ Менеджер загрузок WordPress 46
◊ Яндекс Поделиться 50
Платная реклама 365, 379
Платные темы (премиум) 33
Плейлист 283
Площадка 434
Поведенческий фактор 486
Поинты 418
Поисковая оптимизация 30, 157
Поисковик (поисковый робот) 170
Поисковый индекс 180
Поисковый робот 165, 180
Показ 427
Политика конфиденциальности 27
Пользователи 226
Посадочная (целевая) страница 148
Посетитель 225
Посещаемость сайта 225
Пост 323
Постер 323
Постоянные ссылки 26
Почтовая квота 250
Прогон сайта 173
Продвижение 345
Просмотр 225
Протокол
◊ HTTP 91
◊ HTTPS 91
◊ SSH 31
Профиль 353
Прямые заходы 225

Р

Разрешение записи 306
Ранжирование 220
Рассылки 249, 333
Режим инкогнито 422
Рейтинг 136
Релевантность 205
◊ текста 174
Рерайтинг 171
Рубрика 27

С

Свое видео 124
Сеансы 226
Семантическое ядро сайта 141
Сервис
◊ google.com/webmasters/tools/mobile-friendly 37
◊ jigsaw.w3.org/css-validator 36
◊ PageSpeed Insights 34
◊ Pingdom 34
◊ validator.w3.org 36
Синонимайзер 171
Скачивание 134
Скриншот 493
Смайлики 133
Сниппет 42
События 235
Соглашение об обработке персональных данных 72
Социальные сигналы 396
Социальные теги 394
Социальный замок 394
Специальные шрифты 499
Ссылочная масса 478

Ссылочный профиль сайта 471
Стандартные миниатюры 26
Статейность 480
Статейный маркетинг 475
Статистика ключевых слов (фраз) 144
Статическая страница 25
Страницы 353
Структура интернет-адреса сайта WP 54
Счетчик 68

Т

Таблица Google 148
Твиттер-лента 369
Технология Google AMP 217
Тизерная реклама 432
ТИЦ (тематический индекс цитирования) 178, 471
Токены авторизации 407
Топ выдачи 178
Транслит 29
Трансляция 282
Трафик 227
Турбо-страницы 193

У

Уникальность 171
◊ посетителя 226
Уникальный текст 171

Ф

Фавикон 490
Файл
◊ .htaccess 98
◊ robots.txt 78, 94
Фейки 418
Фолловер 50, 346

Х

Хештег 324, 341, 360, 377
Хлебные крошки 101
Хост 78
Хостинг 17
◊ SprintHost 96
◊ TimeWEB 91
◊ провайдер 17, 18, 52

Ц

Цветовые модели 497
Целевая аудитория 228

Ч

Черное SEO 418

Ш

Шаблон 21
◊ логотипа 88
◊ сайта 16
Шапка сайта 76
Шорткод 47, 61, 81, 110

Я

Язык PHP 39
Яндекс.Метрика 185