

# SEO:

Поисковая оптимизация от А до Я



24.01.2011 © [www.seobuilding.ru](http://www.seobuilding.ru)

## Введение

### Вступление

Эта электронная книга (**SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я**) является периодическим изданием, постоянно дополняется, изменяется и выходит в свет почти **ежемесячно**. Данная версия учебника от **24 января 2011** года.

Настоятельно рекомендую загрузить последнюю версию со страницы презентации:

[http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya\\_optimizaciya\\_v\\_obshih\\_chertah/seo\\_poiskovaya\\_optimizaciya\\_ot\\_a\\_do\\_ya/](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/)

Авторские права на эту книгу принадлежат Иванову И. И. (<http://www.seobuilding.ru/>).

Авторские права на статьи, входящие в книгу, принадлежат авторам этих статей.

Вы можете свободно распространять и передавать это издание.

Нельзя продавать или расплачиваться этой книгой за любые услуги. Она абсолютно бесплатна и взимание платы, в любом виде, за использование учебника, считается совершенно не законным.

При перепечатке каких-либо материалов этого издания, ссылка на первоисточник **обязательна**.

Книгу нельзя изменять, дополнять, переиздавать, без согласования с автором ([И. Иванов](#)).

### Благодарности

Наш учебник по поисковой оптимизации никогда не увидел бы свет без самоотверженного труда, на благо всех пользователей сети, замечательных и всем хорошо известных SEO блогеров. Более того, они все без исключения приняли мое предложение о создании этой книги в соавторстве. За что я им искренне благодарен.

Ниже приведены все соавторы SEO энциклопедии с прямыми ссылками на их блоги: [Игорь Иванов \(Sevab\)](#), [Сергей Кокушаров \(Devaka\)](#), [Александр Люстик \(MyOST\)](#), [Михаил Шакин \(Globator\)](#), [Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#), [Дмитрий КтоNaNovenkogo](#), [Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#), [Алексей Терехов \(Terehoff\)](#), [Дмитрий Голополосов \(Dimok\)](#), [Алексей Скорняков \(seo2z\)](#).

Особо хочу поблагодарить модераторов нашего [SEO форума](#), постоянно развивающих ресурс и без помощи которых было бы невозможно создание этого учебника. Вот их имена с прямыми ссылками на сайты:

[Владимир \(Chilies\)](#), [Роман \(Brabus\)](#), [Игорь \(armid\)](#), [Владимир \(vladimir1983\)](#), [Александр \(Delorean\)](#), [Антон \(orochimaru6\)](#).

Дизайн обложки книги выполнен [Русланом Алетдиновым \(Michie\)](#).

### Предисловие

Идея этой книги возникла у меня после того как составил подробный SEO учебник на нашем форуме.

Собственно вот он:

[http://www.seobuilding.ru/seo-forum/seo\\_kompanii\\_veb\\_studii/poleznye\\_statii\\_po\\_poiskovoi\\_optimizacii\\_seo/](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/seo_kompanii_veb_studii/poleznye_statii_po_poiskovoi_optimizacii_seo/)

Я и раньше читал любимые блоги наших лучших оптимизаторов, но к сентябрю месяца 2010 г. пришла идея систематизировать знания, на благо всех форумчан.

И вот 1 сентября 2010 года была открыта [эта ветка](#). Ушло много месяцев на подробный анализ более чем 50 лучших блогов и отбор самых полезных (с моей точки зрения) статей (более 200) для оптимизаторов. А на базе этих статей, в дальнейшем, пришла идея написать эту книгу. В нее вошли лучшие (опять же, с моей точки зрения) статьи моих замечательных соавторов, материалы [SEO форума](#), а также мои статьи.

Получился, одновременно, учебник, справочник и энциклопедия.

То есть, читая первый раз нашу книгу, вы можете использовать ее как учебник. Но так как в ней приведены обширные знания разных людей, накопленные за долгие годы оптимизации, можете к ней постоянно возвращаться как справочнику и энциклопедии. В книге почти нет «воды», чем грешат некоторые авторы.

Вся информация, без исключения, максимально полезна и написана «человеческим» языком. Поэтому, вне зависимости от степени вашей подготовки, вы легко сможете понять и освоить как основы поисковой оптимизации, так и более сложные приемы и методы раскрутки сайтов.

Под заглавием каждой статьи есть прямая ссылка на оригинал, поэтому желающие всегда могут ознакомиться с комментариями на сайте автора статьи.

Книга является периодическим изданием. Я буду, почти **ежемесячно**, дополнять и корректировать учебник. Поэтому убедитесь в том, что вы читаете последнюю версию энциклопедии. Ее вы всегда сможете найти на этой странице:

[http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya\\_optimizaciya\\_v\\_obshih\\_chertah/seo\\_poiskovaya\\_optimizaciya\\_ot\\_a\\_do\\_ya/](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/)

Замечу, что все **зарегистрированные пользователи** нашего сайта получают извещение об обновлении издания книги **в тот же день**.

Поэтому, если вы хотите быть в курсе изменений seo учебника, пожалуйста, **зарегистрируйтесь [на этом форуме](#)**, либо почаще навещайте [эту страницу](#).

Если вы считаете некоторые статьи SEO энциклопедии **устаревшими**, или даже **вредными**, пожалуйста выскажите [свое мнение в этой теме](#).

Если ваше мнение найдет поддержку читателей, **такие статьи будут исключаться** из новых изданий книги, что поможет нам, с одной стороны давать читателям самую актуальную информацию по поисковой оптимизации, а с другой сохранить размер книги в разумных пределах.

## Содержание

Введение.....	2
Вступление.....	2
Благодарности .....	2
Предисловие .....	2
Содержание .....	3
Основы поисковой оптимизации .....	8
Что такое SEO? .....	8
SEO терминология .....	10
SEO F.A.Q. – 215 вопросов по SEO  .....	17
Внутренняя оптимизация – тексты .....	17
Внутренняя оптимизация (ссылки, сайт, страницы).....	20
Внешняя оптимизация – ссылки .....	25
Ранжирование .....	37

Региональность .....	42
Запросы .....	45
Общие вопросы .....	46
Конкретные вопросы от начинающих .....	55
Тематика будущего сайта - как с ней определиться .....	56
Поддомены, папки и микросайты – что выбрать .....	58
Домены с www и без www – история появления, использование 301 редиректа для их склеивания .....	59
Как перенести сайт: 10 этапов переезда сайта .....	62
Раскручиваем сайт с нуля – рекомендация по наращиванию ссылочной массы .....	64
Бесплатное продвижение сайта .....	67
Как отличить хорошего донора от плохого .....	73
План раскрутки: С чего начать продвижение сайта? .....	75
Продвижение от А до Я .....	78
Поцелуй паука - моя схема бесплатного продвижения сайтов .....	79
Поисковая оптимизация, раскрутка и продвижение нового сайта глазами начинающих оптимизаторов .....	86
Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google .....	89
Внутренняя оптимизация сайта, что это? .....	106
Внутренняя поисковая оптимизация сайта .....	108
Внутренняя оптимизация – факторы беззатратного продвижения НЧ запросов .....	115
Внешняя оптимизация – общие положения и методы .....	118
Как раскрутить сайт .....	121
Адрес сайта на стекле автомобиля .....	124
Как раскрутить сайт с нуля .....	125
Высокочастотные, низкочастотные и среднечастотные запросы .....	129
Продвижение по низкочастотным запросам .....	130
Программы для оптимизации и продвижения сайта .....	138
Семантическое ядро: Ключевые слова .....	140
Подбор ключевых слов для продвижения сайта .....	140
Как подбирать ключевые слова для продвижения сайта .....	143
Составляем семантическое ядро для контент проекта .....	148
Под какое количество ключевых слов можно оптимизировать страницу? .....	150
Классификация вхождений ключевых слов .....	152
Контент вашего ресурса .....	155
Ультиматум сайту: контент или конец .....	155
Причины, по которым посетители покидают ваш сайт <b>new</b> .....	158
Usability для интернет магазина <b>new</b> .....	161
Usability тестирование своими силами <b>new</b> .....	165
Как бесплатно наполнять свой сайт контентом .....	166
Контент – текстовое содержание сайта .....	167
Дубликаты контента – мифы и решение проблемы .....	171
Определение дублированного контента .....	173
Уникальный контент – поприветствуем его величество .....	175
Как уникализировать контент для интернет магазинов и увеличить продажи .....	177
Особенности уникализации-оптимизации такого контента: фильмы, альбомы музыки <b>new</b> .....	179
На какой поисковый траф можно рассчитывать, зная позицию в выдаче .....	181
Получение дополнительного трафика .....	182
Железный метод увеличения поискового трафика .....	183
Поисковая оптимизация страниц .....	184
Как создать идеально оптимизированную страницу? .....	185
Оптимизации страниц под множество запросов .....	190
Типы поисковых запросов. Изучаем цели аудитории .....	194
Влияет ли Sitemap на индексацию? .....	198
Ошибки поисковой оптимизации .....	200
Основные ошибки поисковой оптимизации .....	200
Технические ошибки оптимизации сайтов .....	202

Сайт для людей, а не для поисковиков .....	204
Как не надо продвигать сайт .....	207
Продвижения по словам с ошибками .....	208
Цифры, числа... Берем врага количеством .....	209
5 причин ставить внешние ссылки у себя на сайте .....	209
5 способов увеличить продажи при продвижении сайта .....	211
Продвижение сайта – 5 самых грубых SEO ошибок .....	216
7 секретов успешного сайта .....	217
7 признаков покупных ссылок .....	218
7 способов превратить Ваш сайт в Линкомагнит .....	221
Восемь хитростей, используемых SEO-консультантами .....	223
9 экспертных SEO советов для маленького бизнеса .....	227
10 способов продвижения в обход Google .....	228
10 основных правил для локального продвижения .....	229
10 вопросов для SEO подрядчика или как найти специалиста по продвижению сайтов .....	232
10 самых популярных SEO мифов .....	236
10 практических советов по обмену ссылками .....	240
10 актуальных способов получить бесплатные ссылки на сайт .....	242
10 способов доказать ценность вашей SEO работы .....	244
10 проверенных методов ускорить индексацию сайта .....	247
11 советов по составлению успешных URL адресов .....	249
13 факторов оценки конкуренции по запросу .....	252
Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить .....	254
Внутренняя оптимизация сайта - 17 советов .....	259
17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки .....	260
Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов .....	270
22 лучших SEO плагина для Google Chrome .....	273
32 самых важных SEO подсказок .....	278
44 каталога статей .....	280
Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить .....	281
69 методов наращивания ссылочной массы прошедшего года .....	284
100 новых способов получения внешних ссылок .....	289
101 совет по покупке текстовых ссылок .....	298
149 англоязычных каталогов статей .....	302
Как я увеличил посещаемость этого блога с 350 до 1000 человек .....	305
Как из одной статьи сделать тысячи .....	308
Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год .....	313
Как получить 10000 ссылок за 3 недели .....	318
Продвижение ссылками .....	320
Искусство покупки ссылок .....	320
Биржи ссылок .....	321
Купить трастовые ссылки теперь просто .....	322
Сервисы покупки постовых и контекстных ссылок .....	324
Обратные ссылки, обратные ссылки, обратные ссылки .....	325
Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов .....	331
Обратные ссылки с профилей трастовых ресурсов за бесплатно <b>new</b> .....	339
Как разместить бесплатную ссылку на сайт .....	345
Сервисы определения ссылочного бюджета .....	352
Покупаем ссылки с минимальным риском и максимальной пользой .....	355
Инструкция по покупке ссылок в подписях на форумах .....	360
Google дает больший вес естественным ссылкам, располагающимся в тексте .....	364
Стоит ли обмениваться взаимными ссылками? .....	367
Распределение анкоров ссылочной массы .....	369
Составляем анкеры и описания для продвижения сайта .....	370
Советы по грамотному составлению анкоров .....	373

Ссылки с футера все еще работают!! .....	376
Вспоминаем главное свойство ссылок.....	378
Методы получения обратных ссылок на Интернет-магазин.....	379
Ценность ссылок и разнообразие доменов .....	381
Как добыть ссылки в трудных нишах .....	384
Разбавляем ссылки при продвижении сайта.....	390
Естественные ссылки за деньги <b>new</b> .....	392
Покупка ссылок: классификация параметров для отсева .....	394
Практические советы по наращиванию ссылочной массы <b>new</b> .....	397
Сапа. Советы новичкам.....	407
Вред от исходящих ссылок.....	408
Продвижение в буржнете .....	410
Как вывести сайт в топ под англоязычный сегмент .....	410
Продвижение англоязычного сайта - часть 1 .....	412
Продвижение англоязычного сайта – часть 2.....	417
Свежая база англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8 .....	426
Свежая база белых англоязычных каталогов с PR 4-8.....	428
Блоги, форумы, движки. Использование, оптимизация, раскрутка .....	433
Использование блога для продвижения сайта .....	433
Как сделать блог-многотысячник .....	434
Как легко и быстро найти рекламодателя для блога .....	438
Общение: блог или форум.....	440
Особенности развития и продвижения форумов.....	441
Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блоги.....	448
Куда добавить блог - мой список полезных ресурсов .....	452
Использование блогуна для раскрутки сайтов .....	456
Почему я покупаю верхние постовые?.....	459
Пресс релиз или постовой, что лучше для SEO .....	463
Как выбрать блоги для покупки постовых.....	464
Платные посты в западных блогах .....	467
Блог на поддомене или или в папке - как лучше?.....	469
Лучшие плагины Wordpress - 103 плагина.....	470
Внутренняя поисковая оптимизация блога на WordPress, установка и настройка плагина All in One SEO Pack ....	480
SEO в phpBB3 .....	486
SMF: Удаляем мусорные слова .....	487
Улучшаем индексацию сайта поисковиками – Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress .....	488
Пузомерки, ТИЦ, PageRank и т.д. Поднимаем рейтинг сайта .....	499
ТИЦ - что эффективно для его увеличения? .....	499
Как увеличить PR .....	501
Высокий PR за счет внутренних ссылок.....	504
Как увеличить PR - ищем сайты с высоким PR .....	505
Растолкованный PageRank.....	509
Фальшивый PageRank.....	529
Актуален ли Alexa Rank .....	530
Что такое Alexa Rank, для чего он нужен, установка Alexa Toolbar.....	537
Trust Runk и все о нем .....	547
Траст и авторитетность сайта в поисковых системах.....	550
О доменных пузомерках. Домен Ранк. Домен Траст. Домен Джус .....	556
Продвинутое SEO.....	560
Когда ожидать результатов продвижения? .....	560
SEO софт - кто чем пользуется? <b>new</b> .....	563
Как занять два места в топ 10 поисковиков .....	564
В ТОП по ВЧ. Неужели возможно?.....	567
Ответы о SEO от профессионалов .....	571
Линзы Squidoo - как их правильно создавать для продвижения сайта .....	575

Как определить целевую страницу для продвижения.....	581
Долгосрочная эффективная стратегия продвижения сайта.....	584
Черное SEO: Советы для вебмастеров.....	586
Дорвей или сателит.....	587
Продвижение социальными закладками.....	588
Привлечение посетителей на сайт – продвижение через социальные медиа <b>new</b> .....	589
Зарубежные SEO ресурсы, которые я читаю.....	594
Улучшаем ранжирование сайта, не изменяя его контент.....	597
Мелочи в SEO имеют большое значение.....	600
Как правильно составить информацию для регистрации сайта в каталогах.....	601
SEO и XHTML 2.0, HTML 5.....	605
Из чего состоит работа SEO специалиста?.....	608
Как стать профи в поисковой оптимизации?.....	612
Продвижение сайта: существующие схемы работы с заказчиком.....	613
Seo аудит сайта.....	616
SEO аудит – 9 пунктов проверки и анализа сайт.....	620
Полезные советы клиентам по SEO.....	629
Правильная работа с партнерскими программами.....	635
Что делать, когда резко снижаются позиции сайта.....	638
Как повысить позиции в поисковиках.....	641
Среднее время индексации.....	646
Часто задаваемые вопросы по индексации страниц сайта <b>new</b> .....	647
Роль окружающего текста в seo.....	652
Секрет продвижения статьями.....	654
Продвижение сайта статьями.....	657
Теги STRONG, EM, B и I в SEO.....	659
Использование и оптимизация тега title.....	661
Роль опечаток в SEO.....	665
Внутренние факторы ранжирования.....	668
Назначение и замена релевантных (целевых) страниц.....	670
Чему я научился при продвижении сайтов.....	673
Методы прикормки поисковых роботов.....	680
Обзор автоматических систем продвижения сайтов.....	682
Разное. Расширенная оптимизация.....	684
Как попасть в DMOZ — советы редактора.....	684
Как добавить сайт в каталоги Яндекс, Google (DMOZ), Mail ru, Рамблер (Rambler Top100), Апорт <b>new</b> .....	685
Как индексирует Google.....	691
SEO плагины под FireFox.....	696
Список поисковых ботов для User-agent в robots.txt.....	697
Поисковые запросы Google.....	698
Операторы запросов Яндекс.....	701
Яндекс.Маркет атакует поисковую выдачу!.....	705
Послесловие.....	707

## Основы поисковой оптимизации

В этом разделе представлены статьи для начинающих оптимизаторов. Профессионалы могут пропустить его, но поверьте мне, даже гуру знают не все, что описано в этой главе. Поэтому, рекомендую хотя бы ознакомиться.

### Что такое SEO?

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

#### Предисловие

Несмотря на то, что SEO является весьма распространенной областью деятельности в сети Интернет, многие не знакомы с этой сферой и ищут ответы на вопросы: что такое SEO, каким оно бывает, кто им пользуется, нужно ли SEO вообще. В представленной статье осуществлена попытка ответить на эти и другие вопросы, связанные главным – чем же все-таки является SEO?

Если вы знакомы с тем, что такое SEO и используете его в своей деятельности, тогда пропустите данную статью, здесь вы не найдете чего-либо нового или полезного для себя. Эта статья написана для новичков, которые ни разу раньше не слышали о SEO или слышали, но не задавались вопросом что это такое.

#### Определения SEO

SEO является аббревиатурой от *Search Engine Optimization*, что в переводе означает **оптимизация под поисковые системы** или просто **поисковая оптимизация**.

Посмотрим, как рассматривают SEO в сети Интернет.

<http://www.searchenginewriting.com/glossary.shtml>

SEO это форма онлайн маркетинга, поисковая оптимизация или поисковый маркетинг это процесс создания сайта и его контента максимально релевантным как для поисковых систем, так и для пользователей. Успешный поисковый маркетинг (SEO, SEM) помогает сайту занимать высокие позиции по релевантным ключевым словам и фразам в результатах поиска.

<http://www.trendmx.com/help/website-promotion-glossary.aspx>

Поисковая оптимизация (SEO) – это процесс увеличения количества пользователей на web-сайт путем увеличения его ранга в результатах поиска в поисковых системах. Чем больше рейтинг сайта в поисковых результатах, тем больше вероятность того, что пользователь посетит ваш сайт. Практически, все пользователи Интернет не переходят далеко по страницам поисковых результатов, поэтому позиция сайта очень существенна для привлечения большего количества трафика.

<http://www.voodoo.co.uk/e-Glossary.htm>

SEO это процесс, когда для вебсайта применяется такая структура, технология и контент, что поисковые машины поощряют его и дают больший рейтинг для определенных ключевых фраз.

И более развернутый ответ на википедии: [http://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine\\_optimization](http://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_optimization)

Поисковая оптимизация это процесс редактирования и организации контента на странице или на сайте для увеличения его потенциальной релевантности по определенным ключевым словам в определенной поисковой системе. SEO это один из ключей деятельности web-маркетинга и может привлечь различные виды поисков, включая поиск по картинкам, локальный поиск, а также вертикальный поиск. SEO рассматривает как работают поисковые системы и как ищут пользователи. Оптимизация сайта в основном включает редактирование его контента и HTML кода для того, чтобы увеличить релевантность по

определенным ключевым словам и чтобы удалить барьеры для процесса индексации поисковыми роботами.

<http://www.aa7.ru/seo/term/>

“Оптимизация сайта” (SEO) — фактически подготовка к раскрутке сайта в поисковых системах. Состоит из технической оптимизации и оптимизации контента. В результате хорошей оптимизации сайта поисковые системы начинают лучше и быстрее “видеть” (индексировать) все страницы сайта, что очень важно для дальнейшей раскрутки сайта.

Подытоживая вышеприведенные определения SEO, можно сказать, что **поисковая оптимизация** это процесс работы на сайте, его внутренними факторами, влияющими на ранжирование в поисковых системах – структурой, контентом, кодом HTML, его внешними факторами ранжирования – ссылками на сайт с целью увеличения релевантности ресурса определенным, заранее известным ключевым словам, увеличения популярности сайта для поисковых машин и, соответственно, увеличения позиций в поисковых результатах для привлечения большего количества посетителей на сайт. Профессионалы SEO должны разбираться в алгоритмах работы различных поисковых систем, как они индексируют контент, алгоритмах поиска и ранжирования сайтов, а также профессионалы должны понимать то, как пользователь ищет нужный материал, его психологические особенности при работе с сетью Интернет.

## SEO: Черное vs Белое

Как и в достижении успеха в любой деятельности, в поисковой оптимизации имеется несколько подходов увеличения рейтинга в поисковиках и привлечения трафика. Методы, при использовании которых не следует никаких санкций со стороны поисковых систем по отношению к сайту, которые не запрещены правилами, описанными в условиях и соглашениях в каждой поисковой системе, которые не обманывают пользователя, нашедшего контент по определенным ключевым фразам, являющийся релевантным этим фразам, называются **белыми методами оптимизации**.

В противовес к белым имеются также **черные методы оптимизации**, которые подразумевают в себе достижение цели любым способом, в том числе и обманным. [Некоторые приёмы черной оптимизации](#) были описаны ранее. Используя эти приёмы, владелец сайта рискует тем, что его ресурс может быть забаненным модераторами поисковых систем.

К черным методам оптимизации относят такие методы, как:

- клоакинг (когда пользователи и боты видят разный контент);
- использование страниц-дорвеев для перегона трафика;
- использование невидимого для пользователя, но видимого для поисковиков текста;
- спамдексинг, поисковый спам, ссылочный спам;
- линкбомбинг;
- другие методы, нуждающиеся в санкциях со стороны поисковиков.

При создании хорошего ресурса для людей, либо корпоративного сайта, использование черных методов не допустимо, так как все они дают лишь временный эффект. Для длительного нахождения сайта в поисковых системах на высоких позициях необходимо использовать лишь белые методы оптимизации, которые существуют со времен появления поисковых систем.

Серьезные SEO фирмы, беря проект на продвижение, используют только белые методы при оптимизации сайта, дабы не зачернить свою репутацию. Однако среди этих различий имеются и другие методы оптимизации, в том числе и **серая**. Серые методы отличаются от черных лишь в том, что за них не идет санкций, исключения из поиска, но зачастую к таким “серым” сайтам поисковики применяют автоматические фильтры, которые могут сдвинуть сайт на задние позиции. Серые оптимизаторы являются, в основном числе, большими профессионалами, чем белые и черные оптимизаторы, так как умеют обойти правила и не получить санкций.

## Нужна ли оптимизация?

При создании новых ресурсов в сети Интернет следует позаботиться о том, какая аудитория его будет посещать, и откуда будут приходить пользователи. Создание сайтов лишь для людей может осложнить его индексацию или интерпретацию поисковыми роботами, таким образом, сайт может долго развиваться и так и не достигнуть своих целей. Золотая середина в том, чтобы сделать сайт таким, чтобы он был интересен и для пользователей и для поисковых роботов.

В данном случае нельзя никак обойтись без SEO. SEO не нужно лишь при создании персональных страниц, ориентированных только для самого владельца или ограниченной группы людей. Однако, в современном виртуальном мире все больше и больше распространяются сервисы по предоставлению каких либо товаров (интернет-магазины, продажа мебели и др.) либо услуг (установка кондиционеров, окон, и др.). Таким ресурсам необходимо, чтобы заинтересованный пользователь сам находил их сайт, соответственно, их компанию и стал их клиентом. Очень сложно в конкурентных тематиках достигнуть какого-либо притока клиентов из сети Интернет без SEO.

SEO необходимо, но что делать, если вы в этом совсем не разбираетесь? Если вашему сайту нужна помощь, возможно, стоит обратиться к профессионалам, которые могут обеспечить вашему сайту хорошее положение в результатах поиска и таким образом принесут дополнительных клиентов вашей фирме. А также читайте этот [SEO блог](#) и, возможно, вы будете больше разбираться в некоторых вопросах касательно оптимизации.

## SEO терминология

[Авторы: SASHA SEO, Chiliec](#)

**Бан** (*жаргонное выражение вебмастеров, происходит от английского ban – запрещать*), означает способ наказания поисковой машиной за применение спаммерских приёмов, который состоит в запрещении сайта к индексации и удалению его из базы. Какие бы усилия ни были вложены в оптимизацию сайта, после бана ни одного посетителя из данной поисковой системы не придёт. Восстановление в индексе не гарантировано, обычно требует личной переписки с разработчиками и в любом случае занимает длительное время.

**Браузер** (*программа просмотра, browser*), программа, установленная на компьютере пользователя и позволяющая просматривать документы в определённых форматах (html, xml и др.). Программа позволяет ввести в поле адреса URL сайта и, при наличии соединения с Интернетом, получить указанную страницу с веб-сервера.

**ВИЦ** (*взвешенный индекс цитирования (ИЦ) Яндекса, учитывающий число страниц*), ссылающихся на сайт, и собственный ВИЦ этих страниц. Рассчитывается для каждой страницы в базе Яндекса. Обновляется два раза в неделю. Является одним из факторов, влияющих на положение страницы в результатах поиска Яндекса.

**Входная страница** (*входная страница - страница сайта*), оптимизированная под одну или несколько поисковых фраз с целью попадания на высокие места в результатах поиска. Автоматически созданный дорвей содержит случайный текст, в котором периодически встречается нужная поисковая фраза, и потому не приносит посетителю никакой пользы. Созданный вручную дорвей может быть осмысленной страницей по узкой теме, полезной и нужной пользователю.

Дорвей. Жаргонизм от английского doorway (входная дверь, портал). Означает то же, что и Входная страница.

**Индекс** (*база данных поисковой машины, так называемый инвертированный индекс*), обычно напоминает индекс терминов, применяемый в учебниках и научных изданиях. Содержит словарь слов, встречающихся

на интернет-страницах, с приписанными к ним списками адресов интернет-страниц, содержащих эти слова. Служит для поиска страниц с вхождениями заданных ключевых слов. Индекс пополняется поисковым роботом во время периодических обходов Интернета.

**Индексирование** - процесс обхода страниц сайта и помещения их в базу поисковой машины. Только после индексации страницы она может быть найдена в поисковой машине.

**ИЦ** - количество доменов, ссылающихся на сайт, рассчитанное по технологии компании Яндекс. Из общего числа доменов, как правило, исключаются ссылки с сайтов, расположенных на бесплатных хостингах, ссылки из гостевых книг, форумов, ряда каталогов. Влияет на положение сайта в каталоге Яндекса. Обновляется еженедельно.

**Клоакинг** (*маскировка, происходит от английского to cloak (маскировать)*), способ работы веб-сервера, когда пользователь, приходящий на страницы сайта, видит одно содержимое, а поисковая машина - другое. Реализуется с помощью отслеживания IP-адресов поисковых роботов и выдачи им другой информации. Клоакинг позволяет скрыть спам, благодаря которому страница находится высоко в результатах поиска, и выдать пристойное содержание пользователям. Обнаружение клоакинга в большинстве случаев приводит к занесению сайта в "чёрный список" поисковой системы и полному прекращению его индексации.

**Конверсия** - отношение числа посетителей, воспользовавшихся предлагаемой на сайте услугой, к числу пользователей, пришедших на сайт. Также может идти речь об отношении числа посетителей сайта, воспользовавшихся предлагаемой на сайте услугой, к числу пользователей, увидевших рекламу сайта, либо услуги.

**Контекстная реклама** - реклама, содержание которой зависит от запроса пользователя к поисковой системе. Так как подобная реклама показывается только тем, кто целенаправленно ищет информацию на тему запроса, её эффективность намного выше обычной. CTR контекстной рекламы составляет 3-4%, но нередко достигает и 30-40%. Подобная реклама обеспечивает лучшую конверсию посетителей в покупателей.

**Мета-теги** - специальные указания для поисковой машины, находящиеся в тексте страниц, но не отображаемые пользователю в браузере. Чаще всего используют мета-теги Keywords и Description. Первый включает список ключевых слов, которым соответствует страница, а второй - её краткую аннотацию. Современные поисковики не придают серьёзного значения мета-тегам при ранжировании страниц.

**Непотистский спам** - простановка ссылок исключительно для учёта их поисковыми серверами и увеличения таким образом значений ссылочной популярности (в разных её модификациях), с целью повлиять на положение сайта в результатах поиска.

**Поисковая оптимизация** (также продвижение сайта, также "раскрутка" сайта, оптимизация сайта, поисковая оптимизация, SEO) - набор действий по изменению сайта и элементов внешней среды с целью получения высоких мест в результатах поиска по заданным запросам.

**Поисковый робот** - программа, являющаяся составной частью поисковой машины, и предназначенная для обхода страниц Интернета с целью занесения их в базу поисковика. Порядок обхода страниц, частота визитов регулируется алгоритмами поисковой машины. Запретить индексацию всего сайта или его части можно с помощью файла robots.txt, содержащего инструкции для поисковых роботов.

**Поисковый спам** – различные методы обмана поисковиков и их посетителей, с целью повышения ранга страницы в результатах поиска. Различные поисковики имеют разные определения того, что считать спамом; наиболее общее определение гласит "поисковый спам" - это любые приёмы или тексты, рассчитанные только на роботы поисковых машин, а не предназначенные для "живого" посетителя.

**Ранжирование** - процесс выбора страниц из базы поисковой машины, соответствующих запросу пользователя, и упорядочение их по степени убывания соответствия (релевантности) запросу.

**Редирект** (от английского *redirect* (*перенаправление*)), программное решение или скрипт, который принудительно перенаправляет пользователя с выбранной страницы на другую страницу, возможно, не соответствующую интересам пользователя.

**Релевантность** (от английского *relevant* - *относящийся к делу*), обозначает соответствие найденного документа запросу, сделанному пользователем поисковой системы.

**Ссылочная популярность** (от английского *link popularity*), общее название технологий, позволяющих, при расчёте релевантности документа определённому запросу, учитывать авторитетность документа - наличие в Сети ссылок на этот документ или домен, на котором он находится, и текст этих ссылок. Существует несколько реализаций ссылочной популярности, применяемой различными поисковыми системами - PageRank (Google), ВИЦ (Яндекс), ИЦ (Апорт). Как правило, во всех существующих модификациях учитывается также ссылочная популярность доменов или документов, ссылающихся на данный домен или документ.

**Стоп-слова** - служебные единицы языка, не несущие самостоятельной смысловой нагрузки. К ним относятся предлоги, союзы, междометия и т.д. Как правило, удаляются поисковой машиной из образа индексируемой страницы с целью снижения нагрузки на поисковый сервер и уменьшения размеров индекса. При обработке запроса пользователя стоп-слова также удаляются из запроса. У каждой поисковой машины обычно имеется свой собственный набор стоп-слов. К стоп-словам могут относиться и просто слишком часто встречающиеся в Интернете служебные последовательности знаков, например, `http`, `www`, `.com`.

**тВИЦ** (*Тематический ВИЦ*) - взвешенный индекс цитирования Яндекса, рассчитанный с учётом соответствия тематики сайтов, ссылающихся на данный, тематике данного сайта. Пока не применяется.

**Титул** - содержимое тега `title`. Отображается в качестве заголовка окна браузера при демонстрации страницы и в качестве заголовка найденной страницы в результатах поиска.

**Фрейм** - часть веб-страницы, построенной на основе фреймов. Идеология фреймов напоминает окна операционной системы, привязанные к одному месту веб-страницы --пользователь может менять любое из окон, в то время как остальные остаются неизменными. Фреймы предназначены для сайтов со сложной навигацией; не рекомендуется использовать их в других случаях, т.к. из-за особенностей фреймовой структуры они неудобны для роботов поисковых машин.

**Хит** - обращение браузера к веб-серверу. Обычно употребляется в более узком смысле - обращение к веб-странице (документу типа `.html`, `.php`, `.cgi`, `.asp` и т.д.), исключая, таким образом, запросы к файлам, содержащим графические изображения, служебные запросы и т.д.

**Хост** - IP-адрес посетителя, впервые зафиксированный веб-сервером или сервисом статистики в течение определённого периода времени (суток, часа). Один уникальный посетитель может засчитаться как один хост (если он имеет выделенный только для него IP-адрес), не считаться хостом вообще (если IP-адрес закреплен за группой пользователей, к примеру, за прокси сервером, с помощью которого несколько пользователей осуществляют доступ в Интернет, и с этого адреса уже было зафиксировано посещение) или считаться за несколько хостов (если IP выделяется пользователю динамически, скажем, при доступе через `dialup connection`).

**Юзабилити** - Калька с английского *usability*, означает удобство использования сайта.

**Cookie** - небольшой файл, создаваемый браузером пользователя (по указанию программного обеспечения на веб-сервере), содержащий определённые данные. Как правило, используется для определения уникальности пользователя, времени его последнего визита, личных настроек, сделанных пользователем.

**CTR** (сокращение от английского *Click-Through-Ratio*), отношение числа кликов по рекламному материалу или ссылке к числу их показов посетителям. Выражается в процентах.

**PageRank** - алгоритм расчёта авторитетности страницы, а также сам показатель авторитетности в численном выражении.

**Внешние факторы ранжирования** – учитываемые поисковой системой при ранжировании документов факторы, не относящиеся к структуре, контенту и прочим качествам самого сайта. К внешним факторам относится входящая ссылочная масса – количество и качество ссылок (и страниц-доноров этих ссылок) на продвигаемый сайт, а также список их анкоров. В отдельную группу факторов нужно вынести поведенческие. Соотношение во влиянии на успех продвижения – примерно 30% от внутренних, 30% от внешних и 30% от поведенческих (в разных тематиках соотношение может меняться).

**Внутренние факторы ранжирования** – качества сайта, влияющие на его оценку поисковыми системами. Это тематика и количество уникального контента, соответствующая правилам HTML-верстка, отсутствие каких-либо запрещенных технологий (типа клоакинга) и вирусов, правильно настроенные сервер и система управления контентом, логичная и соответствующая целям поискового продвижения внутренняя перелинковка и так далее. Все они работают по принципу, схожему со знаменитой «кадкой Тимирязева»: если открытая сверху бочка сделана из досок разной длины, то воды в нее можно налить ровно столько, сколько позволяет самая короткая. Очевидно, что преимущество от отличного контента на сайте (тексты с вхождениями ключевых слов – необходимое условие для успешного продвижения!) может быть уничтожено неправильными настройками редиректа или случайным закрытием всего раздела от индексации через файл robots.txt. Во внутренней оптимизации мелочей нет – нужно добиться идеального состояния сайта.

**Внутряк** – внутренняя страница сайта (страница второго, третьего и последующих уровней вложенности по отношению к главной).

**Выдача (SERP, Search Engine Results Page)** – страница выдачи поисковых результатов. Показывается пользователю поисковика в ответ на запрос. Все популярные ПС демонстрируют первые десять наиболее релевантных (соответствующих запросу) результатов – это и есть ТОП10. Попасть в первую десятку по нужным ключевым словам очень важно, так как следующие 10 результатов смотрят менее 20% пользователей (по коммерческим запросам – еще меньше). ТОП10 «снимает все сливки», борьба за места в нем – основная задача SEO.

**ГС («говносайт»)** – термин, который применяется для сайтов, созданных исключительно для технических целей «черной» или «серой» оптимизации, а также продажи рекламы. Живому посетителю делать на них нечего – они не содержат никакой полезной информации и, обычно, производятся сотнями в автоматическом или полуавтоматическом режимах. Подавляющее большинство сателлитов относятся как раз к категории ГС.

**Донор** – страница, на которой покупается ссылка. Должен отвечать определенным требованиям качества и другим SEO-критериям – только в этом случае купленная ссылка будет эффективной.

**Дублированный контент** – одна из причин склейки сайтов и наложения фильтров. К сожалению, поисковые системы пока не предоставляют процедуры защиты прав на тексты и прочий контент, при этом достаточно плохо определяют первоисточник. Поэтому если какой-либо недобросовестный конкурент или просто вебмастер, ищущий тематические тексты для сателлитов, позаимствует у вас тексты, то поисковая система вполне может и понизить ваш сайт в результатах поиска, и полностью исключить из них по определенным запросам – показывая вместо вашего сайта ресурс, позаимствовавший ваши тексты.

**Жирная страница (жирная ссылка)** – качественная страница (или ссылка с такой страницы) с очень хорошими SEO-параметрами.

**Зеркало** – сайт, который по мнению поисковой системы является частичной или полной копией другого

сайта. Самый частый случай возникновения зеркала – отсутствие серверного редиректа с кодом 301 URL с www и без www (то есть сайт просто выдает поисковику одинаковые страницы по адресам, например, [www.site.ru/page.html](http://www.site.ru/page.html) и [www.site.ru/page.html](http://site.ru/page.html)). Поисковик «склеивает» зеркала, то есть в индекс пропускается и в дальнейшем принимает участие в ранжировании только одно из них. Подробную информацию о работе с зеркалами можно найти в соответствующем разделе помощи сервиса Яндекс.Вебмастер.

**Инвайт (приглашение)** – специальная ссылка с идентификатором или цифровой/буквенный код, который позволяет зарегистрироваться в каком-либо закрытом сервисе. Регистрация в новых перспективных сервисах – например, биржах ссылок – на раннем этапе позволяет оценить их возможности и создать сеть рефералов, благодаря которой можно обеспечить себе хороший пассивный доход.

**Капча (CAPTCHA, Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart)** – механизм защиты от автоматического сабмита, нежелательных комментариев и регистраций и так далее. Представляет собой поле формы, куда необходимо ввести показанное на картинке слово или цифры. При этом картинка искажена, что препятствует системам распознавания текста их «прочитать», но человек легко с этим справляется.

**Каскад фильтров** – одна из основ работы автоматизированной системы продвижения сайтов SeoPult, представляющая собой набор фильтров, применяемых к покупаемым Системой ссылкам. Важно понимать, что фильтры работают не последовательно, а параллельно, но с разными весовыми коэффициентами. Это позволяет покупать ссылки, максимально похожие на естественные. Система настраивается аналитиками на основании постоянно проводимых экспериментов и исследований, что гарантирует актуальность и оптимальность автоматического режима SeoPult. При этом для пользователя отсутствует необходимость разбираться в тонкостях «внутренней кухни». К примеру, для запроса с бюджетом на ссылки 25 рублей работает один каскад фильтров, для слова с бюджетом 10 000 рублей – другой.

**Клик (щелчок, переход)** – щелчок мышью по гиперссылке или кнопке, который приводит к перемещению пользователя на другую веб-страницу или подгрузке дополнительных динамических элементов данной веб-страницы.

**Ключевые слова (ключевые запросы, ключевые поисковые запросы, ключевики)** – словосочетания, по которым страницы сайта выводятся в ТОП поисковых систем. Полный список ключевых слов также может называться «семантическим ядром».

**Колдунщик** – сервис Яндекса, распознающий определенные типы запросов. На эти запросы пользователь получает специфическую выдачу. Распознаются, например, запросы об отключении горячей воды, курсе валют и так далее. Полный список колдунщиков можно найти на этой странице: <http://company.yandex.ru/technology/features>.

**Конверсия** – процент посетителей сайта, выполнивших требуемые действия (цели, goals). Более узкое значение термина – процент посетителей, ставших клиентами компании-владельца сайта после ознакомления с сайтом (сразу или в отдаленном будущем). Конверсия зависит от качества сайта: информативности, удобства, дизайна, понятности, рекламного эффекта и так далее. Забота о повышении конверсии – одна из основных задач интернет-маркетолога. Мало привлечь на сайт целевых посетителей: от них нужно добиться желаемых действий.

**Контент** – содержание, наполнение сайта. Информация, представленная на веб-страницах. Хотя обычно под «контентом» подразумевают тексты, на самом деле это и изображения (фотографии и иллюстрации), и видеоролики, и интерактивные элементы. С точки зрения SEO самым важным является текстовый контент: его уникальность (отсутствие копий, в том числе и частичных, на других сайтах), насыщенность ключевыми словами, объем и HTML-верстка.

**Корневой каталог** – основная папка сайта на сервере. Сайт размещен на диске сервера так же, как какая-нибудь программа на Вашем жестком диске. Именно в корневом каталоге сайта обычно находятся файлы robots.txt, .htaccess, index.html и подкаталоги с контентом.

**Кросспостинг** – добавление нового контента одновременно на несколько площадок. Термин обычно применяется к блогам: новую запись (пост) помещают в несколько сетевых дневников на различных площадках.

**Куки (cookies)** – файлы, в которых сайты сохраняют информацию о себе на компьютере пользователя. Благодаря кукам пользователя «запоминают»: он не должен заново регистрироваться и авторизоваться при повторном посещении сайта и так далее. Еще одно интересное применение – «следающая реклама»: объявления, релевантные поисковым запросам пользователя, «преследуют» его в течение некоторого времени на сайтах, которые он посещает. Эта технология работает, например, в РСЯ (Рекламной сети Яндекса).

**Кэш поисковиков** – хранилище всего, до чего может дотянуться робот-паук. Документы (веб-страницы и их контент) не только индексируются, но и копируются (хотя обычно и без картинок) поисковиком. Пользователю доступен как переход на сайт, так и просмотр сохраненной в кэше поисковика страницы – на случай, если нужный сайт в настоящий момент не работает.

Отправлено 27 Октябрь 2010, 10:45:05

**Мертвая ссылка** – ссылка, ведущая на отсутствующую (временно или окончательно) страницу. Страница считается окончательно исчезнувшей, если сервер выдает код 404 (Not Found). Присутствия таких ссылок на сайте необходимо избегать.

**Метатег** – параметры HTML-разметки, определяющие свойства документа. Это описание страницы (Description), ключевые слова (Keywords), выбор кодировки (Content-Type), языка (Content-Language), указания для поисковых роботов (Robots, Visit), запрет для браузера кэшировать страницу, информация об авторе страницы.

**Метрика** – у термина два значения: 1) параметр, характеризующий какой-либо процесс («метрикой успеха поискового продвижения является видимость сайта в поисковых системах»...); 2) сокращенное название системы статистики Яндекс.Метрика.

**Монетизация** – способы получения дохода от каких-либо проектов и сайтов, прямо не предназначенных для извлечения прибыли (то есть прибыль от интернет-магазина идет и без монетизации, а чтобы получать доход от ведения блога или какого-либо информационного сайта, необходимо разработать способы монетизации – например, разместить блоки контекстной рекламы).

**Морда** – главная страница сайта.

**Морфология** – формы слов (падежи, склонения, спряжения и так далее). В русском языке слова могут сильно изменяться в зависимости от контекста употребления. Поэтому поисковые системы должны уметь распознавать все формы (морфологический поиск) и «понимать», какие страницы наиболее релевантны запросам пользователей. В контенте страниц необходимо употреблять как прямые (чистые, точные) вхождения продвигаемых ключевиков, так и словоформы – поисковики их распознают.

**Непот-фильтр** – один из самых старых фильтров Яндекса. Накладывается на сайт, на страницах которого слишком много исходящих нетематических ссылок (или если страница классифицирована как «размещающая ссылки, предназначенные только для увеличения веса страниц-реципиентов»). Приводит к заметному снижению или обнулению передаваемого «веса» – площадки-доноры под непот-фильтром неэффективны. Фильтр накладывается автоматически, поэтому после устранения причин санкции (лишних ссылок) автоматически снимается – правда, через некоторое время. Последние версии непот-фильтра применяются Яндексом к сайту, отдельным разделам сайта и страницам или отдельным ссылкам.

Термин «непот-фильтр» восходит к латинскому слову «внук», а в современной культуре непотизм – слово для обозначения кумовства. Римские папы раздавали земли и чины своим ставленникам и родственникам, что приводило к злоупотреблениям. Интересно, что для такой обычной вещи, как фильтрация лишних ссылок, сотрудники Яндекса подобрали такое нетривиальное название.

**НЧ, СЧ, ВЧ** – низкочастотные, среднечастотные и высокочастотные ключевые запросы. Частотность – это количество запросов определенного словосочетания, сделанного пользователями поисковых систем за месяц. Также стоит упомянуть другую характеристику запросов – конкурентность, то есть сложность вывода в ТОП10 по причине высокой активности, большого количества конкурентов и серьезных бюджетов на SEO. Чаще всего высокочастотные запросы являются одновременно и высококонкурентными, однако это не совсем синонимы.

**ООО «Продвижение»** – печально известная организация, кстати, имеющая много юридических лиц, которой удалось подорвать доверие к SEO у многих сотен клиентов. Использование методов «черной» оптимизации, забаненные сайты, отказ от финансовых и прочих претензий – лишь небольшой перечень грехов этой фирмы. Название стало именем нарицательным – оно применяется к SEO-спамерам, недобросовестным специалистам и конторам.

**Парсер** – приложение, которое занимается сбором данных из открытых источников (парсингом) и их систематизацией. С помощью парсеров накапливаются массивы информации, которые помогают специалистам ставить эксперименты, разрабатывать оптимальные схемы и стратегии продвижения, создавать специальные сервисы. Простейший пример – выдача поисковика парсится для съема позиций продвигаемого сайта.

**Пассаж** – «кусочек» текста веб-страницы. В процессе работы с контентом поисковик разбивает текст документа на пассажи – небольшие куски, которые затем подвергает анализу для определения его лингвистических параметров.

**Паук (краулер, бот, робот поисковика)** – система поисковой системы, осуществляющая индексацию веб-страниц интернета. Переходя по ссылкам, робот-паук копирует, обрабатывает и заносит в специальную базу данных все веб-страницы. Отследить заходы пауков на страницы вашего сайта можно по логам сервера или с помощью систем статистики. Полный список идентификаторов краулеров Яндекса можно найти здесь. User-agent робота Google – GoogleBot, Rambler – StackRambler.

**Пертигентность** – практически полный синоним релевантности. Иногда имеет дополнительное значение «КПД информационной полезности» – то есть отношения нужной пользователю информации ко всему полученному на запрос объема данных. В этом смысле пертигентность – метрика качества поисковой выдачи.

**Песочница (sandbox)** – фильтр, налагаемый англоязычным Google на новые (по дате регистрации домена и фактического присутствия сайта на домене) сайты. Он создан для борьбы с дорвеями и сателлитами – чтобы создаваемые автоматически сайты не могли сразу попасть в ТОП, а сначала «доказали» свою полезность посетителям и соответствие критериям качества. Также под «песочницей» иногда имеют в виду фильтр и коэффициент пессимизации, который накладывается на сайт, получивший за очень короткий промежуток времени слишком большое количество входящих ссылок, не слишком похожих на естественные. Подробнее о естественных ссылках можно почитать в четвертом выпуске нашей рассылки.

**Пессимизация** – понижение сайта в результатах поиска, проводится поисковой системой автоматически или вручную (модераторами). Данная санкция может быть наложена за различные нарушения.

**Плата за показы (PPi, pay per impression)** – одна из самых старых систем оплаты интернет-рекламы. В большинстве случаев применяется для оплаты размещения баннеров. Деньги с рекламодателя списываются за показ рекламного блока, а не за клик по нему.

**Платон Щукин** – герой SEO-мифов, коллективное «я» сотрудников техподдержки Яндекса.

Подробнее эту тему можно [почитать на форуме](#).

## SEO F.A.Q. – 215 вопросов по SEO new

[Автор: Алексей Скорняков \(seo2z\)](#)



Представляю вашему вниманию долгожданный **SEO F.A.Q.** В данной статье будут ёмкие, информативные ответы на **215 вопросов по SEO** и продвижению сайтов. Ответы максимально краткие, но полезные. Вопросы собирались с форумов и блогов, были отсортированы по рубрикам:

1. Внутренняя оптимизация – тексты
2. Внутренняя оптимизация (ссылки, сайт, страницы)
3. Внешняя оптимизация
4. Ранжирование
5. Региональность
6. Запросы
7. Общие вопросы

### **Внутренняя оптимизация – тексты**

#### **1. Как узнать, что сайт под фильтром АГС?**

1. Резкое сокращение количества индексируемых страниц (обычно остаётся до 50 страниц)
2. Длительное отсутствие внутренних страниц в индексе без предшествующей полной индексации сайта (в меньшинстве случаев)

#### **2. Как вывести сайт из-под фильтра АГС?**

Пересмотреть структуру сайта с целью выявления дублирующих контент страниц и запрета их индексирования. Обычно дубликатами контента являются страницы:

- Теги (метки)
- Страницы печатной версии
- Результаты поиска по сайту
- Дублирующие категории (странице присвоено 2 и более категорий)
- Остальные, характерные скрипту дублирующие страницы

Страницы-дубликаты следует запрещать к индексированию (метатеги, robots.txt, noindex контента).

Стоит обратить внимание на уникальность заголовков Title. Заголовки должны быть уникальными и максимально соответствовать каждой странице.

Внутренние ссылки на страницы-дубликаты следует убрать с целью уменьшения их статического веса.

### **3. Как не попасть под АГС?**

Для того, чтобы не попасть под фильтр АГС следует:

1. Избегать дубликатов контента на разных страницах (если уже в индексе, проверяем поиском произвольных пассажей внутри сайта – [проверка](#))
2. Уникализировать заголовки Title каждой страницы, добиться максимального соответствия контента заголовку
3. Уникализировать контент дублирующих страниц (если закрытие от индексации невозможно – для каждого раздела, странице меток размещаем уникальный внутри сайта текст)
4. Меньше ссылаться на дублирующие страницы, чаще ссылаться на нужные страницы

### **4. Спасает ли от фильтра АГС присвоение сайту определённого региона?**

Нет. Регион не имеет отношения к данному фильтру.

### **5. Что такое пассажи?**

Пассажи – это “правильные предложения”. Разделителями пассажей являются:

1. . А (точка + пробел + заглавная буква)
2. ? А (вопросительный знак + пробел + заглавная буква)
3. ! А (восклицательный знак + пробел + заглавная буква)
4. Теги – <h\*>, <div>, теги табличной вёрстки, <p>

### **6. Могут ли различаться структуры пассажей для молодых и старых сайтов?**

Могут, но зависимости между возрастом сайта и структурой пассажей (короткие, длинные) не наблюдается.

### **7. Можно ли использовать вложенные теги или использовать стили в тегах?**

Вложенные теги могут сообщить поисковым системам о неправильной вёрстке, возможное следствие которой – не правильное отображение информации. Лучше всего использовать стили, файл .css

### **8. Снижается ли вес слов от их количества в заголовке?**

Да. Чем меньше слов, тем больше вес каждого из них. Но это не всегда выгодно, разбавлять запросы в заголовках требуется в большинстве случаев.

### **9. Как относится ПС к смене некоторых русских букв в слове на английские и другие языки?**

Как к неправильному слову, которое не будет учитываться как исходное слово.

## 10. Считает ли Яндекс за чистые вхождения в текст те слова, которые содержатся в анкерах ссылок на внутренние страницы?

Да. Анкор – это такой же текст страницы, как и простой контент. Часто в сниппетах выделяется именно анкор внутренней ссылки.

## 11. Как определить отношение оптимального количества повторений ключевого словосочетания к общему количеству знаков текста (плотность, тошнотность)?

Оптимальной плотности (так же как и тошнотности) не бывает. Эта метрика изжила себя как параметр, который стоит подглядывать у конкурентов.

Однако, смотреть среднее значение этого параметра у сайтов из ТОП-10 неправильно. Следует искать максимально приближённый к вашему сайт (количество текста, возраст домена, пузомерки, индексация) и анализировать его показатели, пытаясь приравнять к ним свои.

## 12. Есть ли путевый и рабочий метод влиять на сниппет страницы в Яндексе?

1. Для НЧ НК запросов – одно вхождение (любой формы) в текст и будет состоять в сниппете (+ окружающие 1-2 предложения)
2. Если же вхождений много (СК, ВК запросы), то предугадать будущий сниппет трудно. Обычно он состоит из 1-2 предложений, которые содержат не более 1 чистого вхождения (при многословном запросе) + 1 морфологического (возможно разбавленного). Можно почитать доклад от rookee на РОМИП “[Алгоритмы контекстно-зависимого аннотирования](#)” и [презентацию](#).

## 13. Какое идеальное соотношение типов вхождений запроса на странице, включая разделение на морфологию, прямого и разбавленного?

Чем больше разных форм запроса (в т.ч. разбавленные), тем правильнее построен текст, тем меньше вероятности попасть под фильтры и больше шансов иметь “идеальный для ТОП-а текст”.

Идеального соотношения не бывает, но количество чистых вхождений в большинстве случаев должно преобладать над суммой остальных.

## 14. Как влияет равномерность распределения ключевых слов на продвигаемой странице на результат выдачи?

На данный момент равномерное распределение запросов в тексте положительно сказывается на информационных ресурсах, которые полностью раскрывают ответ на запрос пользователя.

В коммерческих тематиках и конкурентных запросах распределение ключевых слов по тексту слабо коррелирует с позицией в выдаче. Однако, следует придерживаться именно равномерному распределению, которое говорит о том, что весь текст посвящён запросу.

Полезно: [анализ кучности](#)

## 15. Как считать вхождения в текст двухсловников и запросов с большим количеством слов?

Многословные запросы обычно считаются в пределах одного пассажа. Если некоторые слова многословного запроса не употребляются в пассаже, то запрос называется “неполным”.

Полезно: [типы вхождений](#), [инструмент подсчёта вхождений в пассажи](#)

## **Внутренняя оптимизация (ссылки, сайт, страницы)**

### **16. Роль длины URL продвигаемой страницы?**

Зависимость между длиной URL продвигаемой страницы и позицией в выдаче не наблюдается. Яндекс давно научился преобразовывать URL в [навигационные цепочки](#), тем самым игнорируя длину реального URL.

### **17. Актуальность URL на кириллице вида <http://sayt.ru/бла-бла-бла-бла.html>**

Актуальности нет. Подсветка вхождений в кириллические URL работает так же как и в транслитные URL.

### **18. Кириллица в URLе. Хорошо или плохо?**

Скорее плохо. Кириллические URL визуалью преобразовываются в наборы символов (в браузерах, мессенджерах).

### **19. Работает ли обмен ссылками?**

Работает. Но только с тематическими сайтами, размещающими ссылки только на сайты схожей тематики.

### **20. Как скрыть ссылку от ПС?**

- Атрибутом `rel="nofollow"` можно запретить учёт ссылки при ранжировании (однако роботы ПС, возможно, будут переходить, но анкор в анкор-лист не попадёт и ссылка учитываться не будет)
- Тегом `<noindex>` скрывается только анкор ссылки, но ссылка будет учитываться при ранжировании, вес будет перетекать
- Javascript: ссылки в javascript не учитываются, по ним не переходят роботы
- Удалить ссылку со страницы

### **21. Почему в большинстве случаев под определенный запрос в выдачу попадает страница с тегами?**

Страница с тегами, в большинстве случаев, обладает наибольшим статическим весом (сквозная ссылка в меню, футере) + постоянно обновляется контентом, касающимся запроса (за счёт публикации новых постов).

### **22. Что такое статический вес страницы?**

Статический вес страницы – это мера, условно характеризующая отношение количества ссылающихся внутренних страниц и количество страниц, на которые она ссылается.

В простом варианте учитываются:

1. Количество ссылающихся страниц
2. Количество страниц, на которые ссылаются
3. Вес страниц первых двух пунктов

Программа для расчёта условного веса страниц (примерно соответствующую реальному расчёту весов страниц в ПС) – [Page Weight](#). Формула расчёта:

$$PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + \dots + PR(Tn)/C(Tn))$$

- где PR(A) — это вес PageRank страницы A (тот вес, который мы хотим вычислить)

- D — это коэффициент затухания, который обычно устанавливают равным 0,85
- PR(T1) — вес PageRank страницы, указывающей на страницу A
- C(T1) — число ссылок с этой страницы, PR(Tn)/C(Tn) означает, что мы делаем это для каждой страницы, указывающей на страницу A

### **23. Принципиальные отличия продвижения главной и внутренней страницы.**

Главная страница в большинстве случаев обладает (должна обладать) максимальным статическим весом, который может перебивать остальные внутренние факторы. Тем самым морда может:

- Иметь меньший процент разбавки анкор-листа
- Пренебрегать требуемым параметрам текста (количество вхождений, объёмы)
- Экономить ссылочный бюджет
- Не требовать более тщательной перелинковки

### **24. На какой процент страниц сайта в идеале должны вести внешние ссылки?**

Идеал – на все информативные и полезные потенциальным посетителям страницы. Процент зависит от структуры и смысловой нагрузки сайта. Может быть как 10 % так и 99 %

### **25. Как сохранить 100%-ую индексацию страниц блога/сайта?**

1. Избавляться от дубликатов страниц
2. Делать каждую страницу полезной для посетителей
3. Перелинковывать страницы с уникальными, не повторяющимися анкерами
4. Прорабатывать структуру сайта с целью чёткого разделения уровней вложения. Больше 4-го уровня вложения страниц на сайте не приветствуется.
5. Смотреть вопрос № 3

### **26. Влияет ли присутствие .html в адресе сайта (url) на ранжирование в поисковых системах? То есть адрес может быть такой: http://site.ru/new/ и такой: http://site.ru/new.html**

Нет. Присутствие в адресе .html не влияет на позицию в поисковой выдаче и не сказывается положительно при ранжировании.

### **27. Можно ли внешними факторами подвести сайт, торгующий в Sape, под АГС?**

Нет. В большинстве случаев манипулирование внешними факторами является совпадением с попаданием сайта под фильтр АГС.

### **28. Влияет ли положительно на продвижение 301 редирект с версии сайта без www на версию с www или наоборот (в зависимости от того, как склеены зеркала)?**

Яндекс прекрасно умеет определять главное зеркало сайта, в то же время, учитывая входящие внешние ссылки на не основное зеркало. Однако, стоит подстраховаться и сделать 301-й редирект с не основного зеркала на основное, иногда бывают глюки.

### **29. Есть ли смысл прописывать внешние ссылки на сайт только с www или только без www, когда ПС уже склеили зеркала?**

Нет. Вес будет перетекать на основное зеркало, не теряясь “по дороге”.

### **30. В каком случае стоит закрывать от индексации ссылки и как избежать растекания веса со страницы?**

Все “не полезные” и не тематические внешние ссылки стоит закрывать от индексации (вопрос № 20), чтобы страница не теряла свой вес. Так же, внутренние ссылки на “не полезные” страницы тоже нужно закрывать от индексации.

### **31. Насколько важно избегать дубликатов внутренних страниц при продвижении?**

Избегание дублей страниц является важной составляющей при продвижении. Последствия могут быть весьма плачевными: АГС, смена релевантных страниц, заниженное ранжирование, прочие фильтры.

### **32. Имеет ли значение на каком движке делать сайт, есть ли у яндекса определенные предпочтения на счет cms?**

Имеет значение только потому, что некоторые движки малопригодны для оптимизации сайта и приведения его в подобающий для продвижения вид: одинаковые title, title = h1, сквозные тексты, отсутствие возможности перелинковать страницы, ссылки в javascript и прочее.

Предпочтений ПС к движкам не наблюдается. Любые совпадения – лишь показатель особенности движка.

### **33. Стоит ли продвигать в Яндексе страницу одновременно по ВЧ и НЧ запросам? (к примеру, один ВЧ и 20 НЧ запросов на одной странице)?**

Стоит или нет – решает для себя каждый оптимизатор. Но продвигать можно, причём успешно.

Продвижение, к примеру, 1 ВЧ и 20 НЧ способствует: избеганию фильтров на спамность, улучшению поведенческих факторов за счёт увеличения “конверсионной составляющей”.

Но, при неправильном подборе запросов для одной странице можно понизить внешний коэффициент релевантности (слишком размытый анкор-лист).

### **34. Есть ли смысл ссылаться с внутренних страниц сайта на его главную 2 раза, при условии, что одна ссылка – сквозная с анкором “главная”?**

Сквозные ссылки обладают меньшим весом, чем контекстные (точечные) со всех страниц, но большим, чем одна точечная ссылка. Две сквозных ссылки на морду делать не стоит, лучше задуматься о проставлении точечных ссылок из контента страниц с нужным анкором (если первая сквозная “главная”).

### **35. Что такое траст сайта? Какие факторы и метрики влияют на траст?**

Общепринятые понятия траста и его факторов – вымысел отчаявшегося оптимизатора. Однако, отрицать некую совокупность внешних и внутренних факторов сайта, в итоге определяющую “уровень доверия ПС” – невозможно.

На траст сайта могут влиять как внутренние, так и внешние факторы. Как те, на которые оптимизатор может повлиять, так и те, на которые не может.

Измерить траст сайта и вывести численный коэффициент невозможно, но следует обращать внимание на то, чтобы сайт был максимально полезным, правильно оптимизированным, обладал максимально естественной ссылочной массой, имел хорошую структуру и как следствие – индексацию.

### **36. Сколько максимум должно быть внешних ссылок с главной страницы продвигаемого сайта?**

Максимального количества ссылок нет, и не будет. Однако, следует всегда минимизировать количество внешних ссылок с целью избегания передачи веса.

### **37. Может ли большое количество страниц продвигаемого сайта быть негативным фактором?**

Смотря, в каком ключе рассматривать вопрос. Если все страницы не содержат дубликатов, содержат только уникальные тексты, то их количество будет только положительно сказываться на продвижении. Если же основная часть страниц – дубликаты, не уникальные тексты, то большое количество таких страниц будет негативно влиять на индексацию, продвижение.

### **38. Предположим, по 5 запросам идет продвижение морды. Но по всем этим ключам есть второстепенные страницы. При внутренней оптимизации перелинковку грамотно делать со ссылками на второстепенные страницы или на главную все-таки?**

В данном случае, перелинковать можно, поставив ссылки на главную страницу со всех второстепенных страниц с чистым или морфологическим вхождением. Так же с главной можно ссылаться на часть (не все) второстепенных страниц с уточняющим анкором в ссылке (разбавленные вхождения в анкор).

### **39. Есть ли эффект от того что многие оптимизаторы в подвале сайта ссылаются с ключом анкором на главную страницу этого же сайта?**

Безусловно. Главная страница получает дополнительный статический вес и сквозной анкор с ключом в свой внутренний анкор-лист. Однако желательно ссылаться на главную не только из футера, но и из контента страниц (в случае если главная активно продвигается).

### **40. Влияет ли транслит написания ключа в Title (пример – титл: Отзыв о фильме Аватар – otziv\_o\_filme\_avatar) на продвижение?**

Да, но скорей транслитный дубль будет негативно сказываться ввиду того, что многократное повторение ключевого слова в заголовке носит “спамный характер”.

### **41. Как правильно делать перелинковку страниц сайта?**

Для каждого сайта перелинковка страниц планируется индивидуально, в зависимости от целей.

Проще понять как сделать правильную перелинковку позволят ответы на вопрос “Для чего нужна перелинковка?”:

1. Связывание всех страниц сайта с целью перехода по ним посетителя и поискового робота. Как следствие – хорошая индексация сайта в целом
2. Прокачка нужных страниц статическим весом. Статический вес распределяется по уровням вложений, по убыванию от главной страницы сайта (далее УВ-2, УВ-3...). К примеру: **Главная->Рубрики->Статьи**
3. Составление нужного “внутреннего анкор-листа” с целью продвижения запроса

Эти 3 пункта практически полностью характеризуют необходимость перелинковки страниц.

Полезно: [грамотная перелинковка](#)

## 42. Как лучше сделать перелинковку интернет-магазина с целью продвижения множества НЧ запросов?

Для того, чтобы минимально продвинуть НЧ запросы интернет-магазина нужно, чтобы каждая страница имела хотя бы 1 входящую внутреннюю ссылку. Оптимальный вариант 2 ссылки.

Один из основных шаблонов перелинковки интернет-магазинов:

Главная: ссылается на разделы

Разделы ссылаются:

1. главную
2. друг на друга
3. на все страницы “анонса товаров” (1 страница анонса товаров содержит несколько товаров 10-20)
4. на часть товаров

Анонсы товаров ссылаются на:

1. Главную
2. Разделы товаров
3. Друг на друга
4. Сами товары

Страница товаров ссылаются на:

1. Раздел, в котором состоит товар
2. Следующий раздел
3. На предыдущий и следующий товар (например, по ID)
4. На некоторые страницы товара (похожие, покупались недавно, ХИТы, предыдущие или следующие 3-5 товаров)

## 43. Если с продвигаемой ранее страницы сделана переадресация (301-й редирект) на новую, как будут работать купленные ссылки?

Купленные ссылки не потеряются, а будут передавать вес на новую страницу.

## 44. Как запретить к индексации домен без www?

- Сделать переадресацию (301-й редирект) с домена без www на домен с www
- Добавить в robots.txt строчку “Host: [www.site.ru](http://www.site.ru)” в блоке правил для Яндекса, тем самым указав основное зеркало
- Запрет индексации домена без www (метатеги, robots.txt) лучше не ставить

## 45. Есть ли толк от комментирования статей продвигаемого сайта с точки зрения поисковиков и продвижения?

- Страница обновляется, на неё чаще заходят роботы, в итоге улучшается общая частота индексации сайта
- В комментариях часто употребляют самые частотные слова текста (обычно они являются продвигаемыми) тем самым повышая релевантность документа
- Положительные отзывы влияют на конверсию (увеличение процента вероятности транзакции), так же как и отрицательные (уменьшение)

- Возможно влияние на поведенческие факторы (задержка на странице, конверсия, переходы по внутренним страницам, совершение транзакций, “невозврат” обратно в поиск)

#### 46. Какими способами можно запретить определённые страницы к индексации?

1. В файле robots.txt запрет определённых страниц осуществляется с помощью Disallow
2. Метатег <META NAME=»ROBOTS» CONTENT=»NOINDEX»> на страницах, которые не нужно индексировать
3. Тег <noindex> в части не нужного текста страницы, который нужно запретить к индексации

Полезно: [robots.txt](#)

#### 47. Как заменить одну страницу на другую в выдаче (без удаления текущей)?

Если страница заменилась на другую в выдаче, то, по мнению ПС:

1. Она менее релевантна заменённой
2. Нужная страница находится под действием санкций (чаще всего фильтры “[ты-спамный](#)”)

Для замены страницы обратно на исходную следует предпринять меры, характерные вышеописанным пунктам:

1. Манипуляция релевантностью – [замена страницы](#)
2. Выход из-под фильтров

#### 48. Можно ли продвинуть сайт по ВК запросу исключительно благодаря внутренней оптимизации?

Однозначно сказать невозможно, но бывают случаи, когда получается без большого бюджета выйти в ТОП-10 по ВК запросу. Для этого нужно:

1. Провести грамотный анализ выдачи и конкурентов
2. Убедиться, что сайт не содержит технических и структурных ошибок
3. Убедиться, что сайт возрастной, располагает хорошим доверием со стороны поисковиков (имеет естественную ссылочную массу, хороший трафик, не только поисковый, хорошую конверсию, время посещения страницы, глубина просмотров и т.д.)
4. Продумать, как написать текст, который будет максимально соответствовать данному ВК запросу
5. Продумать и реализовать внутреннюю перелинковку, оптимально распределив и направив вес ссылающихся страниц
6. Постоянно следить за уникальностью контента продвигаемой страницы и состоянием контента сайта в целом

Полезно: [технический аудит сайта](#), [проверка и анализ сайта](#), [оптимизация страниц](#), [задание копирайтеру](#)

### **Внешняя оптимизация – ссылки**

#### 49. Как правильно растить ссылочную массу?

1. Ссылочную массу нужно растить постепенно. Быстрого эффекта всё равно не бывает
2. Ссылочная масса не должна быть динамической (мигание ссылок, замена уже проиндексированных)
3. Ссылочная масса должна быть разнородной (не только ссылки с Sape, но и статейный ссылки, блоговые, форумные и т.д.)
4. Скорость получения ссылок должна быть разная для разного возраста сайта

Подробнее в вопросе № 79.

## 50. Как правильно перелинковать сетку?

Любая сетка с непродуманной схемой перелинковки имеет все шансы быть забаненной поисковой системой.

Существует множество схем перелинковки: куб, кольцо, ёлочка. Но, по словам знатоков – общеизвестные схемы быстро палятся.

Полезно: [ромашка 1](#), [ромашка 2](#), ([раздел сателлитов в блоге сателлит-мастера](#))

## 51. Передает ли ссылка в теге noindex ссылочный вес?

Да. Робот по ней переходит, ссылка передаёт вес, но анкор ссылки не учитывается.

## 52. Как покупать рабочие ссылки?

Самый верный способ – наработать свой White List, проверенный временем. Все остальные способы экспериментальные и основанные на знаниях и опыте других людей.

Перед покупкой страница донора и сам донор должен пройти ряд проверок:

1. Пузомерки (характеризуют ссылочную массу)
2. Индексация (характеризует отсутствие фильтров и хорошую структуру донора)
3. Проверка контента (объём, внешняя уникальность, внутренняя уникальность, тематичность акцептору)
4. Прочие параметры (возраст, трафик, дизайн, тематика, незаспамленность и т.д.)
5. Тип страницы (не теговая, не раздел, не версия печати и т.д.)

Полезно: [мастер класс – покупка ссылок](#), [стратегии покупки ссылок](#)

## 53. Что такое морфологические вхождения и как их использовать?

Морфологическое вхождение – это любая словоформа исходного запроса (падежи, склонения, род, число). Морфологические вхождения используют для:

- Разбавки анкор-листа
- Разбавки текста (избежание фильтров на переспам)
- Повышения вероятности быть в ТОПе по всем словоформам запроса

Полезно: [о вхождениях](#)

## 54. Как выбрать качественные сайты для размещения ссылок с того же GoGetLinks?

1. Количество индексируемых страниц в Яндексе и Google примерно равно
2. Имеется трафик, желательно поисковый и “из закладок”
3. Сайт не торгует ссылками в автоматических биржах
4. Если это блог, то у него должны быть комментарии к постам. Свидетельствует, что блог “живой”
5. Количество исходящих не должно быть большим. Часто используют лимит в 30-40 % от количества страниц (1 ссылка на 3 страницы в индексе)

## 55. Как правильно подобрать анкеры и в каком количестве, как их разбавлять?

Анкеры (тексты ссылок) подбираются в зависимости от количества запросов на странице.

Проще всего, если на странице один запрос. Для каждого типа запроса подбирается схема разбавки, в зависимости от состояния и возраста сайта.

НК – минимальная разбавка, СК – средняя разбавка, ВК – большая разбавка.

Для молодых сайтов – большая разбавка, для средних – средняя, для возрастных – минимальная.

При оценке возраста стоит учитывать состояние ссылочной массы.

Если на странице больше одного запроса, то стоит учитывать совместимость запросов и варианты пересечений. Для ВК запросов разбавкой может быть чистое вхождение СК запроса на одной странице.

Примерный шаблон (цифры голословны, но примерны):

		ВК	СК	НК
<b>молодые</b>	чистые (%)	25	45	60
	чистые разб (%)	40	30	25
	морф (%)	10	5	5
	морф разб (%)	25	15	10
	отношение чист	2,60	1,67	1,42
<b>средние</b>	чистые (%)	40	55	70
	чистые разб (%)	30	25	20
	морф (%)	15	10	5
	морф разб (%)	15	10	5
	отношение чист	1,75	1,45	1,29
<b>возраст</b>	чистые (%)	55	65	75
	чистые разб (%)	25	25	20
	морф (%)	12	7	0
	морф разб (%)	8	3	5
	отношение чист	1,45	1,38	1,27

Полезно: [биржа анкоров](#)

## 56. Учитываются ли урлы, анкором которых являются точка или нижнее подчеркивание?

Временно учитываются до тех пор, пока ПС не “спалит” спам. После, такие ссылки игнорируются.

## 57. Увеличивается ли влияние seo-ссылок в зависимости от времени их нахождения на сайте-доноре?

Возраст ссылок играет большую роль в линкбилдинге. С течением времени ссылка набирает вес постепенно и работает не сразу. На основе аналитических исследований было выявлено, что нужный вес даёт ссылка с возрастом в 2-3 месяца.

## **58. Эффективнее и экономичнее: биржи ссылок или размещение статей навсегда/на время (ежемесячная оплата)?**

В зависимости от поставленных целей, запросов и самого сайта типы размещения ссылок могут быть по-разному эффективны и экономичны.

Возрастной сайт, при продвижении НЧ запросов может спокойно обойтись биржевыми ссылками. В то время, как молодому сайту будет эффективнее продвигать среднеконкурентные запросы статьями и вечными ссылками.

Если продвижение планируется долгосрочное, то эффективнее и экономичнее будет использовать статьи навсегда. Временное размещение подходит для клиентских сайтов.

## **59. Безанкорное продвижение – реальность?**

Как разбавка ссылочной массы – до сих пор работает. К анкор-листу не имеет никакого отношения, однако, вес на продвигаемую страницу и на сайт в целом передаётся.

## **60. Склейка ссылок – миф или реальность?**

Сама по себе склейка ссылок – миф. Под склейкой понимают то, что ссылки с одинаковыми анкерами не учитываются, “склеиваются”. Однако, заниженное ранжирование при большом проценте точных вхождений в анкор-лист существует (вопрос № 55).

## **61. Что делать если ссылки перестали давать результат? Как определить некачественного донора и заменить его?**

Определить даёт ссылка результат или нет невозможно. Можно определить, учитывается ли она Яндексом.

Ссылка учитывается Яндексом и скорей всего работает, если:

1. Страница донора присутствует в панели вебмастера
2. Страница донора в индексе
3. Текст ссылки проиндексирован (внутри сайта)
4. Ссылка присутствует в сохранённой копии страницы донора

Определить некачественного донора можно по пунктам выше. Заменять донора нужно согласно тому же фильтру, через который прошёл первый донор, сохранив анкор.

Полезно: [сохранённая копия](#), [индексация ссылки](#)

## **62. Выступает ли имя блоггера (со ссылкой на блог) в комментариях как анкор?**

Да, если оно не обрамлено тегом <noindex> и ссылка не запрещена атрибутом rel=”nofollow”.

## **63. Учитывает ли Яндекс ссылки в комментариях на буржуйских блогах, у которых нет ноиндекс? Передается ли вес?**

Яндекс ориентирован прежде всего на российский сегмент интернета. Ссылки учитываться будут, но влияние на продвижение будет минимальным, если сайт-донор полностью англоязычный.

**64. При простановке статей проверяю кол-во внешних ссылок. Как правило, со страницы идет 2 моих на 2 разные страницы моего сайта + какой-нибудь счетчик. Счетчики не всегда закрыты ноиндексом, следовательно, вес страницы растекается. Бывает, стоит один счетчик (ЛайфИнет или Мэйл), а бывает, что 3-4 (ЛайфИнте, Мэйл, Рамблер). Насколько сильную утечку веса это дает? Или лучше искать доноров, где максимум 1 счетчик?**

Яндекс прекрасно определяет популярные счётчики, вес страницы по счётчикам не утекает. Также бессмысленно закрывать счётчик тегом <noindex> так как этот тег закрывает от индексации только текстовую часть выделенной области.

**65. Система Миралинкс (например) не разрешает использование ссылок состоящих более чем из 5 слов. Считается ли естественным способом разбавления анкор-листа ссылки целыми предложениями?**

В данном случае не будет столько естественным, сколько бессмысленным способом разбавления. К тому же анкор ссылки не определяет её естественность. Естественная ссылка может содержать в анкоре как 1 слово, так и целое предложение.

**66. Что обладает большим влиянием: ссылка с фри-платформы (блогспот, жж и т.д.) или с автономного сайта/блога?**

С бесплатных платформ вес передаётся ниже, чем с автономных сайтов. Однако влияние может быть больше. Это связано с множеством факторов: текущий анкор-лист, состояние сравниваемых сайтов и др. Однозначного ответа на этот вопрос дать невозможно.

**67. Наибольший вес передается между сайтами одной тематики?**

Вес и тематика понятия несколько несовместимые. Вес зависит от качества сайта. А тематика определяет влияние одного сайта на другой. При прочих равных, два сайта (тематический и не тематический) могут передавать один и тот же вес по ссылке, оказывая разное влияние.

**68. Приведет ли массовое использование ссылочных агрегаторов к фильтрам на анкор-листы?**

Скорей всего, вопрос предполагает “фильтры за переспам анкор-листа”. Ссылочный агрегатор – автономная система, покупающая ссылки с минимальным контролем. Минимальный контроль определяется лишь правилами покупки. Вполне вероятно, что “запущенный”, не правильно настроенный проект может быть обречён на фильтры к анкор-листу. Чтобы избежать подобных ситуаций нужно читать отзывы, интересоваться у служб поддержки, задавать вопросы знающим людям и разработчикам технологий (самих агрегаторов и примочек в виде стратегий).

Также, при одновременном использовании нескольких агрегаторов имеет место быть шанс попадания под различные санкции ПС. Поэтому, если пользоваться агрегатором, то только одним в рамках одного сайта.

**69. Сайт продает ссылки в sare, а другой (при тех же пузомерках возрасте и естественном тИЦ) продает их же руками. Кол-во внешних ссылок и прочие параметры одинаковы. Какой сайт будет передавать больше веса и почему? Понимает ли Яндекс код sare, режет ли вес ссылок и примерный процент урезания веса?**

Если за основу взять идеальную ситуацию и оба сайта с одинаковыми параметрами, то скорее всего сайт, размещающий у себя ссылки вручную, будет передавать больше веса. Связано это с:

- Отсутствием “мигания” ссылок
- Возможным подбором более релевантных страниц
- Возможно разными блоками размещения ссылки (контент, футер, сайдбар, другие блоки)

Яндекс определяет не код Sare, а:

- Место размещения ссылки
- Мигание

Эти два фактора (конкретно в данной ситуации) являются решающими. Согласно лицензии Яндекса, сайт не имеет право размещать у себя ссылки за деньги. В автоматической форме тем более.

**70. Передает ли ссылка из пресс-релиза «здесь», «тут», «там» вес?**

Да. Однако, с крупных возрастных порталов вес ссылок может быть занижен.

Полезно: [seo-ссылки](#)

**71. Можно ли выбить из выдачи сайт за счет внешних ссылок? В каком случае это возможно?**

Можно выбить сайт, активно продвигающийся покупными ссылками. Ухудшить позиции сайта, активно не покупающего ссылки нельзя. Обусловлено это динамической “не естественной” ссылочной массой, к которой можно подстроиться и переспамить анкор-лист (к примеру).

**72. Какая ссылка размещенная в статье имеет больший вес? 1. Ссылка с target=>\_blank». 2. Ссылка с target=>\_blank» и осмысленным title. 3. Голая ссылка. 4. Ссылка только с title?**

Данный эксперимент обречён на провал, если он будет проводиться в отрыве от других факторов. Провести же эксперимент, учитывая остальные факторы невозможно потому, что они оказывают друг на друга влияние.

Однако, между указанными пунктами Яндекс не в праве выбирать какой-либо приоритетный, поэтому скорее всего разницы нет. Все остальные опровергающие случаи – скорее всего совпадение.

**73. Есть ли зависимость между количеством коммерческих и некоммерческих анкоров – какое должно быть соотношение в %?**

Для начала нужно определить что такое “коммерческий” и “некоммерческий”. Содержание в анкоре слов: заказать, купить, доставка, продажа – предполагают коммерческий запрос. Коммерческие и информационные запросы Яндекс умеет разделять. В рамках одного запроса бессмысленно ставить в анкор слова для разного типа запросов (для коммерческого запроса информационные и наоборот).

Однако, процент коммерческих запросов от общего количества продвигаемых запросах характеризует коммерческую принадлежность сайта.

Не нужно делать коммерческие сайты для продвижения информационных запросов и наоборот. Однако размешивать контент сайта (и следовательно запросы) в некоторых случаях выгодно.

**74. Допустим я создал стратегию в Rookee, начал покупать ссылки. Плюс к этой стратегии я использую фильтр сапе и закуплю еще больше ссылок на этот же сайт, возможно ли что упадут показатели пузомеров или позиций?**

Если показатели пузомеров упадут, то падение не будет связано с совместным использованием агрегатора и биржи ссылок.

Позиции могут упасть потому, что теряются пропорции планируемых/текущих ссылок и анкоров.

Проще говоря, если цель – набить желудок, то поедание солёных огурцов и молока вряд ли приведёт к нужному результату.

**75. Передается ли вес с поддоменов, если, на один сайт создадим штук 100 поддоменов, наполним контентом, и с нужным анкором посылаемся на основной домен?**

Такие ссылки будут передавать вес точно так же как и любая другая внешняя входящая ссылка. Однако поисковая система может легко “раскусить” план манипулирования выдачей с помощью данной схемы. Поэтому, с целью повышения позиций не стоит пользоваться этой схемой.

**76. Имеют ли ссылки с ресурсов с высокой посещаемостью больший вес для ПС, чем с непосещаемых ресурсов?**

Да. Посещаемость сайта (не накрученная) говорит о его качестве – пример косвенного влияния. К прямому влиянию можно отнести возможные переходы по ссылке (определение рабочей, естественной ссылки).

**77. Есть ли смысл делать свои тематические мини сети под Яндекс, что бы удешевить продвижение ВЧ ВК запроса?**

Да. Но в большинстве случаев создание сеток является дорогим и трудозатратным удовольствием. Самое главное – оценить ситуацию и понять: нужна ли сетка, будет ли она эффективнее работать в данном случае?

Плюсы:

- Полный контроль ссылок
- Полный контроль доноров
- В итоге большая выгода и экономия бюджета

Минусы:

- Обычно большие первоначальные денежные затраты
- Увеличение срока продвижения

## **78. Имеет ли значение количество текста до и после проставленной на странице ссылки?**

Безусловно. Если ссылка проставлена после большого процента текста от всего на странице, то она становится “подозрительной”. Подозрение подтверждается, если остальные внешние ссылки проставлены примерно после такого же % текста от страницы (то есть весьма вероятно, что футер). А это уже намёк на продажность, причём автоматическую.

Если ссылка находится в первых 50 % текста, то она обладает наибольшим весом и влиянием (статистически).

## **79. Какая максимальная скорость закупки ссылок для молодых и старых сайтов без риска возникновения санкций?**

Скорость покупки ссылок рассчитывается на основе возраста сайта (как обязательно следствие – ссылочная масса).

Для молодых скорость покупки должна быть меньше, чем для старых сайтов.

**Для молодых сайтов:** скорость покупки ссылок низкая (к примеру, до 3-6 ссылок в сутки, с периодом через 2-3 дня)

**Для средних сайтов:** скорость покупки ссылок средняя (к примеру, до 10-15 ссылок в день, с промежутками в 2-3 дня)

**Для возрастных сайтов:** может быть высокая, но не желательно (к примеру до 50 ссылок в день, с некоторыми периодами)

Молодой сайт предполагает отсутствие начальной ссылочной массы и небольшой возраст. Средний – имеется начальная ссылочная масса, возраст сайта до 1-1,5 года. Возрастной – трастовый ресурс, с хорошей ссылочной массой.

Выше приведён классический пример. Каждый сайт – требует индивидуального подхода.

## **80. Существует ли ссылочный взрыв (быстрый прирост ссылок)?**

Под определение ссылочного взрыва попадает ситуация, когда ссылки теряют свой эффект (вес, влияние) если были закуплены в очень больших количествах за минимальный промежуток времени.

Для того, чтобы избежать “ссылочного взрыва” ссылки нужно покупать плавно и в небольших количествах.

Выход из-под фильтра: снять все покупные ссылки (закупленные в течении последних 3-4 недель) и заменять медленно на новые.

О скорости закупки читайте в предыдущем вопросе.

Полезно: [скорость покупки ссылок](#)

## **81. Какая оптимальная периодичность чистки доноров в бирже ссылок (каждый ап, месяц...)?**

Желательно – каждую 1-2 недели удалять ссылки, которые не проиндексировались в течении ~ 3-4 недель.

## **82. Может ли большое количество страниц донора быть негативным фактором?**

Может, если:

- Страницы не уникальные, а дублированные в рамках сайта (возможен фильтр АГС)
- Большое количество страниц предполагает активную торговлю в биржах ссылок
- Структура сайта не продумана и страница с размещённой ссылкой будет иметь большой уровень вложенности и минимальный статический вес

## **83. Влияет ли количество внутренних ссылок на странице на передаваемый вес внешней ссылки?**

Да. Чем меньше “не сквозных” внутренних ссылок, тем лучше для внешней ссылки. Оптимального количества не бывает в связи с разнообразием сайтов (визитки, интернет-магазины). Сквозные ссылки (меню) забирают меньше веса, чем не сквозные.

Полезно: вопрос № 34

## **84. Влияет ли количество внешних ссылок на странице на передаваемый вес внешней ссылки?**

Да. Вес (не путать с влиянием) между двумя внешними ссылками распределяется примерно поровну (в зависимости от местоположения ссылок).

## **85. Время срабатывания ссылки в Яндексе миф или реальность?**

Срабатывает ссылка сразу после индексации и попадания в базу. Однако влияние ссылки меняется с течением времени. Чем больше возраст проставленной ссылки, тем больше её влияние. Оптимальное влияние оказывает ссылка с возрастом 2-3 месяца.

Полезно: вопрос № 57, 61

## **86. Преимущество или недостаток ссылок с анкерами типа “ключ1, ключ2” перед ссылками с анкерами “ключ1” отдельно и “ключ2” отдельно?**

С одной стороны, ссылки первого типа разбавляют чистые вхождения обоих запросов анкор-листа. С другой – такие ссылки оказывают меньше влияния, чем второй тип.

В любом случае, в качестве преобладания ссылок не стоит использовать первый тип ссылок. В качестве разбавки (в зависимости от схожести запросов) первый тип работает положительно.

## **87. Закупил кучу ссылок на сайт с `http://{domen}`, а в выдаче он `http://www.{domen}` Почему это плохо и как поправить такую ситуацию?**

Поисковая система может занижать передаваемый вес ссылочной массой. Поэтому следует всегда переадресовывать неосновное зеркало на основное посредством 301-го редиректа.

Полезно: вопрос № 28

## **88. Как правильно покупать ссылки, чтобы избежать склейки?**

Склейки ссылок не бывает. Бывают фильтры на большой процент точных анкоров, в результате чего некоторые ссылки могут не отображаться в панели вебмастера. Но это не значит, что они не будут работать.

Если план линкбилдинга: 30 ссылок с точным вхождением и 30 разбавочных за определённый промежуток времени, то покупать сначала 30 с точным, затем 30 с разбавочными анкерами не стоит. Лучше всего будет перемешать, чередовать (пример не практический, а показательный).

Полезно: вопрос № 60

## **89. Как определить «трастовость» ссылки? Являются ли ссылки с каталогов предприятий и т.п. ссылки трастовыми?**

Понятие «трастовость ссылки» не является правильным. Бывают трастовые сайты (уровень доверия). Уровня доверия у ссылки не бывает, это не логично.

Поэтому, мнимую «трастовость ссылки» определяет сам донор, точнее его уровень доверия.

Один каталог предприятия может быть весьма солидным ресурсом, ссылка с которого будет отлично работать. Другой будет заспамленной линкопомойкой. Поэтому ни тематика, ни регион, ни движок сайта не определяют его траст.

Полезно: вопрос № 35

## **90. Влияет ли количество внутренних ссылок на странице донора, на качество данной страницы при покупке с нее ссылок?**

Вес страницы уменьшается с каждой внутренней/внешней ссылкой. Если есть возможность выбрать страницу сайта с меньшим количеством внутренних ссылок, то лучше остановиться на ней. В противном случае, ничего критичного в большом количестве сквозных ссылках (при учёте хорошей индексации сайта) нет.

## **91. Нужно ли разбавлять анкоры ссылок при продвижении статьями?**

Продвижение статьями предполагает больший бюджет, нежели стандартный вариант с биржей ссылок. Поэтому, в большинстве случаев прямые вхождения запроса в анкор ссылки в статье разбавляются анкерами в бирже ссылок. Такой вариант является более экономичным.

Если же бюджеты позволяют обойтись без бирж ссылок, то разбавлять анкоры статьями можно, но в меньших масштабах.

## **92. Есть ли смысл ставить с покупной статьи две ссылки, на разные страницы одного сайта, с разными анкерами?**

Да. Вес и анкоры для двух страниц будут учитываться с одной страницы. Главное, чтобы эти страницы дополняли друг друга, были тематичные и запросы были схожи.

### **93. Есть ли смысл покупать ссылки со старых московских доноров для гео независимого запроса?**

Безусловно. Региональные доноры играют только в плюс при продвижении гео независимых запросов и регионального акцептора в целом. Первым делом в линкбилдинге стоит искать региональные качественные сайты.

### **94. Как правильно покупать ссылки с региональных доноров (только на ГЗ запросы, только на нужные страницы)?**

Ссылочная масса сайта должна быть максимально региональной (но не на 100 %). Это не предполагает получение ссылки с региональных доноров только по ГЗ запросам или только на нужные страницы. То есть ссылки с доноров должны вести на все страницы, по всем запросам, с преобладанием на нужные страницы по ГЗ запросам.

Полезно: [региональное продвижение](#)

### **95. Влияет ли количество текста на странице донора на передаваемый вес ссылке?**

На качество ссылки и на то, насколько она хорошо работает – безусловно, влияет.

Отсутствие (или минимум) текста на странице донора может быть негативным:

- Возможно выпадение страницы из индекса
- Возможно несоответствие текста ссылке
- Если страница не имеет текста, вероятно, что она не популярна на сайте и обладает минимальным весом

Желательно размещать ссылки на странице, объём сквозного контента которой от 1000 символов.

### **96. Влияет ли уникальность текста на странице донора на передаваемый вес ссылке?**

Да. Страница с не уникальным контентом (внутри сайта и внешне) не несёт ценности посетителям, следовательно не будет обладать хорошим передаваемым весом (+ не будет ранжироваться высоко).

### **97. Сказывается ли положительно трафик по покупной ссылке? Иными словами: работает ли лучше ссылка, если по ней переходят люди?**

Да. Хорошая рабочая и естественная ссылка та, по которой осуществляются переходы посетителей донора. Косвенной причиной переходов может быть размещение ссылки из текста (в статье), в соответствующем блоке, хороший анкор и околоссылочный текст (человеческий).

### **98. Стоит ли учитывать количество исходящих ссылок со всего сайта донора, при покупке с него ссылки?**

Конечно, ведь количество внешних ссылок со всего донора указывает на его заспамленность.

### **99. Как считать общее количество ссылок с сайта донора?**

- [Bing](#) – большое временное отставание (1-2 месяца)
- [Solomono](#) – на данный момент самый адекватный вариант

## 100. Как определить, проиндексировалась ли ссылка на странице донора?

- Ссылка присутствует в сохранённой копии страницы
- Присутствует в панели вебмастера ПС
- Текст ссылки проиндексирован

Полезно: [сохранённая копия](#), [индексация ссылки](#)

## 101. Что значит термин «ссылка сработала» и как это узнать?

Ссылка сработала – проиндексировалась на странице донора и учлась при ранжировании.

Полезно: вопрос № 61

## 102. Что такое «точечная простановка ссылок»?

Точечная простановка ссылок предполагает покупку/получение ссылок не массово, а по одной, учитывая нужный анкор, соотношения и состояние страницы акцептора.

## 103. Несёт ли негативный характер мигание ссылок?

Безусловно. Мигание ссылок – самый большой намёк поисковой системе (в частности Яндексу), что массив мигающих ссылок – покупной. Ссылка мигает когда она проиндексировалась и при следующих посещениях работа не была обнаружена на странице. Мигание возникает чаще всего из-за своевременной неуплаты в бирже.

## 104. Что делать, если забыли проплатить ссылки в sare и они пропали на неделю, а потом снова появились?

Если в течении нескольких недель проседания позиций и исключение этих ссылок из бэклинков не было замечено, то весьма вероятно, что робот не успел заметить отсутствие ссылок и их можно оставить. В противном случае, стоит отказаться от этих ссылок и не допускать дальнейшего мигания. Следует помнить, что динамическая ссылочная масса – это плохо.

## 105. Можно ли завалить конкурента простановкой на него ссылок (говноссылки, имитация мигания)?

В большинстве случаев практически не возможно, особенно, если конкурент имеет хорошую естественную ссылочную массу. Однако, если ссылочная масса конкурента весьма посредственна и держится на куче дешёвых покупных ссылок, то имитация мигания, не качественные ссылки, переспам анкор-листа могут способствовать проседанию его позиций.

Полезно: вопрос № 71

## 106. Насколько важны околоссылочные тексты?

Околоссылочный текст весьма важен потому, что придаёт ссылке окружающий тематический текст, который в свою очередь либо попадает в анкор-лист (пополняя коллекцию анкоров семантическими словами), либо помогает получить от ссылки максимальное влияние. Релевантный текст вокруг ссылки – является минимальной возможностью “отрыва” ссылки от страницы донора. Приближённым отсутствием “отрыва” ссылки от страницы является полная релевантность текста страницы анкору и самой ссылки (продвижение статьями).

### **107. Даёт ли какой то вес ссылка закрытая атрибутом rel=nofollow?**

Нет. Поисковый робот может переходить по ссылке с таким атрибутом, но не будет учитывать её при ранжировании.

## **Ранжирование**

### **108. Что влияет на ранжирование?**

Качественное ранжирование влияет на то, удовлетворится ли пользователь поисковой системы выдаваемым результатом.

Само по себе ранжирование – процесс формирования выдачи по степени релевантности найденных в базе документов.

### **109. Зависит ли ранжирование от внутренней оптимизации?**

Безусловно. Внутренняя оптимизация влияет на релевантность, а та в свою очередь на процесс ранжирования.

Полезно: [релевантность](#)

### **110. Почему новая страница сайта, заточенная под НК запрос, не сразу занимает положенное ей место в выдаче, а первые пару-тройку апов висит на 5-3-2 странице?**

Процесс ранжирования Яндекса не является перманентным, он ступенчатый. Перед заслуженным (!) попаданием в ТОП-10 новая заточенная страница проходит присущие ступенчатому ранжированию этапы. Эти этапы временные, на них нельзя повлиять.

### **111. Существует ли регистрозависимость выдачи Яндекса? заглавная и строчная буквы**

Да. Выдача немного отличается, если в запросе задавать либо строчные, либо заглавные буквы.

### **112. Как узнать на каком месте нужный сайт в выдаче, если на каждой «машине» разная выдача?**

Разная выдача на разных компьютерах может быть связана с тем, что в них, по умолчанию, указан разный регион (в случае геоинdependant запросов). Нужно проверять, в каком регионе происходит поиск.

Если же запрос геоинdependant (или соответствие регионов подтвердилось), то имеет место быть персонализация выдачи.

Полезно: [персонализация выдачи](#)

### **113. Какой из факторов ранжирования имеет больший вес и почему: – тематичность – региональность?**

В эру MatrixNet нельзя говорить о преобладании тех или иных факторов. Факторы запросозависимы (для каждого запроса свои коэффициенты “весов параметра”) и для каждого сайта учёт факторов, метрик и параметров будет разным.

Полезно: [MatrixNet для чайников](#), [MatrixNet – машинное обучение](#)

## **114. По последним докладам из 20 факторов имеющих большее влияние на выдачу, всего 2 ссылочных. Это значит, что в топ по ВК запросу можно попасть без ссылок в принципе?**

Не стоит откидывать ссылочные факторы только потому, что бытует мнение об их минимальном учёте. С течением времени ссылочные факторы оказывают всё меньшее влияние, однако сайты прекрасно живут в ТОПах благодаря ссылкам.

Заявление о 20 факторах, из которых 2 ссылочных лишь очередной раз доказывает то, что для продвижения сайтов ссылки требуются максимально качественные. Интернет строится на ссылках, поэтому учёт ссылочных факторов будет всегда. Другое дело – учёт массива не качественных SEO-ссылок или массива качественных естественных ссылок, размещающихся за счёт “популярности” сайта.

Полезно: вопрос № 48

## **115. Влияют ли счётчики статистики (например Яндекс.Метрика) или наличие сайта в аккаунте Яндекс.Вебмастер на позиции?**

Прямых доказательств на влияние до сих пор нет. Однако, предполагать сию возможность весьма правильно.

Получая данные через эти сервисы, Яндекс имеет достаточную информацию о том, стоит ли высоко ранжировать тот или иной сайт.

Полезно: [влияние Яндекс Метрики](#)

## **116. В качестве важного фактора считается нынче поведенческая модель пользователей, а не значит ли это, что продвижение блогов станет более простым, чем статичных сайтов компаний?**

Яндекс умеет отличать типы сайтов и тематики. Поведенческие факторы касаются как информационных ресурсов, так и коммерческих.

Если сайт компании статичен, то это не значит, что он не может развиваться. В текущих условиях **очень выгодно иметь блог или раздел статей** на сайте компании:

- Влияние на поведенческие факторы
- Влияние на уровень доверия к ПС и к пользователям
- Наполнение и развитие сайта
- Улучшенная индексация (более частые посещения роботов)

## **117. Как влияет количество внешних ссылок на странице в ранжировании?**

Положительного влияния от количества ссылок явно не наблюдается.

Отрицательным может быть влияние когда:

- На странице большое количество внешних ссылок
- Внешние ссылки не тематические
- Внешние ссылки ведут на некачественные ресурсы

Внешние ссылки, безусловно, могут являться фактором заниженного ранжирования.

## 118. Влияет ли на ранжирование длина домена?

Напрямую не влияет. Но, длинные домены с транслитерацией основного ключевого запроса, в явной форме намекают на манипуляцию выдачей путём учёта вхождения в URL.

## 119. Влияет ли скорость загрузки сайта на его ранжирование?

Сайты, с низкой скоростью доступа всегда будут ранжироваться ниже. Связано это с удобством для посетителя, пользователю неудобно долго ждать загрузки страницы. Фактор скорости загрузки сайта ярко выражен в поисковой системе Google.

## 120. Как же всё-таки влияют поведенческие факторы Яндекса на позицию в серпе?

Поведенческие факторы с течением времени будут обретать всё большее влияние. Это и правильно: зачем высоко ранжировать сайт, с которого посетители возвращаются обратно в выдачу? Следовательно, он не дал желаемого ответа на их запрос.

Анонсировав новый алгоритм “Краснодар”, Яндекс дал понять, что влияние поведенческих факторов будет расти. Если сайт даёт не качественный ответ на неявный запрос, то его стоит заменить (в ТОП-10) на более информативный.

К поведенческим факторам можно отнести:

- Время посещения страницы
- Количество просмотренных страниц (глубина)
- Страницы входа и страницы выхода
- Возвращение обратно в выдачу
- Показатель отказов (конверсия)
- И другие

Полезное: [алгоритм Краснодар \(обсуждение\)](#), [анализ поведенческих факторов](#)

## 121. Что ожидать от нового Matrixnet, который грядёт в будущем?

Спрогнозировать новые алгоритмы MatrixNet весьма проблематично, но ожидать можно:

- Повышение влияние поведенческих факторов
- Разнообразии выдачи для неявных запросов
- Большие временные периоды вывода сайтов по конкурентным запросам
- Уменьшение влияния некачественных поупных ссылок
- Более частые обновления выдачи

## 122. Как ЯК влияет на поисковую выдачу?

Напрямую не влияет, но косвенное влияние присутствие оказывает. Яндекс Каталог призван собирать полезные сайты (пускай и на коммерческой основе). Если сайт состоит в ЯК, то уровень доверия Яндекса к такому сайту значительно повышается, что способствует более высокому ранжированию.

## 123. Зависит ли качество ранжирования от доменной зоны?

Яндекс, в первую очередь, ориентирован на русскоязычный сегмент интернета, однако, русскоязычный сайт может располагаться на любой доменной зоне. Предпочтение какой-либо зоне Яндекс не отдаёт.

## **124. Если название доменного имени не соответствует тематики сайта, это плохо? И как это может отразиться на индексации и ранжировании?**

Название домена никак не коррелирует с индексацией и ранжированием. Однако, вхождение ключевого запроса в название домена может положительно сказаться на ранжировании.

## **125. Примерная частота перерасчета поведенческого фактора (апдейт)?**

На данный момент не существует апометра по поведенческим факторам. Но логически, перерасчёт этих факторов должен быть раз в месяц. Связано это с тем, что поисковой системе нужно оценить поведение пользователей, а оценка не производится по результатам небольшого количества времени.

## **126. Влияет ли Яндекс Метрика на поведенческие факторы?**

На поведенческие факторы Яндекс Метрика влиять не может. Она может только оценивать. А оценка поведенческих факторов уже влияет на ранжирование.

Полезно: вопрос № 115

## **127. Варьируется ли степень влияния ПФ в зависимости от типа и структуры сайта (для форума учет ниже, сайт компании – выше)?**

Безусловно, степень влияния ПФ должна варьироваться в зависимости от типа сайта. Но достоверных исследований на данный момент не было проведено.

## **128. Как улучшить поведенческие факторы продвигаемого сайта?**

1. Содержать полезную информацию
2. Представление информации должно быть максимально удобным (блоки, заголовки)
3. Структура сайта должна быть максимально продуманной и удобной для передвижения пользователя
4. Заголовок страницы должен полностью соответствовать её содержанию и наоборот
5. Первая часть контента страницы должна максимально ёмко содержать ответ на потенциальный запрос, по которому придёт посетитель. То есть концентрация полезности материала должна преобладать в первой части текста. Далее – раскрытие темы и дополнения, которые могут заинтересовать посетителя

Полезно: [рекомендации от Сергея Людкевича](#)

## **129. От чего зависит время нахождения в ТОПе Яндекса?**

- От активности конкурентов
- От поддержания текста страницы в актуальном состоянии
- От поддержания ссылочной массы в актуальном состоянии
- От отсутствия проблем на сайте (техническое состояние, доменное)

## **130. Вбиваем в Яндексе запрос – «купить слона» – сайт за пределами ТОП-20. Вбиваем тот же запрос – «купить слона» в кавычках (точное вхождение) – пациент в ТОП-10. Почему?**

Кавычки говорят о том, что осуществляется поиск запроса в точной форме. Без кавычек – поиск может осуществляться по словоформам и другим видам одного запроса.

О том, что сайт ранжируется лучше при поиске запроса в кавычках, говорят факторы:

1. В выдаче не участвуют сайты, которые располагались выше исходного сайта (менее релевантны точной форме запроса) или они ранжируются хуже
2. Текст страницы скорее всего обладает слишком большим количеством вхождений в точной форме (возможна проверка на "[ты-спамный](#)")
3. Анкор-лист ссылочной массы сконцентрирован только на точной форме запроса

Полезно: [язык запросов Яндекса](#)

### **131. Влияет ли возраст домена на продвижение? Домен – старый, сайт – новый.**

Если домен старый, а сайт новый по причине только, что домен некоторое время “пустовал”, то восстановление старого сайта на домене будет положительно сказываться на продвижении (история домена возможно сохранится). В противном случае – влияние старого домена на продвижение сводится к минимуму.

### **132. Есть ли сейчас возможность понять – как происходит «переколдовка» запроса?**

Нет. Показ переколдовки был доступен до 2007 года.

Полезно: [исследования поисковых машин и алгоритмов](#)

### **133. Как и зачем анализировать конкурентов?**

Анализ конкурентов из ТОПа позволяет:

- Выявить проблемы заниженного ранжирования
- Выявить недостатки акцептора

В зависимости от необходимости, анализ конкурентов разделяется на:

- Анализ текстовой составляющей
- Анализ параметров
- Анализ ссылочной массы

Инструменты анализа: [Inserp](#), [Seolib](#), [Rooke](#)

Полезно: [полный SEO анализ конкурентов](#), [анализ в разных сервисах](#)

### **134. Почему при некоторых запросах каждый сайт из ТОПа имеет ссылку «ещё», а в некоторых – практически ни у кого её нет?**

Кнопка “ещё” говорит о том, что на данном сайте имеется несколько соответствующих исходному запросу страниц.

Надо ли говорить: чем больше страниц в кнопке “ещё” тем большей общей релевантностью этому запросу обладает сайт в целом и тем большим весом обладает самая релевантная страница (которая в поиске).

Полезно: [анализ андеитов и кнопка “ещё”](#)

## **Региональность**

### **135. Насколько сложно продвинуть сайт из региона Россия в регионе Рязань по ГЗ ВК ВЧ запросам?**

Региона “Россия” не бывает. Если запрос ГЗ, то в каждом регионе разная выдача. Быть в топе по одному запросу во всех регионах теоретически не возможно.

Если сайту ранее не был присвоен должный регион, то присвоение региона “Рязань” (в данном случае) положительно скажется на продвижении. Сложность выведения запроса в ТОП в отдельном регионе определяется конкурентностью и бюджетами этого региона.

### **136. Зависит ли результат и скорость продвижения от доменной зоны (ru и com например)?**

Замечено, что сайт в доменной зоне RU входит в индекс гораздо быстрее остальных, при прочих равных и одинаковом внешнем воздействии.

Но конечный результат и скорость продвижения не зависят от доменной зоны.

### **137. Позиции во «Всей России» лучше, чем в регионе «Москва». В чём причина?**

Если позиции “по всей России” отличаются от московских, то запрос геоинформационный. Если региональная выдача (в данном случае Москва) располагает сайт ниже, то проверяемый сайт не относится к данному региону. Следовательно, нужно присвоить нужный регион сайту.

### **138. Почему после апдейта ГЗ запросы просели, а ГНЗ нет?**

Формула ранжирования для регионов (ГЗ запросы) и по всей России (ГНЗ) различается (как минимум коэффициенты параметров), тем самым после апдейта динамики позиций по ГЗ и ГНЗ запросам могут отличаться.

Если запросы просели, то нужно проверить региональные факторы и присвоение сайту соответствующего региона.

Полезно: [региональное продвижение](#)

### **139. Как присвоить регион сайту?**

Регион сайту присваивается либо автоматически, на основе факторов:

- IP
- Название города на страницах сайта
- Номер телефона на страницах сайта
- Другие

Если автоматически регион не присвоен, или присвоен не правильный, то можно его указать вручную в панели вебмастера яндекса. Для этого нужно указать полные контактные данные (адрес, индекс, телефон) на сайте и указать страницу контактов в панели вебмастера + нужный регион. В случае положительного результата в рассмотрении заявки на смену региона, через некоторое время он присвоится.

#### Общая информация

- ⊕ [Индексирование сайта](#)
- ⊕ [Настройка индексирования](#)
- ⊕ [Поисковые запросы](#)
- ⊕ [География сайта](#)
  - Регион сайта**
  - [Адреса и организации](#)
- ⊕ [Содержимое сайта](#)
- ⊕ [Сайт в результатах поиска](#)
- [Безопасность](#)
- [Права на управление](#)

Обычно сначала пишут: “заявка одобрена, при следующем обновлении регион присвоится” (1-2 недели). И присваивается регион на следующий апдейт.

### 140. Как продвигать сайт в разных регионах?

- Регистрироваться в Яндекс Каталоге и присваивать до 7 регионов
- Для каждого региона делать поддомен на сайте, которым можно присваивать разные регионы
- Делать региональные сайты на разных доменах (представительства)
- Присваивать один регион “Москва” и давить бюджетом. Вследствие чего возможен выход в ТОП-10 в некоторых регионах
- Продвигать ГНЗ запросы
- Продвигать низкочастотные низкоконкурентные безбюджетные запросы – бюджетом
- Спросить Яндекс “как мне быть?”

Больше вариантов нет.

### 141. Означает ли присвоенный сайту регион «Россия», что сайт будет хорошо ранжироваться во всех регионах?

Нет. В каждом регионе своя выдача, быть “умнее всех” не получится.

### 142. Как определить регион сайта, если он не в ЯК?

1. В системе [Rookee.ru](http://Rookee.ru) работает определение региона сайта (при заведении проекта)
2. Вручную: поиск нужного домена “[с галкой](#)” в регионе. Если введённый URL присутствует на 1 месте и выделяется жирным, то соответствующий регион (в котором производился поиск) присвоен. В противном случае – сайт к этому региону не отнесён.



Область поиска: регион — Санкт-Петербург

1



**Блог Seowit - seo разум**

[Оптимизация страниц](#) [Мастер-класс: покупка ссылок](#)

"Чёрное SEO - это не только дорвеи, но и многие другие ресурсы для доб  
Deft: Здравствуйте, уважаемые читатели блога seowit.ru. Представляю ва  
совершенно новый продукт, аналогов которому нет.

[www.seowit.ru](http://www.seowit.ru) [копия](#) [ещё](#)

Полезно: [технический аудит сайта](#)

### **143. По различным регионам Яндекс определяет разные страницы в качестве релевантных по одному запросу, в чем причина?**

Причина в том, что формула ранжирования в каждом регионе может немного отличаться. Некоторые параметры могут влиять на то, какая страница будет релевантной в разных регионах.

### **144. Если тематика сайта не имеет определённой региональной привязки, имеет ли смысл выбрать регион, в котором заинтересованность данной тематикой выше всего, либо лучше в регионе указать Россия?**

Безусловно, стоит искать регион с более заинтересованной аудиторией и присваивать его сайту, чтобы ГЗ запросы не пропадали и имели возможность приносить неявный региональный трафик с актуального региона.

Полезно: [статистика заинтересованности в разных регионах](#)

### **145. Как лучше всего (точнее дешевле) продвигать поддомены по разным регионам?**

В случае присвоения поддоменам нужных регионов, их продвижение обычно складывается удачно и менее затратно, нежели продвижение нового сайта компании.

Продвигать стоит так же как и любой другой сайт. Единственное, к чему стоит присмотреться – это к медленному увеличению бюджета, а не к быстрому “вбухиванию”. Связано это с тем, что есть вероятность затратить меньший бюджет на поддомен уже существующего сайта.

### **146. Каково влияние присвоенных семи регионов через ЯК на каждый регион при геоинdependant запросе?**

Никакого влияния не наблюдается, они друг другу не мешают.

### **147. Сайт находится в ТОПе по ГНЗ запросам, а по ГЗ запросам далеко. В чём причина?**

Причина в не присвоенном регионе.

Полезно: вопрос № 138

## Запросы

### 148. Как правильно подбирать запросы для повышения трафика?

Самый лёгкий и наверное правильный способ – подобрать низкоконкурентные запросы. Низкоконкурентные запросы обычно являются НЧ, поэтому подбирать нужно большое количество. Проверить реальную запрашиваемость запроса можно введя его в wordstat Яндекса в кавычках и с восклицательным знаком – [«купить !розового !слона»](#)

Полезно: [как подбирать ключевые слова](#)

### 149. Как грамотно составить СЯ (семантическое ядро)?

1. Выявить целевую аудиторию сайта
2. Обозначить страницы входа
3. Подобрать максимально эффективные запросы

Полезно: [составление семантического ядра](#), [работа с Key Collector](#)

### 150. Может ли запрос быть конкурентным только в одном регионе, а в других продвигаться значительно легче?

Может. В каждом регионе разная степень конкуренции, разные бюджеты.

### 151. Как правильно подобрать ключевые слова, используя Wordstat?

Первая ошибка при подборе слов в Wordstat – простое незнание того, что частота запросов складывается из всех включающихся запросов. Для того, чтобы определить частоту конкретного запроса, его нужно вводить в кавычках “слово” (запрос + словоформы) или “!слово” (точная форма запроса).

Возьмём слово “насосы”:

насосы – 885486 показа в месяц

“насосы” – 6197 показа в месяц

“!насосы” – 3631 показа в месяц

Казалось бы, частотное слово “насосы” должно приносить много трафика, однако его реальная запрашиваемость меньше в 243 раза!

Полезно: [мифы о Wordstat и расчёте трафика](#)

### 152. Есть тематики, где конкуренция минимальная по НЧ запросам. Как лучше продвигать подобный сайт: ссылки отдельно на все НЧ, или все-таки ссылки на главную страницу?

Оба способа имеют как плюсы, так и минусы.

Ссылки на все НЧ.

Плюсы:

- Каждая страница сайта с НЧ будет прокачена

- Ссылочная масса будет хорошей, более естественной
- Можно контролировать каждую страницу, каждый НЧ запрос

Минусы:

- Главная страница не будет обладать должным весом, который мог бы растекаться на все страницы

Ссылки на главную.

Плюсы:

- Морда будет хорошо прокачена
- Ссылочный вес будет растекаться по всем страницам
- Меньшие трудозатраты

Минусы:

- Сложно контролировать каждый НЧ
- Возможны постоянные смены релевантных страниц
- Возможны санкции

Оптимальный вариант – комбинировать. К примеру, взять несколько более конкурентных запросов, разместить их на морде, тем самым фокусируя часть ссылочной массы на главную. Так же продвигать страницы по нужным НЧ запросам, контролируя каждую.

### **153. Как правильно распределить запросы по страницам сайта?**

В распределении информационных запросов по сайту нет ничего сложного, стоит лишь придерживаться простых вещей. Запросы на одной странице:

- Должны содержать одинаковые слова
- Могут содержать синонимы или смысловые слова
- Должны отвечать на один и тот же вопрос
- Должны соответствовать общему содержанию и смыслу контента страницы

Полезно: [распределение запросов по страницам](#)

## **Общие вопросы**

Общие вопросы получились более лирическими и несколько шуточными.

### **154. Как правильно выбрать основной домен для продвижения (www или без)?**

Ввести любой URL в поисковую систему и посмотреть основное зеркало.

### **155. Что делать если тИЦ не поднимается?**

Забывать о том, что он может подниматься искусственно и работать над сайтом.

### **156. Что делать если Платон не хочет давать нужную информацию?**

- Теревить его до тех пор, пока не даст, задавая правильные конкретные вопросы
- Попытаться самому понять
- Читать форумы

- Искать похожие ситуации
- Спрашивать у знающих людей

### **157. Что лучше 10 ГС, 20 сателлитов или 1 СДЛ?**

Лучше не задумываться о таких вопросах и делать полезные сайты.

### **158. Как поднять ТИЦ?**

Получать тематические ссылки.

### **159. Какие сайты дают ТИЦ?**

- Качественные
- Не заспамленные
- Тематические

### **160. Как не попасть под фильтры Яндекса?**

Следовать его правилам.

Полезно: [представление сайта о качественном сайте](#)

### **161. Как возраст сайта влияет на позиции в выдаче?**

Прямой зависимости нет, но возрастной сайт имеет больший уровень доверия к поисковой системе и выше ранжируется.

### **162. Как часто бывают АПы выдачи, ТИЦ, ПР?**

График предстоящих апдейтов недоступен. В среднем:

- Ап ЯВ: 1-3 раза в неделю
- Ап ТИЦ: 1 раз в 1-2 месяца
- PR: в последнее время массово не обновляется, но бывают корректировки. Может не быть и полгода

Полезно: [правильные апдейты](#)

### **163. С чего начать продвижение сайта?**

1. Определение целей и целевой аудитории
2. Составление семантического ядра
3. Анализ конкуренции

Эти пункты включают достаточно много действий. Только после них стоит приступать непосредственно к продвижению сайта.

Полезно: [с чего начать продвижение](#) ([обсуждение на форуме](#))

### **164. Как сделать привлекательный сниппет?**

1. Иметь чистое вхождение в сниппете
2. Иметь законченную мысль в виде нескольких предложений в сниппете

3. Максимально ёмко и информативно ответить на запрос в пределах сниппета
4. Заинтересовать актуальной информацией
5. Анализировать с помощью инструментов Яндекс.Метрика/Google Analytics данные связанные с переходом, лояльностью посетителей

Полезно: [делаем привлекательный сниппет](#)

## 165. Какие преимущества внесения сайта в ЯК?

1. Трафик с каталога при высоком тИЦ
2. Косвенное влияние на продвижение и на позиции сайта
3. Повышение уровня доверия к сайту
4. Указание до 7 регионов
5. Уменьшение рисков попадания под фильтры и санкции
6. Более проще наращивать тИЦ

Полезно: [бесплатное добавление в ЯК](#), [платное добавление в ЯК](#)

## 166. Как следить за поведением роботов на сайте?

1. Вебмастер ПС
2. Функционал CMS
3. Логи сервера

## 167. Влияет ли тИЦ на поисковую выдачу?

Нет. Напрямую не влияет, но тИЦ характеризует ссылочную массу сайта. А она в свою очередь характеризует успешность ранжирования.

## 168. Индексируются ли домены .РФ в поисковых системах?

Да. Домены в зоне РФ индексируются точно также как и остальные.

## 169. Что легче двигать: старый домен или молодой?

Если возраст сайта в сравнении будет один, то возраст домена не играет роли.

Полезно: вопрос № 131

## 170. Можно ли получить фильтр за копипаст?

Да, страницы с копипастом не ранжируются высоко. Более того, можно попасть под фильтр АГС или быть вовсе забаненным по причине того, что сайт не будет нести полезной для пользователя информации.

## 171. Есть ли эффект от «трастовых баз сайтов»?

Да, эффект есть – продавцы неплохо зарабатывают.

## 172. Можно ли прокачать тИЦ сапой?

Да. Только повышение тИЦ не должно быть причиной покупки ссылок, оно должно быть следствием.

### **173. Отвалится ли ТИЦ на купленном старом домене?**

Если не восстановить прежний сайт или хотя бы его тематику, то отвалится.

### **174. Зависит ли результат продвижения (риск бана, фильтра и т.п.) от выбранной CMS (системы управления сайтом)?**

Напрямую конечно нет. Но, косвенно CMS:

- Могут формировать не правильную структуру сайта
- Могут выводить одинаковые заголовки на каждой странице
- Сквозные h1
- Могут выводить не правильные URL (в javascript)
- Могут генерировать не валидный код
- Не правильно работать с сервером
- Запрещать поисковым роботам правильно передвигаться по сайту
- Прочие некачественные штуки

Поэтому стоит читать отзывы о CMS, искать сайты на этой системе управления, проверять – как они себя чувствуют в поисковых системах. Стоит обращать внимание на платные CMS, т.к. за ними более пристальное внимание со стороны разработчиков.

### **175. Воспринимаются ли ботом Яндекса регулярные выражения в файле robots.txt?**

Нет.

### **176. Как присвоить сайту тематику?**

Пополнять строго тематическим контентом. Но тематика сайту не присваивается вручную, она присваивается при регистрации в Яндекс Каталоге. В других случаях присвоение тематики нельзя мониторить.

### **177. Возможно ли узнать какую тематику Яндекс определил для сайта не описанного в Яндекс Каталоге (скрытый ЯК)?**

Да. Для этого нужно подсмотреть [XML яндекс-бар](#).

### **178. Что лучше использовать для продвижения: статьи, каталоги, биржевые ссылки, постовые?**

Нельзя держать яйца в одной корзине. Ссылочная масса должна быть разнородна и комбинирована.

### **179. Влияют ли ссылки с различных блогов \*.livejournal.com на индекс цитирования?**

Внутри блогов этой же платформы влияют. За пределами – нет.

Полезно: [как измеряется тИЦ](#)

### **180. С чем может быть связан быстрый прирост посетителей во время апдейта Яндекса?**

- Проседание конкурентов (в результате – вывод сайта в ТОП по случайным запросам) и откат

- Позиции изменяются не для всех сайтов сразу, по близким к топу запросам можно на время выйти на первые места
- Мнимые посетители сайта могут быть поисковыми роботами, активно “бегающими” по сайту

### **181. Есть ли смысл в рекламе Яндекс.Директа? Стоит ли вешать его на свой сайт, чтобы «быть полезным» для Яндекса?**

Нет. Практической ценности в повышении уровня доверия не наблюдается.

### **182. По какому принципу расположены ссылки в панели вебмастера?**

Внешние ссылки в вебмастере сортируются не по передаваемому весу, как смело предполагает большинство оптимизаторов. Ссылки сортируются в соответствии с релевантностью служебному запросу, который их получает из базы. В любом случае, смысловой нагрузки расположение ссылок не несёт.

### **183. Как посмотреть историю изменений тИЦ?**

Сама по себе история тИЦ хранится только у Яндекса. Однако, существуют сервисы, показывающие историю изменений:

- [RDS bar](#)
- [diabolus.ru](#)

### **184. Как посмотреть историю индексации?**

[RDS bar](#)

### **185. При продвижении классически считается, что проще продвигать главную страницу (большой вес), что делать, если главная страница у блога имеет динамический контент, а продвигаются в большей части ВК-запросы. Как сохранить не только плотность ключа, но и точность вхождений?**

- Написать пост с нужным текстом, закрепить его на главной странице. Пост никуда не денется, а под ним будут обновляться свежие посты
- Создать страницу, прикрепить её на морду

### **186. Как продвигать региональную поисковую систему по ценам?**

Скорей всего SEO тут не поможет. Актуальными методами будут:

- Социальные сети
- Пресс-релизы в интернет СМИ
- Пиар на форумах
- Обзоры в блогах
- Контекстная реклама

### **187. Какие существуют возрастные периоды сайта и потолок возраста, как фактора (5-10 лет, бесконечность)?**

Возрастные периоды сайта не разделяются строго. Разделение по возрастам – инициатива оптимизаторов.

В качестве примера можно применить:

- Молодые сайты – до полугода
- Средние сайты – от полугода до полутора-двух лет
- Возрастные сайты – от двух до 4-5 лет
- Старые сайты – более 5 лет

### **188. Зачем нам дают знать значение титл, для сайтов не присутствующих в ЯК?**

Видимо для того, чтобы мы стремились в ЯК на платной основе. Так же, к примеру, некоторые сервисы Яндекса требуют (требовали) минимальный тИЦ – указание региона в вебмастере.

### **189. Как добиться быстрой индексации только что поставленной ссылки? (уведомить поисковик о том, что на странице произошли изменения)**

- Ссылка с раскрученного аккаунта Twitter позволяет быстро реагировать роботам
- Поставить ссылку с главной страницы сайта на изменённую страницу
- Направить робота через какой-либо посещаемый сайт, проставив с него ссылку на страницу
- Прогнать страницу по сервисам рабочих (!) социальных закладок

### **190. Как ПС реагируют на чистоту кода в таких важных тегах, как, например h1 или a?**

Большого внимания на это не заостряется, но лучше делать обходиться без вложенных тегов и атрибутов в заголовках h1 чтобы лишний раз не запутывать робота.

### **191. При просмотре сохранённой копии в Яндексе иногда подсвечиваются не все вхождения. А если запрос изменить, например, добавить предлог из, то подсвечивается уже намного больше вхождений. Это что-то значит?**

Это не значит, что Яндекс не учитывает все вхождения. Напрямую релевантность документа (со всеми учётами весов слов, ключей) не соответствует с выделением ключей в сохранённой копии. У сохранённой копии свои алгоритмы подсветки, которые учитывают:

- Особенности синтаксиса
- Многословные ключи в разных пассажах
- Дубли слов запроса
- И т.д.

Правильно понимать подсветку в сохранёнке не удаётся, да и не нужно т.к. к релевантности не имеет явного отношения.

### **192. В настоящее время безанкорные ссылки считаются лучше для поднятия пузомерок, а анкорные, напротив, для увеличения позиций, правда ли это?**

Анкор на тИЦ не влияет, его отсутствие тоже. На позиции наоборот, влияют как анкорные, так и безанкорные ссылки.

### **193. Как продвигать НЧ, если в топе Википедия и другие мощные ресурсы, но совсем не под этот запрос?**

Дорабатывать контент до более полного “раскрытия запроса”. В ТОП-е Википедия (бессмысленный топ) скорей всего потом, что лучшего ответа (документа) не было найдено.

## 194. Стоит ли меняться ссылками с нетематическими сайтами, если сайт уже в ЯК?

Лучше воздержаться и получать ссылки с сайтов той же тематики, что и присвоенная вашему сайту тематика. В данном случае тематика очень важна.

## 195. Что делать если сайт «застрял» на 2-3 страницах и покупка дополнительных ссылок уже не помогает?

Концентрироваться на тексте документа, доводить его до совершенства. Возможно, будет плюсом написание статей, раскрывающих дополнительную информацию “застрявшего” запроса, ссылаясь на основную страницу.

Анализ конкурентов в данном случае очень поможет.

## 196. Что такое «фильтр аффилиатов»?

Аффилированные сайты – это сайты, которые Яндекс посчитал сайтами одной компании и по одинаковым запроса оставляет только основной в выдаче.

Зачем? Сайты-клоны делают для того, чтобы занять 2 места (и больше) в ТОП-10.

Два аффилированных сайта не могут быть в ТОП-е по одинаковым запросам.

Основные причины попадания под фильтр аффилиатов:

1. Одинаковые телефоны
2. Одинаковые адреса
3. Одинаковые названия компаний
4. Одинаковый контент
5. Одинаковый дизайн

Полезно: [поиск аффилированных сайтов](#)

## 197. Как выйти из-под фильтра аффилиатов?

Чтобы выйти из-под фильтра аффилиатов нужно:

- Либо отказаться от клонированных сайтов и продвигать основной
- Либо сделать разными пункты, описанные в вопросе № 196

## 198. Как продвигать сайты на новых доменах? Сколько нужно ждать, прежде чем пойдут результаты у них по СЧ, ВЧ?

Продвигать новые сайты на свежих доменах нужно весьма аккуратно и сдержано. Активная работа с ссылочной массой не приветствуется (*хотя, некоторые тематики и типы сайтов предполагают быстрый агрессивный рост ссылочной массы, но в большинстве случаев он случайный, естественный*) в то время, как активная работа с внутренним контентом всегда будет плюсом.

В первых месяцах получение ссылок нужно свести к минимуму, заострив внимание на контенте и юзабилити. Продвигать ВЧ и конкурентные запросы не рекомендуется, выход в ТОП-10 по ним практически не возможен, стоит ограничиться НК и СК запросами.

По конкурентным словам результатов можно ждать долго, обычно продвигать такие запросы стоит только после года.

## **199. Почему в условиях жестких алгоритмов в топах можно найти сайты с перечислением ключевых слов и без title по серьезным запросам?**

- Недоработки алгоритмов
- Давка большой ссылочной массой и бюджетами, в укор внутренней оптимизации
- Улучшенное соответствие запросу сайта в целом
- Возможно, эти серьезные запросы не являются конкурентными

## **200. Что делать если сайт не показывается даже по НЧ, а индексируется хорошо и Яндекс упорно пишет, что фильтров нет?**

Возможно, эти НЧ являются более или менее конкурентными. Если же нет, и есть уверенность в отсутствии фильтров, то для вывода любого запроса требуется время. Стоит обратить внимание на динамику позиций этих запросов, а также на внутреннюю оптимизацию.

Полезно: [оптимизация страницы](#)

## **201. Компания сменила своё название. Было куплено новое доменное имя. Старый домен активно продвигался. Можно ли как то склеить эти два имени, чтобы вся прокачка со старого передалась на новое?**

Если структура старого и нового сайта (в данном случае сменился только домен) одинаковая, то отличным выходом будет переадресация посредством 301-го редиректа.

Каждый URL старого домена стоит переадресовать на соответствующий URL нового домена.

Полезно: вопрос № 28, 43, [переезд сайта на новый домен](#)

## **202. Правда ли, что на скорость продвижения в ТОП сейчас больше влияет время, которое сайт продвигали, чем возраст сайта?**

Время продвижения сайта нельзя рассматривать в отрыве с возрастом сайта. По сути время продвижения это возраст ссылок, возраст внутренних страниц и текстов, динамика увеличения количества внутренних страниц и прочее.

Да, время продвижения оказывает большое влияние на скорость выхода в ТОП-10.

## **203. Как точно определить, что сайт забанили? Достаточно ли отсутствие сайта в индексе?**

Для того, чтобы проверить сайт на бан, его домен нужно попробовать [добавить в Яндекс](#). После добавления выдаётся результат процедуры. Если сайт забанен, будет написано: “запрещён к индексации”.

## **204. Насколько эффективно сказывается SMO, продвижение в социальных сетях на поисковое продвижение?**

Достаточно эффективно. Так как SMO оказывает/должно оказывать влияние на некоторые факторы, такие как поведенческие.

Говорить о конкретном влиянии SMO на поисковое продвижение сейчас не возможно, но в ближайшем будущем скорей всего можно будет ощущать и отслеживать.

## **205. Для каких тематик эффективно SEO, для каких SMO?**

Всё просто. Определив целевую аудиторию сайта, можно понять, пользуется ли она поисковыми системами, если ли запрашиваемость ключевых слов, какого плана (развлечения, услуги) и т.д.

Если целевая аудитория нацелена на развлечения, общение или тематика сайта очень узкая, но новая, то скорей всего SMO будет эффективно.

В остальных случаях (популярная тематика, услуги, товары, высокая запрашиваемость, пользование поисковыми системами) SEO будет первым в списке способов раскрутки.

## **206. Как объяснить резкое падение поискового трафика на сайт?**

- Просели запросы (сменился регион, заменились релевантные страницы)
- Проблемы (бан, фильтры, плохая индексация, тех.проблемы, плохое управление роботами, хостинг)
- Остальные проблемы (аффилированность, конкуренты и т.д.)

## **207. Есть ли польза в прогоне по белым каталогам?**

Каталоги дают представление о том, насколько качественна ссылочная масса. Если были осуществлены прогоны по тысячам каталогов, то положительного эффекта это не даст, особенно, если прогоны были автоматическими.

Представления нынешних псевдо-оптимизаторов о белых каталогах весьма не правильны. Качественный каталог должен быть не только белым и модерлируемым, но и иметь хорошую структуру, индексацию, чёткую тематику, правильное управление роботами, не шаблонный дизайн и т.д. Таких каталогов не много, их количество измеряется всего парой сотен. Положительный результат с ручной регистрации в таких каталогах всё же наблюдается.

## **208. Постоянно скачут релевантные страницы (то морда, то внутреняк), хотя позиции держатся в ТОП-10, почему?**

Скачут страницы потому, что Яндекс находит несколько страниц со схожей степенью релевантности. Стоит пересмотреть внутреннюю оптимизацию этих страниц.

Удержание позиций в ТОП-10 при смене релевантных страниц характеризует хорошую структуру сайта и ссылочную массу, которая качественно распределяет вес по внутренним страницам.

## **209. Зарегистрировал красивый домен в зоне .РФ, смогу ли я сделать на нём проект не только под Россию, но и под западную Европу и другое зарубежье?**

Да, только следует задуматься об актуальности и необходимости сайта под зарубежье.

## **210. Насколько хорошо продвигаются сайты, домены которых в зоне .РФ?**

На данный момент продвигаются точно также как и сайты любой другой доменной зоны (Яндекс, Google).

## **211. У меня есть сайт – вarezник с тИЦ и PR, но его не принимают ни в какие биржи ссылок, что мне делать?**

Зарабатывать на трафике, полезности в SEO вarezники обычно не несут.

## 212. В трёх известных агрегаторах очень большая разница в прогнозируемом бюджете на продвижение. Почему и как понять какой бюджет самый приближённый к действительности?

Разница в бюджете характеризуется тем, что каждый агрегатор анализирует бюджеты конкурентов и считает их по-разному. Есть 2 варианта выбора бюджета:

1. Ставить рекомендуемый бюджет выбранным агрегатором
2. Ставить минимальный бюджет (из нескольких) и постепенно его увеличивать

## 213. Как не попасть в бан ПС?

Делать качественные сайты, первоначальной целью которых не является заработок в сапе и других биржах.

## 214. Откуда взялся такой тег – `<nofollow> </nofollow>`?

Такого тега не существует.

## 215. Как правильно общаться с Платоном Щукиным?

Платон Щукин – вымышленная личность, объединяющая команду поддержки Яндекса. Правильное общение с технической поддержкой Яндекса сводится к тому, чтобы не попасть под ответ робота, указывая точную ситуацию:

- Описывайте возникшую ситуацию максимально подробно
- Не пишите общими словами, делайте акцент на конкретную проблему
- Добивайтесь того, чтобы поддержка дала вам нужную информацию

## Конкретные вопросы от начинающих

*[Автор: qazar](#)*

**qazar:**|

Вопрос №1.

Очень часто мне встречался термин "анкор" и на форумах по оптимизации и на биржах копирайтинга. Насколько я понимаю это что-то типа ссылки. Хотелось бы увидеть пример написания "анкора" и его точное определение. Простите, если вопрос кажется очевидным, но я решил начинать с букваря даже в терминологии. С нетерпением жду ответов.

**Saint:**

Анкор - текст ссылки между открывающим и закрывающим тегами `<a>` и `</a>`. Само слово происходит от англ. anchor, что и переводится на русский как "ссылка", "якорь".

Пример анкера:

```
<a href="http://www.seobuilding.ru">Бесплатные инструменты для оптимизатора</a>
```

**qazar:**|

Редирект, насколько я понял, -это тоже самое, что и перекрестная ссылка. Что это? Это ссылка которая

ссылается на другую ссылку, в конечном итоге перенаправляя Вас не на заявленную в первой ссылке страницу а на какую то другую? Так ли это? если можно приведите пример....

#### **Sevab:**|

Это перенаправление.

Бывают внутри сайта. Например на этом стоит перенаправление на адрес с www.

Если наберете <http://seobuilding.ru>, то все равно попадете на <http://www.seobuilding.ru>.

Бывают другие типы редиректов.

У нас на сайте как раз есть инструмент [Проверка переадресации страницы](#).

Там коротенько рассказывается о редиректах, заодно сможете свои сайты проверить.

#### **qazar:**|

Предположим я наполнил сайт или блог информацией и готов выложить его в сеть. Какова должна быть последовательность шагов? покупка домена, затем хостинга на котором есть WordPress, и заливка моих баз на дисковое пространство домена?

#### **Chilie:**|

Очередность не играет роли - сайт все равно не заработает пока не будет обоих компонентов. Хостинг не обязательно брать с предустановленной CMS - её можно залить самому. Даже наоборот - рекомендую не пользоваться автоматическими установщиками из панели хостинга - гораздо эффективнее сделать все вручную: понять как подключится к базе данных, как подключить домен, как прописать DNS у домена и как это все связано... Иначе, в случае каких-либо проблем, вы не сможете понять их причину... 😞

Так же рекомендую регистрировать домен и хостинг отдельно и не покупать на различные предложения бесплатного домена у хостинг-провайдеров. Каждый должен заниматься своим делом. Ведь в случае, если вас перестанет устраивать данный хостинг, вы, в большинстве случаев, не сможете просто уйти если домен будет зарегистрирован у него, а в случае раздельной регистрации вас ничего не держит - можете менять хостинг хоть каждую неделю! 😊

Подробнее эту тему [можно почитать на форуме](#).

## **Тематика будущего сайта - как с ней определиться**

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

**Тематика будущего сайта** - как с ней определиться? От правильности выбора тематики будущего сайта во многом зависит его дальнейший успех. К примеру, можно потратить намного больше времени и усилий на продвижение сайта в одной тематике, а можно гораздо быстрее и с меньшими затратами добиться успеха в другой, если правильно выбрать ее в самом начале. Идеальный вариант - найти свою тематику и занять ее первым.

## Тематика будущего сайта - как с ней определиться Shakin.ru



В связи с бурным развитием интернета найти свободную тематику становится все сложнее. По популярным тематикам все ниши давно заняты. Сейчас активно осваиваются узкоспециализированные тематики.

### **Приведу пример выбора тематики из своего опыта.**

Сначала я стал определяться, о чем хочу сделать свой сайт. К тому времени у меня был небольшой опыт создания одного узкотематического [сайта по созданию карт для игры Counter-Strike](#), на котором я выкладывал свои карты со скриншотами, а также фототекстуры для создания карт. Несмотря на все мои усилия, больше 50 человек в сутки ко мне не приходило. Тогда я проанализировал посещаемость сайтов-лидеров в этой тематике. Их посещаемость не превышала 150 человек в сутки. Я понял, что эта тематика очень узкоспециализированная. Захотелось создать новый сайт в другой тематике, в которой потенциал посещаемости будет намного больше.

Я написал на листе бумаги с десятком тематик, на которые мне было бы интересно делать сайт. Затем я выбрал только 3 тематики, которые были бы мне интересны и через 2-3 года. Если у вас временный интерес к какой-либо теме и вы понимаете, что вскоре вы охладите к такому сайту, то тратить силы и время на создание и развитие такого сайта не советую.

Затем несколько дней я определял самую интересную для меня тематику. В итоге остановился на том, что нужно создавать [сайт по Фотошопу](#). Я хоть и не профессионал, но большой любитель, люблю делать реалистичные фотомонтажи и интересные эффекты. Мне приходилось показывать некоторые трюки и эффекты в Фотошопе своим знакомым (которые не были знакомы с Фотошопом), и мне

нравилось объяснять основы работы в этой программе и видеть первые успешные результаты. Я понял - эта тематика мне больше всех подходит.

Я стал анализировать сайты, которые занимали первые позиции в поисковиках и имели высокую посещаемость. Потенциал посещаемости меня радовал - на лидирующие сайты ходило несколько десятков тысяч человек в сутки.

Осталось определиться, в каком направлении двигаться. Можно было создать сайт с уроками Фотошоп. Можно было создать сайт с возможностью скачивания всевозможных фильтров, кистей и шрифтов. Можно было сделать форум, на котором посетители сами публиковали бы свои и переводные уроки по Фотошопу. Впоследствии все это на сайте появилось.

Взвесив все за и против, я решил делать сайт с уроками Фотошоп. Стал изучать топ 20 сайтов с уроками. Составил таблицу, в которой отмечал, какие плюсы и минусы есть у каждого сайта. Постепенно стал понимать, какие идеи можно позаимствовать у других сайтов, какие моменты брать не стоит, а также то, что некоторые минусы других сайтов можно исправить и превратить в плюсы на своем.

На большинстве сайтов по урокам Фотошоп уроки были переведены с английского. Кроме того, большинство уроков не отличались подробностью, и новичку, который только начинает знакомиться с Фотошопом, проделать многие такие уроки просто нереально из-за того, что многие шаги не имеют иллюстраций и написаны непонятным для него языком.

Я понял, что уроков для профессионалов и совершенствующихся много, а подробных уроков для новичков практически нет. Я решил сделать сайт с такими уроками. Конечно, писать такие уроки намного более трудоемко, чем просто переводить и вставлять картинки другого автора.

Где брать контент? Конечно, писать самому! Я стал писать уроки на основе своих многочисленных экспериментов с Фотошопом. Если получался интересный эффект, я делал на его основе урок. Каждый шаг описывал максимально подробно, сопровождая скриншотом с подчеркиванием или указанием нужных кнопок или строчек. Конечно, это отнимало много сил и занимало все свободное время. Зато было приятно осознавать, что сайт наполняется качественными уроками, которые понятны любому новичку.

Постепенно на сайте появилось дружное [сообщество любителей Фотошоп](#), которые присылали мне свои уроки для публикации. Через 4 месяца сайт занимал первое место по запросу “уроки photoshop” в яндексе, а через год его посещаемость достигла 3600 человек в сутки. О том, как я продвигал сайт, читайте в одной из следующих статей.

## Поддомены, папки и микросайты – что выбрать

*[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)*

У поисковиков есть показатели, которые они применяют к страницам, например PR, и показатели, которые они применяют к доменам и поддоменам (TrustRank, различные показатели качества, mozRank и т.д.).

За годы опыта, наблюдений и тестирований было [замечено следующее](#):

- Отдельные страницы получают выгоды от того что находятся на «мощных» доменах/поддоменах. Вот почему если кто-то скопирует ваш контент на более авторитетный домен, то на нем он получит более высокое ранжирование.
- Поддомены НЕ всегда наследуют положительные показатели и ранжирование других поддоменов корневого домена.
- Некоторые поддомены НЕ ПОЛУЧАЮТ ВЫГОД от корневого домена. (Это касается сайтов, на которых любой пользователь может создать собственный поддомен, например WordPress.com, Blogspot.com)

- Папки получают все выгоды от своего домена/поддомена.
- Хорошая перелинковка может помочь распределить положительные качества поддоменов (но не всегда это хорошо получается).

Исходя из вышесказанного, для обособленной части контента лучше создавать папку в корневом домене, нежели поддомен. Например, для блога лучше использовать [yoursite.com/blog](http://yoursite.com/blog) вместо [blog.yoursite.com](http://blog.yoursite.com), а для подраздела лучше [yoursite.com/newrazdel](http://yoursite.com/newrazdel) чем [newrazdel.yoursite.com](http://newrazdel.yoursite.com).

Однако есть случаи, когда использование поддоменов имеет смысл:

- У вас уже есть страницы на основном домене ранжированные по определенному поисковому запросу. Поисковики на одной странице выдачи не выводят более 2-х URL с одного домена, однако для поддоменов одного корневого домена могут выводить несколько URL.
- Если поддомен, или сочетание поддомен + корневой домен образует идеальный якорный текст, по которому вы продвигаете сайт.

Как и поддомены, микросайты (отдельные, самостоятельные сайты для части контента сайта) имеют свою нишу:

- Вы запускаете какой-то продукт/сервис абсолютно независимый от основного сайта/бизнеса. Несомненный плюс в том, что такой сайт в будущем легче продать, чем поддомен, а уж тем более папку.
- Вы запускаете какой-то продукт/сервис, который не хотели бы ассоциировать с основным брендом.
- У вас есть доменное имя под ваши ключевые слова.
- У вас есть контент не связанный с основным сайтом, и вы не хотели бы загромождать им сайт, запутывая посетителей.

Большой проблемой микросайтов является то, что они не наследуют ни чего от вашего основного сайта. Они независимы и продвигать их нужно как самостоятельные сайты.

Таким образом, не смотря на неоспоримые преимущества папок, поддомены и микросайты имеют свою область применения. Зная преимущества каждого вида разделения контента выбирайте тот, который лучше всего подходит в вашем конкретном случае, это поможет избежать многих трудностей.

## Домены с www и без www – история появления, использование 301 редиректа для их склеивания

*[Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo](#)*

Есть мнение, и оно не безосновательно, что каждый сайт должен иметь **301 редирект**, который был бы настроен так, чтобы один из сайтов, **с или без www**, был главным (например, для моего блога, главным является [ktonanovenkogo.ru](http://ktonanovenkogo.ru), и при заходе по адресу [www.ktonanovenkogo.ru](http://www.ktonanovenkogo.ru), вас автоматически перебросит на [ktonanovenkogo.ru](http://ktonanovenkogo.ru)). Для чего это нужно, спросите вы? Об этом я постараюсь рассказать в этом посте, но начать, пожалуй, стоит с истории зарождении самой проблемы, связанной с использованием или не использованием приставки WWW в названии сайта.



## Откуда появилась приставка WWW и что в этом плохого для начинающего вебмастера

Примерно десять лет назад **World Wide Web** (Всемирная паутина - то, что мы сейчас и считаем, собственно, интернетом) была лишь малой частью интернета, а сервера были очень слабенькими, поэтому приходилось размещать, например, сервер Apache на одном компьютере, почтовый сервер на другом, а сервер FTP на третьем. Имена серверов начинались с названия машин, на которых они располагались, и в зависимости от предоставляемого сервиса, выглядели так: `www.domain.com`, `mail.domain.com`, и `ftp.domain.com` (а так же совсем раритет - `gopher.domain.com`).

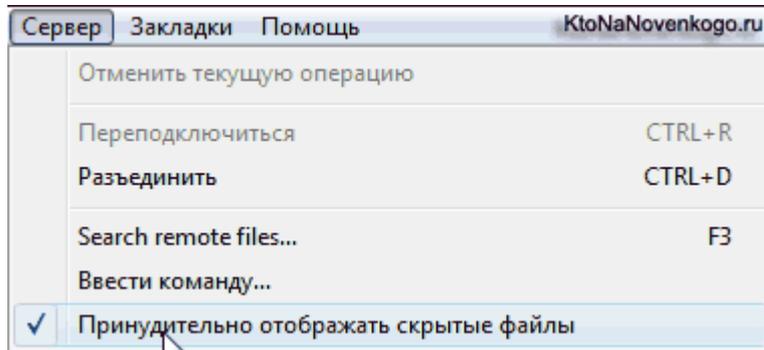
В настоящее же время приставка **www** является **анахронизмом** и должна была бы благополучно отмереть, однако, до сих пор существует масса каталогов, которые автоматически прибавляют к имени сайта вида `domain.com` пресловутое `www`. Так же существует немало пользователей, которые автоматически набирают в браузерах адрес сайта с `www` в начале (все же знают песню группы Ленинград). Поэтому `www` остается и создает очень интересную ситуацию. Получается, что `www.domain.com` и `domain.com` технически считаются полностью различными объектами, причем `www.domain.com` является родственным домену третьего уровня вида `sub.domain.com`. Но при этом же, обычно, `www.domain.com` и `domain.com` ведут (или должны вести) на одну и ту же страницу (в отличии от субдомена `sub.domain.com`), т.е. получается, что каждый только псевдоним для другого (алиас или же по английски `alias`).

Конечно же, можно все это пропустить и не забивать голову, но если вы всерьез заботитесь о продвижении вашего сайта в поисковых системах, то это может быть серьезной помехой у вас на пути. Смотрите сами что получается. **Многие поисковики воспримут `domain.com` и `www.domain.com` как разные сайты**, со всеми вытекающими отсюда последствиями. А именно - все внешние ссылки на ваш сайт будут делиться на две части, в зависимости от того, в каком виде на вас поставили ссылку (с `www` или же без него). Получается, что вы лишаетесь части внешних ссылок на ваш сайт, а это, соответственно приводит к понижению сайта в рейтинге поисковиков, и пользователей с них к вам будет приходить меньше, чем могло бы. Кроме этого еще нужно учитывать то что серьезные поисковики (Google, например) борются за уникальный контент и не индексируют страницы (и даже сайты целиком) двойники, что чревато для нашей ситуации. Поясню.

Допустим, что домен `domain.com` стал популярным и на него много ссылаются, но, как на зло, при начальной индексации сайта поисковик нашел первым домен `www.domain.com` и теперь получается, что `domain.com` стал двойником (не имеет уникального содержания) и с большой долей вероятности он выпадает из рейтинга. Печально, не правда ли? Теперь поговорим о том, как этого избежать. Кто-то очень умный придумал способ как переадресовать один псевдоним к другому, который по существу является переадресацией к самому себе. Способ это называется **Редирект** и существует несколько вариантов его реализации на разных серверах. Я приведу здесь самый простой на мой взгляд способ, с использованием файла `.htaccess`.

## Редирект 301: с WWW на без WWW и наоборот

Файл **.htaccess** нужно создать в корневом каталоге сайта или открыть на редактирование, если он уже имеется. Этот файл является скрытым и поэтому, чтобы его увидеть нужно зайти в корневую папку вашего сайта на сервере ([Как настроить доступ к сайту по FTP с помощью программы FileZilla](#)) и в верхнем меню программы FileZilla выбрать пункт "Сервер" - "Принудительно отображать скрытые файлы".



Итак, открываем этот файл обычным текстовым редактором, можно к примеру в Notepad++, и дописываем следующие строки для варианта **редиректа с www на без www**:

```
1 Options +FollowSymLinks
2 RewriteEngine On
3 RewriteCond %{HTTP_HOST} ^www.vash_sait\.ru$ [NC]
4 RewriteRule ^(.*)$ http://vash_sait.ru/$1 [R=301,L]
```

Вариант **редиректа с без WWW на WWW**:

```
1 Options +FollowSymLinks
2 RewriteEngine On
3 RewriteCond %{HTTP_HOST} ^vash_sait\.ru$ [NC]
4 RewriteRule ^(.*)$ http://www.vash_sait.ru/$1 [R=301,L]
```

Не забывайте про обратную наклонную черту перед точкой (.) в строке RewriteCond - она обязательна. Вы можете так же ознакомиться и с **другими вариантами 301 редиректа** на [этой странице](#). При 301 редиректе **Google** должен объединять PR сайтов. Теперь, кстати, ваш сайт будет доступен и по доменному с www, так и без www, но в адресной строке вас будет перебрасывать на то имя, на которое вы настроили редирект. Этот способ называется "перенаправление с шаблоном". В результате получается следующее: если набрать в адресной строке, например, <http://www.ktonanovenkogo.ru/karta-sajta>, то пользователь будет автоматически перемещен на ту же страницу, только без www – <http://ktonanovenkogo.ru/karta-sajta>.

## Директива Host, позволяющая задать главное зеркало сайта для Яндекса

Для **Яндекса** дополнительно надо определить какое зеркало сайта является главным, с помощью директивы **'Host'** в файле Robots.txt. Он также, как и файл .htaccess находится в коневом каталоге вашего сайта (если его там не окажется, то вам нужно будет его создать у себя на компьютере, в любом текстовом редакторе, а затем закинуть в корень сайта по [FTP](#)). Код добавляемый в Robots.txt должен выглядеть следующим образом:

```
1 User-agent: Yandex
2 Disallow:
3 Host: ktonanovenkogo.ru
```

Лучше будет вынести директиву 'Host' в отдельную секцию, предназначенную только для робота Яндекса (User-agent: Yandex), т.к. возможно, что другие поисковики (Google, например) могут некорректно отработать непонятную им директиву. Так же по стандартам файла robots.txt в каждой секции 'User-agent' должна присутствовать хотя бы одна директива 'Disallow', поэтому мы и поставили в коде пустую, ничего не запрещающую директиву Disallow:. Мой файл Robots.txt, после добавления приведенного выше кода, стал выглядеть так:

```
1 User-agent: *
2 Disallow:
3
4 User-agent: Yandex
5 Disallow:
6 Host: ktonanovenkogo.ru
7
8 Sitemap: http://ktonanovenkogo.ru/sitemap.xml.gz
9 Sitemap: http://ktonanovenkogo.ru/sitemap.xml
```

Более подробно о создании файла robots.txt вы можете прочитать в этой статье: [Улучшаем индексацию сайта поисковику - Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress](#)

## 301 редирект с одного домена на другое доменное имя

У меня, кстати, возникла еще одна необходимость воспользоваться 301 редиректом. Дело в том, что некоторые мои сайты базируются на бесплатном хостинге, который при регистрации предоставляет бесплатное доменное имя третьего уровня. Но я практически сразу покупал для сайтов доменные имена второго уровня, которые затем успешно прикручивал к своим сайтам. Проблема была в том, что сайты оставались доступны и по старым бесплатным доменам третьего уровня (например, gurhan.oxnull.net). Вот для разрешения такой ситуации, я так же прописал в файле .htaccess следующий код:

```
1 RewriteEngine On
2 RewriteCond %{HTTP_HOST} gurhan.oxnull.net
3 RewriteRule (.*) http://caokun.ru/$1 [R=301,L]
```

Теперь если в браузере набрать http://gurhan.oxnull.net, то произойдет автоматический переброс на сайт http://caokun.ru.

## Как перенести сайт: 10 этапов переезда сайта

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)



Вы создаете сайт с той целью того, чтобы он завоевал лидирующие позиции в своей нише или начал приносить доход, оправдывая затраты на его содержание. Но что происходит, когда сайт не оправдывает

себя или он становится настолько ценным, что его покупает конкурент? Как происходит процесс закрытия сайта, его переноса или слияния?

## Переезд сайта на другой домен

Это одна из простейших форм перемещения сайта. При смене главного домена, все, что вам потребуется сделать — это поставить [301 редирект](#) на доменном уровне.

Однако, если перемены касаются не только домена, но смены CMS сайта или структуры перелинковки, тогда этот процесс несколько усложняется.

## Смена CMS / Слияние с другим сайтом

Тут вам придется расставить редиректы на всевозможных уровнях, возможно и на уровне отдельных страниц. Обязательно ли перенаправлять каждую страницу? Возможно и нет, но все зависит от многих факторов.

Подумайте о следующем:

- Какие страницы приносят трафик?
- Какие страницы конвертируют трафик?
- Какие страницы имеют [бэклинки](#)?
- Какие страницы больше всего привлекают пользователей?

В прошлом году AOL выкупил сайт **MMAFighting.com**, который находился под управлением [CMS](#), отличной от той, на которых созданы другие спортивные сайты AOL (у AOL своя собственная CMS). Поэтому, чтобы содержать этот сайт AOL пришлось перенести его на свою CMS.

А это означало, что разработчикам нужно было "вытащить" все записи со старой CMS, перенести их на CMS AOL и указать пути к каждой странице со старых URL. Некоторые сегменты старого сайта были определены нецелесообразными, опираясь на представленные выше критерии и поэтому не были перенесены вообще.

## Закрытие сайта

Когда закрывали **Propeller.com**, разработчикам пришлось поставить редиректы как на главные страницы, так и на страницы, имеющие определенное количество трафика. Например, спортивный раздел Propeller теперь перенаправляется на сайт **FanHouse.com**.

Одним из самых трафико-несущих разделов сайта была статья о женском здоровье. Этой конкретной странице было больше двух лет, но она до сих пор занимала первые позиции в поисковой выдаче. Поэтому тут пришлось устанавливать редирект с одной страницы.

Мы определили страницу в сети AOL (Здоровье), которая удовлетворяла бы запросам пользователей и они не были бы смущены тем, "какого черта" их перенаправили не на ту страницу, которую искали.

Конечно эта страница сайта AOL со временем и заняла бы лидирующие позиции в поисковой выдаче и начала бы приносить сайту трафик, но установив 301 редирект мы сделали это мгновенно.

## 10 этапов переноса сайта

Вне зависимости от причин переноса сайта, мы придерживаемся 10 этапов этого процесса:

- Перед тем, как предпринять какие-либо действия по переносу, проконсультируйтесь с [SEO командой](#), для того, чтобы сохранить как можно больше [трафика](#).

- Не используйте один редирект всех страниц, ведущий на одну страницу, раздел или URL нового сайта.
- Используйте 301 редирект модели "страница-к-странице" и это сохранит максимальное количество трафика.
- Перед тем как начать перенос протестируйте каждый раздел сайта. Перенос следует начинать только тогда, когда вы уверены в том, что новые страницы будут совпадать с требованиями пользователей.
- Используйте временный [301](#) к каждой старой странице, перенаправляя ее на новую.
- Постарайтесь сохранить такую же структуру папок, для более простого и понятного проставления редиректов при смене домена.
- Перепроверьте все внешние и внутренние ссылки. Постарайтесь изменить все ссылки, поменяв их на новые.
- Продолжайте контролировать старый домен и поддерживать редиректы не менее 180 дней.
- Создайте страницу [ошибки 404](#). При возникновении ошибки, она поможет пользователям перейти на новый сайт.
- В панели вебмастера подтвердите оба домена, так как при повторном просмотре сайтов поисковиком возможно будут выявлены ошибки (в том числе и в [редиректах](#)) и вы сможете легко их исправить.

Следуя нашим рекомендациям, вы смягчите потери, вызванные "переездом" сайта, а это означает, что после переноса сайт вам не придется работать месяцы, чтобы вернуться к былому уровню трафика.

Источник: [The 10 Step Site Migration Process](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Раскручиваем сайт с нуля – рекомендация по наращиванию ссылочной массы

Автор: [Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)

Есть много способов и [схем продвижения сайта бесплатно](#), но это можно практиковать, если вам позволяет свободное время. Я же экономлю время и получаю нужные мне результаты быстрее. Просто для эффективного продвижения сайта нужно потратить определенный бюджет. Он зависит от конкуренции ниши, количества ключевых слов и нужного топа (топ 1-3, топ 5, топ 10).



**Самое главное для успешного продвижения сайта** – это распределение ссылок и систематизация их размещения. Существует много разных фильтров у поисковых систем, которые нужно обходить, что бы получить желаемый результат в поставленные сроки.

## **Итак, делаем хорошую оптимизацию сайта и приступаем к наращиванию ссылочной массы.**

Для начала на сайт необходимы ссылки с трастовых сайтов (старых сайтов с большими показателями) например PR 3-7 ТИЦ 200-5000. Не обязательно брать самые жирные сайты по сумасшедшим ценам, в этом тут нет нужды, основные характеристики возраст сайта и показатели.

Такие ссылки можно купить на биржевых брокерах [Sape](#) и [Mainlink](#) или на форуме у вебмастеров. Советую хорошо просмотреть ассортимент и выбрать по дешевле, просто владельцы многих сайтов ломают цену в разы больше чем средняя в системе. Таких ссылок нужно купить 3-5, и ближайшую неделю ничего больше не покупать.

**Внимание:** если покупать ссылки много и постоянно, сайт попадет под фильтр поисковых систем, и потом придется долгое время из под фильтра его выводить.

За эту неделю мы готовим тексты для статей навсегда, распределяем анкеры (ссылки с нужными вам ключевыми словами) и ведем подбор авторитетных сайтов с хорошими показателями. Очень важно размещать статьи навсегда на сайтах с жирными показателями, поскольку статьи там индексируются быстро, что нам собственно и нужно. Размещаем 5-15 статей на жирных сайтах, и не покупаем ссылки примерно 2-3 недели. Нужно что бы наращивание ссылочной массы не было очень быстрым.

За эти пару недель создаем проект в [бирже ссылок Sape](#), создаем описания для ключевых слов. Если запросов много, то вам понадобится генерировать описания, я это делаю с помощью программы AllSubmiter.

Дальше смотрим, на каких позициях находится сайт в [поисковых системах](#), обычно за это время сайт уже появляется в топ 100, но не всегда, иногда нужно больше времени. Записываем отчет по позициям в excel файл, для того что бы вести отчеты и видеть как растет сайт в поисковой выдаче.

Дальше приступаем к покупке ссылок на нужные запросы. У каждого кто продвигает через Sape, есть свои методы, у меня четко выработаны определенные фильтры, по которым я покупаю ссылки. Для начала берем более-менее жирные ссылки, например ПР3 ТИЦ от 40, можно тематические, а можно и нет, разницы особо нет, хотя многие утверждают что есть, тут все будет зависеть от окружающего текста ссылки.

The screenshot shows a search engine filter interface with the following sections:

- Быстрый подбор** (Quick selection)
- Фильтры** (Filters)
- Контекстные ссылки** (Contextual links)

**Выберите область поиска:** (Select search area)

- Основная база сайтов
- Сайты сомнительного содержания
- Все сайты

**PR** от  до

**ТИЦ** от  до

**Внешних ссылок** до

**Прогнозируемое число внешних ссылок** до

**Цена в месяц** от  до  у.е.

**DMOZ**

**YASA**

**Тематика площадки**

- [Все категории]
- English sites
- Hi-End
- MP3
- Авто

Используйте клавишу CTRL, если хотите выбрать сразу несколько пунктов

**Уровень домена**

- Все уровни
- Второго уровня
- Третьего уровня

**Уровень вложенности страницы**

- Главная
- 2-ой уровень
- 3-ий уровень

**Дополнительные ограничения**

- Отображать только избранные сайты
- Отображать ссылки только с открытыми URL
- Отображать площадки с размещенными ссылками
- Не отображать сайты, уже купленные в рамках других URL текущего проекта

**Наличие в Yandex**

**Наличие в Google**

**Страниц с каждого сайта**

- Одна
- Оптимальные
- Все

**Выводить по:**

**Сортировать по:**

**Режим вывода:**

**Ключевые слова**

Вводите через запятую, не более 150 символов, не менее 4. Например: пластиковые окна, окна ПВХ

В неделю покупаем не более 100 ссылок на проект, для того что бы опять же не попасть под санкции. Точнее за первую неделю покупаем примерно 100 ссылок и ждем примерно пару недель, потом сканируем позиции, делаем выводы, и прикупаем дальше.

Под украинский [Гугл](#) практически любой сайт можно вывести за 3 месяца в топ 10. Бывали случаи, что за месяц выходил в топ 3 по очень конкурентной тематике, но тратить в таких случаях нужно больше для получения жирных ссылок на ваш продвигаемый проект. Но это экстрим и на сайтах клиентов лучше его не применять.

Дальше наш сайт уже подходит к топовым позициям, уже прошло примерно 1.5-2 месяца с момента старта [продвижения сайта](#), нужно прикупить постовых в блогах. Это можно сделать с помощью системы Блогун, можно и в ручную связаться с владельцами блогов и договорится про размещение. Поскольку я очень часто размещаю, постовые для своих проектов и клиентов у меня есть своя база блогов по которым я размещаю, постовые в первую очередь, кстати, если размещать оптом, то есть больше 3-5 постовых, то получается хорошая скидка.

Создаем описания для постовых и распределяем ключевые слова, и размещаем. При этом так же покупаем ссылки в Sape.

Через 2-3 месяца получаем топ по Гуглу и [Яндексу](#) под Украину, так же и под Россию, только под Россию бюджеты на продвижение в разы больше в связи с конкуренцией.

Вот так просто с определенным бюджетом можно вывести любые ключевые слова в топ поисковых систем, так же есть множество других способов, которые я постоянно экспериментирую, поскольку один проверенный способ это скучно и не интересно. Меня больше интересуют способы бесплатные, что бы достичь определенного результата и не платить ежемесячно за купленные ссылки, но на такие способы нужно гораздо больше времени.

**P.S.** Большинство студий по продвижению используют только [биржи ссылок](#), кстати сайт можно спокойно продвинуть и ими, но для более гарантированного вывода в топ, лучше разбавлять.

## Бесплатное продвижение сайта

*[Автор: Дмитрий КtoNaNovenkogo](#)*

Сегодня речь пойдет о том, как можно осуществлять продвижение сайта бесплатно. Наверное, эта тема особенно интересна будет начинающим вебмастерам, у которых нет лишних денежных средств и необходимых знаний для того, чтобы покупать пачками обратные ссылки на биржах типа Sape и т.п. Собственно, это вовсе и не обязательно делать. Давайте уподобимся прижимистым буржунетским вебмастерам, которые косо смотрят на покупные ссылки и в основном используют **бесплатное продвижение сайтов**.



На самом деле, ничего сложного для понимания в бесплатном продвижении сайтов нет, окромя того, что при этом придется затратить кучу своего времени на [внутреннюю поисковую оптимизацию контента](#) на сайте и на ручное получение бесплатных обратных ссылок с жирных сайтов. Ну, а как вы хотели? В любом случае вам придется заплатить, разве только что во втором случае плата будет взиматься вашими человеко-часами, потраченными на **продвижение сайта бесплатно, но трудозатратно**.

### Что в себя включает бесплатное продвижение сайта

Но кроме того, что при бесплатном продвижении сайта вы практически не будете расставаться со своими денежными знаками, вы будет еще и на сто процентов уверены в качестве выполняемой работы. Ну, а как же? Сам себя ведь не обманешь и не обжулишь. Итак, давайте в двух словах пробежимся по **методологии бесплатного продвижения сайта**, а затем на конкретных примерах вы сможете посмотреть, [как получить бесплатные обратные ссылки](#) с профилей жирных (трастовых) ресурсов.

Основой бесплатного продвижения сайта является внутреннее SEO или, другими словами, оптимизация контента на вебсайте под запросы поисковых систем. В общем-то, даже при платном продвижении

[внутренняя поисковая оптимизация контента](#) сайта необходима, т.к. она способна существенно (в разы) **снизить стоимости продвижения**.

Это связано с тем, что при хорошей оптимизации текстов под запросы поисковых систем уже не нужно будет закупать огромное количество внешних (обратных) ссылок. Можно будет существенно на этом сэкономить.

При полностью *бесплатном продвижении сайта* (данный блог KtoNaNovenkogo.ru продвигается именно таким образом и имеет [достаточно высокую посещаемость](#)) нужно понимать, что без тематических внешних обратных ссылок, закупленных в достаточно большом количестве, продвинуться по высокочастотным и высококонкурентным поисковым запросам у вас не получится.

Можно будет довести поисковую оптимизацию текста статьи до совершенства, но по запросу с очень высокой конкуренцией вы все равно не попадете в топ и даже рядом с топом вряд ли будете. Тут в обязательном порядке нужно будет проводить внешнюю SEO оптимизацию, ориентированную на эту статью (закупать обратные ссылки с анкерами, содержащими ключевые слова, по которым продвигается статья).

У меня на блоге есть такая статья, которая получилась в основном заточенной под высокочастотный поисковый запрос "[темы \(шаблоны\) для WordPress](#)". Конкуренция в этой тематике высокая и для продвижения этой статьи нужно будет закупать внешние ссылки. Но я этого делать, естественно, не буду, в силу бессмысленности этого действия. Ведь у меня не продающий вебсайт и не тот ресурс, который полностью посвящен темам для WordPress.

Мне остается только смириться со сложившейся ситуацией, а вам сделать выводы и продвигать свои статьи по поисковым запросам, которые можно будет отнести к низкочастотным (ВЧ) или, в крайнем случае, к среднечастотным (СЧ). А вот по низкочастотникам (НЧ) у нас с вами есть все шансы **бесплатно продвинуться в топ** поисковой выдачи.

Именно по низкочастотным запросам продвижение возможно бесплатно, т.к. в этом случае будет достаточно просто правильно осуществить [внутреннюю поисковую оптимизацию](#) текстов, грамотно организовать структуру своего вебсайта и связанную с ней [внутреннюю перелинковку страниц](#). Только за счет этого вы сможете попасть в топ 10 и даже в топ 1 поисковой выдаче по тому или иному низкочастотному запросу.

Конечно, работает это не в ста процентах случаев, но имея на своем ресурсе достаточное количество оптимизированных под низкочастотные запросы поисковых систем статей, вы в праве рассчитывать на очень даже приличный трафик с поисковых систем.

У меня, например, **поисковый трафик при бесплатном продвижении сайта** составляет от 2000 до 2500 посетителей, пришедших с поисковиков (Яндекс и Google являются основными источниками трафика). Так, похвалился посещаемостью или даже нет - это я не хвалился, а рекламировал бесплатное продвижение, как реально существующий метод, дающий зримые результаты.

Но совсем без внешних ссылок обойтись нельзя. Все же это важный фактор, на который очень критично смотрят поисковые системы. Поэтому я и предлагаю вам получить достаточно **много бесплатных обратных ссылок** (у меня по версии Яндекса их на данный момент уже [более 400](#), хотя, некоторые из них я получил путем обмена постовыми, но их не более 15). Эти бесплатные обратные ссылки являются очень существенным элементом общего бесплатного продвижения сайта.

Дело в том, что даже по гиперссылкам с профилей вебсайтов (и форумов тоже, кто бы что ни говорил) на ваш ресурс передается определенный вес, который при надлежащей внутренней перелинковке будет равномерно распределяться по всему ресурсу и благополучно достигнет страниц со статьями, которые вы, собственно, и **продвигаете в топ поисковой выдаче** по тем или иным низкочастотным запросам.

Это основная функция внутренней перелинковки страниц вебсайта, которая является очень важной **при бесплатном продвижении**, когда вся основная ссылочная масса, добытая на трастовых ресурсах, будет приходиться на главную страницу проекта. И именно внутренняя перелинковка страниц позволит статическому весу, передаваемому с трастовых сайтов, благополучно перетечь на страницы со статьями.

А что такое [статический вес](#)? Да неважно в рамках этой статьи, что такое статический вес. Главное, что чем выше будет у вебстраницы статический вес, тем выше она будет стоять в поисковой выдаче по тому или иному поисковому запросу, при прочих равных условиях продвижения.

Бесплатные внешние ссылки позволят вам нагнать статический вес на вебсайт, а грамотная внутренняя перелинковка позволит этому статическому весу благополучно распределиться по всему ресурсу и перетечь на страницы со статьями, которые вы *продвигаете бесплатными методами*. Но не забывайте, что статический вес передается и со страниц вашего собственного ресурса, поэтому значимость правильной внутренней перелинковки страниц сайта еще более повышается.

Но кроме статического веса, передаваемого по бесплатным обратным ссылкам, вы можете еще и [увеличить траст своего сайта](#). Трастовость и авторитетность сайта являются очень важными характеристиками ресурса. Если траст высокий, то статья вашего проекта можете попасть в топ поисковой выдачи сразу, как только появится. Но это, конечно же, справедливо только для супер трастовых ресурсов, до которых нам с вами не дорасти.

Но тем не менее, чем выше будет траст вашего проекта, тем более высокие позиции в поисковой выдаче он сможет занять при прочих равных условиях ([Как траст ранк и авторитет сайта влияет на ранжирование документов в поисковой выдаче](#)). Ну, а основным способом увеличения трастовости своего проекта являются внешние ссылки с трастовых ресурсов. Числового значения траста в паблике нет, поэтому мы будем использовать косвенный показатель траста - ТИЦ. Это не совсем корректно, но зато просто и наглядно.

В общем получается, что бесплатные обратные ссылки нужны **сайту, использующему бесплатное продвижение** для получения статического веса и для наращивания траста, который в свою очередь приведет к увеличению посещаемости. Правда, при удачном стечении обстоятельств эти обратные ссылки, полученные бесплатно, способны еще и увеличить [ТИЦ](#), но это никто вам не гарантирует и не это главное при бесплатном продвижении методом получения халявных бэков с жирных сайтов.

Ну вот, настроил этот текст очень быстро, буквально на одном дыхании, получив при этом не мало положительных эмоций. Иногда написание статей способно приносить приятные моменты, но, к сожалению, теперь мне предстоит самое неинтересное в этой публикации - рутинный рассказ о том, как получить жирную обратную ссылку с того или иного трастового сайта или форума. Для вас это, конечно же, наиболее важная часть статьи, которую вы возможно открываете, просто промотав вступительную часть статьи.

Ну, да ладно, пора приступать к работе, ведь вам нужно продвигать ваши проекты и желательно сначала использовать все возможные бесплатные методы продвижения, а уже потом, когда все будет сделано, задумываться о том, чтобы вложить средства в платное продвижение. В общем-то, я согласен именно с таким подходом к продвижению и раскрутке нового проекта.

Но, правда, продвигать таким образом можно, наверное, только свои и горячо любимые проекты, на которые не жалко потратить время и силы. Ну, а при продвижении чужих проектов проще всего будет сразу начать с "тупой" закупки ссылочной массы, **без использования возможностей бесплатного продвижения** (внутренней оптимизации, перелинковки и халявных обратных ссылок), ибо это очень уж трудозатратно, но тем не менее и очень эффективно.

Хотя я думаю, что есть оптимизаторы, которые используют бесплатные обратные ссылки с трастовых ресурсов для того, чтобы продвигать заказные проекты. Иначе, вряд ли бы имели место угрозы в

комментариях, адресованные мне, как распространителю **идеи бесплатного продвижения сайтов** за счет халявных жирных обратных ссылок. Они считают, что я зря палю тему, тем самым ее убивая.

А вот мне совсем не жалко, несмотря на то, что основная ссылочная масса на мой блог идет именно с этих самых жирных сайтов, про которые я пишу в рубрике. Не очень я верю в то, что тема быстро загнетса, если я буду палить эти вебсайты в паблике. В любом случае получается, что я рублю сук, на котором сижу. Может это по глупости, а может по умыслу (ведь статьи про бесплатные жирные ссылки здорово увеличивают количество подписчиков на новости моего блога), но я все равно считаю, что делаю правильно, иначе бы и не делал.

Да, еще немного отвлекусь перед началом работы по описанию способов получения бесплатных обратных ссылок. Обязательно помните еще об одном замечательном способе совершенно *бесплатного продвижения и раскрутки вашего сайта*. Особенно, конечно же, раскрутки. Наверное, уже догадались о чем я говорю? Если нет, то вот он, этот незаменимый для любого вебмастера способ бесплатной и гарантированной [раскрутки сайта](#).

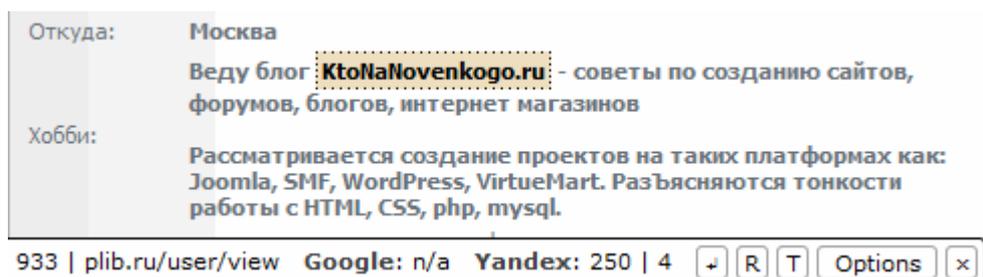
## Получаем обратные ссылки с трастовых ресурсов - один из важных факторов бесплатного продвижения сайта

1. **Plib - ТИЦ=250**. В меру жирный ресурс, с профиля которого можно заполучить обратную ссылку и добавить ее в свою копилку бесплатного продвижения сайта. Гиперссылка, естественно, будет открыта для индексации всеми поисковыми системами (во всяком случае на данный момент), иначе бы и не было смысла об этом писать.

Порядок действий не отличается от обычного: [регистрируетесь](#), при этом можете сразу заполнить поля "Откуда" и "Интересы". В первом поле введите текст с [Html кодом обратной ссылки](#) на ваш проект, например, так:

`1 Веду блог <a href="http://ktonanovenkogo.ru/">KtoNaNovenkogo.ru</a> - советы по созданию вебсайтов, форумов, блогов, интернет магазинов`

А в поле хобби можете указать дополнительный текст, который придаст некую [тематичность](#) данной страничке профиля.



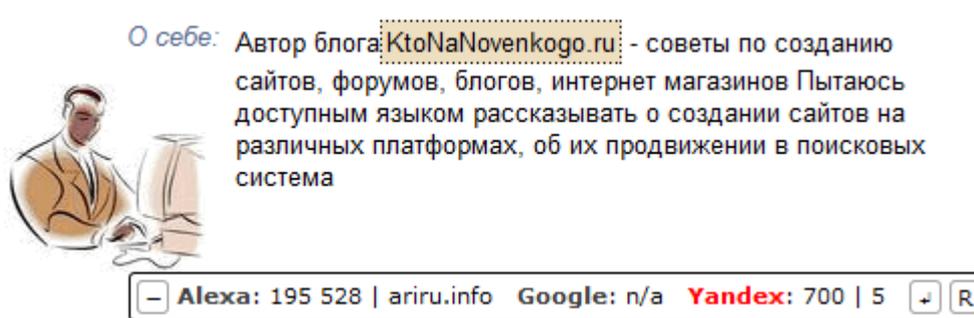
Если вы читали предыдущие мои публикации на тему [получения бесплатных обратных ссылок](#), то, наверное, знаете, что светло-коричневый фон на скриншоте обозначает, что данная внешняя ссылка открыта для индексации поисковыми системами ([Как можно закрыть внешние ссылки от индексации поисковыми системами](#)). Такую удобную опцию нам предоставляет плагин [SEObag](#) для Оперы.

Кстати, окончательно проверить открытость внешней ссылки можно, добавив URL страницы с профилем в [аддурилку Яндекса](#). Если Яндекс не ругнется, что данная страница закрыта от индексации поисковыми системами в [файле robots.txt](#), то все замечательно.

Для того, чтобы найти свою страничку с профилем, зайдите на [форум](#) и ответьте в любой теме. В появившемся сообщении перейдите по гиперссылке своего профиля. Для ускорения индексации

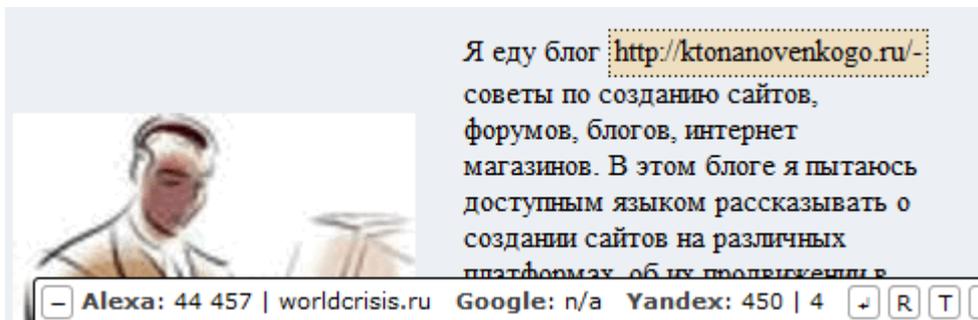
обратной ссылки прогоните URL вебстраницы с этим бэклинком по аддурилкам поисковых систем ([Яндекс](#) и [Google](#)).

2. **Ariru - ТИЦ=700.** Жирный ресурс с профиля которого можно получить бесплатную обратную ссылку, причем точно так же, как и в предыдущем примере, гиперссылка будет с анкором, что добавляет дополнительной цимус к халяве. Вам нужно будет [зарегистрироваться](#), при этом вас сразу же после этого автоматически авторизует.



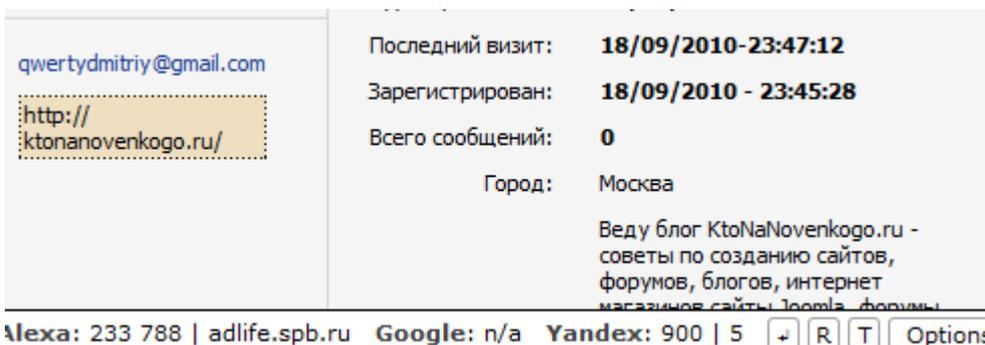
Перейдите на вкладку "Редактировать профиль" и в поле "О себе" введите текст с HTML тегом ссылки, точно так же, как было описано в предыдущем примере. Сохраните произведенные изменения, зайдите на форум и добавьте ответ или сообщение. Скопируйте адрес своего профиля и прогоните его по аддурилкам ([Яндекс](#) и [Google](#)).

3. **Worldcrisis - ТИЦ=450.** Еще одна халявная ссылочка с анкором в нашу копилку бесплатного продвижения сайта. Сначала [регистраетесь](#) и после авторизации вы сразу попадаете на страницу редактирования своего профиля.



Поле "Ваш web-сайт" можете не заполнять, т.к. эта обратная ссылка будет закрыта от индексации Яндексом (заключена в теги Noindex). Вам нужно просто ввести в поле "Несколько слов о себе" текст с указанием гиперссылки на ваш ресурс в виде <http://ktonanovenkogo.ru/>. После сохранения изменений вас перебросит на страницу профиля. Скопируйте ее URL и прогоните по аддурилкам (URL см. выше).

4. **Adlife.spb - ТИЦ=900.** Еще одна халявная ссылка без анкора в нашу копилку бесплатного продвижения. [Регистрируетесь](#), дожидаетесь письма с подтверждением и переходите по адресу из этого письма. Авторизуетесь.



Перейдите на страницу изменения информации о себе "МОЙ ПРОФИЛЬ" и в поле "Домашняя страница" можете вставить обратную ссылки на свой ресурс, а в поле "Немного о себе" добавить околоссылочный текст. Сохраняете произведенные изменения и сразу попадаете на страницу своего профиля, где увидите халявный бэклинк. Да, и не забудьте про аддурилки.

5. **Gameguru - ТИЦ=1500.** Жирный сайт, который позволит получить бесплатную обратную ссылку, правда, безанкорную, но мы сможем добавить околоссылочный текст, что несколько нивелирует отсутствие анкера. [Регистрируемся](#), после чего вас тут же авторизует на ресурсе и вы попадаете на страницу настроек.



Введите в поле "Веб-сайт" обратную ссылку на ваш ресурс (но только без http://, лишь доменное имя вида ktonanovenkogo.ru), а в поле "Несколько слов о себе" - околоссылочный текст. Сохраните изменения и на вкладке "профайл" скопируйте URL вашего профиля в области "Покажи себя друзьям". Ну, и про аддурилки не забудьте ([Яндекс](#) и [Google](#)).

6. **Volgograd - ТИЦ=1500.** Еще одна звонкая монета (халявная обратная ссылка с жирного сайта) в нашу копилку бесплатного продвижения сайта. Гиперссылка аналогичная предыдущему примеру - безанкорная, но с околоссылочным текстом, если вы захотите его задать. Для начала [регистрируетесь](#), дожидаетесь письма с кодом активации, переходите по гиперссылке и задаете пароль.

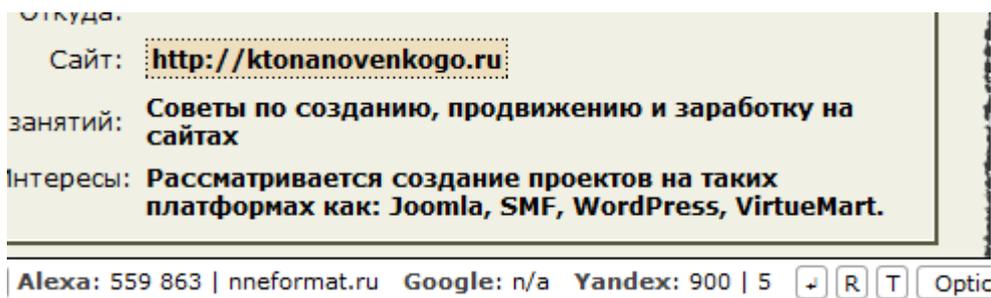
#### Связь с миром:

<http://ktonanovenkogo.ru/>

Alexa: 68 155 | volgograd.ru Google: n/a Yandex: 1 500 | 5

После это вас авторизует и перебросит в личный кабинет. В области "Связь с миром" вводите вашу обратную ссылку, а в области "О себе" вписываете околоссылочный текст. Перейдите на страницу своего профиля, щелкнув по расположенной вверху слева гиперссылке "Ваш профиль, каким его видят посетители". Убедитесь в наличие бесплатной обратной ссылки и не забудьте про аддурилки.

7. **Nneformat - ТИЦ=900.** Продолжаем наше бесплатное продвижение и получаем очередную (на сегодня последнюю, ибо уже устал) обратную ссылку. Она будет безанкорной, но с расположенным рядом тематическим текстом.



[Регистрируемся](#), при этом можно сразу указать свою обратную ссылку в поле "Сайт", так же добавить околоссылочный текст в поля "Род занятий" и "Интересы". После регистрации входите

под своим логином и паролем, после чего прокручиваете окно вниз и находите гиперссылку на свой профиль в области "Последний зарегистрированный пользователь". Ну, и как обычно, прогоняете этот URL по аддурилкам.

## Как отличить хорошего донора от плохого

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

Если вы когда то прикупали очень часто ссылки через биржи ссылок, то наверняка у вас хорошо глаз набился на нормальные сайты или гавносайты на которых не нужно размещать ссылку. Сегодняшний пост не только про биржи ссылок, а о том, как отличить хороший сайт под [ССЫЛКИ](#) и плохой.



Этот пост будет разбит под общие и конкретные мои критерии отбора, потому что виды ссылок есть разные, например арендованные ссылки в [sape](#) или постовые навсегда в блогах.

### **Итак, это непосредственно касается ссылок покупаемых в sape:**

- сайт не должен размещать ссылки на адалт и фарма сайты
- сайт не должен размещать более 4-5 ссылок с внутренней страницы и 10 с главной страницы
- у сайта должны быть разбиты блоки ссылок, например по 2 ссылки по бокам, или по одной по бокам и 1 внизу в подвале
- домен сайта от 150 дней, но опять, же смотря, какая задача, но практика показала, что на гавносайты нужно много времени, что бы чистить их и закупать новые, но плюс в том, что они значительно дешевле нормальных ссылок
- более 50 страниц в индексе [Гугла](#) и [Яндекса](#)
- хороший процент индексации страниц 80-90%

- сайт продающий ссылки до 3-го уровня, 4 и 5 уровни индексируются неоправданно долго
- ссылки должны быть не закрыты от индексации поисковиками, очень часто бывают такие ребята, которые закрывают или прячут ссылки, для этого скачайте себе толковый seo бар что бы он подсвечивал noindex и nofollow
- ссылки не должны быть скрытые от видимости даже от видимости человеческого глаза, так как можно получить санкции поисковиков
- сайт должен хотя бы иногда обновлять контент, например там новости если это сайт компании
- хотя бы минимальные показатели [ТИЦ](#) и [PR](#), тут опять все зависит от целей
- так же если на сайте стоит Яндекс.Директ то это говорит о том что сайт приняли в систему и он нормальный, хотя нужно все проверять

Если бы вы прикупили например 50 000 – 100 000 ссылок с сайтов [sape](#), то уже б легко на на глаз говорить что это за сайт, причем практически моментально.

### **Теперь что же касается постовых или контекстных ссылок навсегда:**

- обязательно обновление блога или сайта – регулярное
- возраст, новые блоги тоже дают вес, но меньше чем трастовые и старые
- показатели сайта ТИЦ и PR, чем больше, тем лучше
- хорошая индексация поисковыми системами 80-90% хотя бы
- не больше 3-х постовых или 2-х контекстных ссылок со страницы
- количество обратных ссылок по [yahoo](#), я не покую на блогах где обратных ссылок по yahoo меньше чем 50-100, исключение делаю для тематических блогов разных тематик. Чем больше обратных ссылок на [блог](#) или сайт, тем лучше для вас, так как сайт передаст лучше вес ссылочного
- блог который размещает постовые – не должен торговать ссылками в sape, хотя есть отличные примеры топ блогов, которые постоянно развиваются и убрали исходящие ссылки с комментариев, и продают не более 1-2 ссылки со страницы. Это скорее всего исключения, но есть
- alexa rank это касается топ блогов, потому что у них в основном он нормальный, чем он меньше, тем лучше для ссылок, которые будут размещаться
- с виду блог должен быть живим или сайт

### **А теперь что касается сайтов для статей навсегда:**

- сайт не должен торговать [ссылками](#) в каталоге статей, а еще лучше не торговать ссылками вообще, тогда такой сайт вообще полезный
- показатели ТИЦ и PR
- частота обновления
- процент индексации страниц

- возраст сайта, чем старше, тем лучше
- а так же вышеупомянутые критерии пересекаются

Писал достаточно быстро пост, возможно, чего то не учел, но, в общем, получается такая картина.

## План раскрутки: С чего начать продвижение сайта?

*[Автор: Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#)*

По многочисленным вопросам о том, как спланировать раскрутку сайта, какому алгоритму необходимо следовать для продвижения своего ресурса в поисковых системах, появилась данная статья, которая, надеюсь, будет полезна ряду новичков в SEO.

Определенного алгоритма раскрутки не существует самого по себе, каждый оптимизатор следует своим пунктам, но так как новички не сталкивались раньше с подобными задачами, то предлагаю ознакомиться с моим планом продвижения сайта, который, я считаю, используют многие SEO компании. Некоторые пункты описаны лишь вкратце и вам следует более глубоко изучить определенные разделы при необходимости. Итак, с чего же начать продвижение?

### 1. Определение целей

Понятно, что когда речь идет о SEO, то вероятнее всего вы хотите, чтобы ваш сайт находился в поисковых системах. Однако, все же спросите себя, зачем он должен там быть? Какова ваша цель раскрутки? Как вы будете [проверять результаты продвижения](#), добились ли вы какого-либо эффекта или провели за компьютером бесцельно прожитые годы?

Целями в данном случае могут служить:

- просто наличие сайта в поисковике;
- высокие позиции в поисковиках по каким-то интересным на ваш взгляд запросам;
- обгон конкурентов в позициях по некоторым запросам;
- увеличение посещаемости ресурса (траффика);
- поиск целевой аудитории и постоянных заинтересованных клиентов;
- увеличение коэффициента конверсии и, соответственно, заработка на рекламе или партнерской программе;
- желание быть модным :) (да, такие тоже есть);
- другие цели...

В зависимости от выбранной цели будет формироваться свой план продвижения и свои методы формирования отчетов и анализа результатов раскрутки. Допустим, что мы просто хотим, чтобы наш сайт находился в поиске, причем выше конкурентов, если таковые имеются.

### 2. Формирование ядра запросов и их группировка

Некоторые называют этот шаг составлением семантического ядра. Заключается он в следующем: необходимо найти ту группу запросов, которая наиболее максимально подходит к вашему сайту. На данном этапе следует прекрасно понимать свою будущую аудиторию, её интересы, возраст, пол, поставить себя на место пользователя и представить, какие запросы были бы наиболее релевантны для вашего сайта. Если вы специалист своего дела, то вы сможете быстро выдать ряд высокочастотных поисковых фраз, по которым вас ищут даже офлайн.

Например, у вас сайт посвящен продаже букетов цветов, значит, вероятнее всего, главный запрос будет иметь вид “доставка букетов”. Смотрим [статистику ключевых слов](#) по этому запросу в Яндексе (также там можно указать регион поиска) и видим (в правой колонке), что наряду с нашим запросом пользователи также ищут: букеты москва, заказать цветы, купить цветы, бизнес букет, заказ букетов и т.д. Выберите основные из этих высокочастотных запросов.

Когда вы определитесь с ВЧ, переходите к определению [СЧ и НЧ запросов](#), анализируя левую колонку в статистике Яндекса. Также можно использовать [статистику рамблера](#) для более детального анализа.

Группировать запросы следует по их принадлежности к определенному ВЧ, например, фразы из одной группы:

- доставка букетов
- доставка букетов цветов
- доставка букетов по москве
- букеты на заказ с доставкой
- цветы доставка купить букет
- ...

### 3. Анализ конкуренции по каждому из запросов

Когда вы определитесь с ядром запросов, тогда следует проанализировать рынок и определить своих главных конкурентов, их методы раскрутки, позиции и тенденции. Обычно при анализе конкурентов выявляется множество новшеств и приходится корректировать некоторые из предыдущих пунктов плана продвижения сайта.

Вводите в поиск сперва ваши высокочастотные запросы и смотрите, какие из сайтов стоят на первых местах, есть ли контекстная реклама по этому запросу? Более детально рассмотреть анализ конкурентов и другие пункты раскрутки планируется в ближайших постах, а пока делайте это интуитивно для каждого из запросов из вашего ядра.

### 4. Аудит сайта

После того, как мы познакомились с нашим конкурентом, нам необходимо узнать подробно свой сайт и для этого провести его аудит. Аудит сайта это довольно широкая задача и требует времени и внимания, этот этап должен проводиться человеком, уже имеющим определенные знания в SEO, а также опыт подобных анализов. В процессе анализа своего сайта необходимо выявить все его достоинства и недостатки, частично внутренний аудит сайта можно выполнять с помощью [программы хелпи](#).

Также на этом этапе следует проанализировать как в настоящее время относятся поисковые системы к этому сайту (индексируют, нет ли фильтров, кто раньше ссылался на наш сайт и т.д.).

Заметьте, что до этого момента мы не предпринимали никаких действий с сайтом, несмотря на то, что была проделана огромная работа. Была проделана очень важная поготовительная часть, без которой не возможно ни одно продвижение. Не всегда эту работу понимают заказчики, так как ничего визуально не поменялось, однако лишь с этим багажом знаний можно двигаться дальше.

### 5. Внутренняя оптимизация

Следующий этап в нашем плане раскрутки сайта это внутренняя его оптимизация. Данный этап подготавливает сайт к продвижению, делает его видимым в поисковых системах и заставляет их полюбить данный ресурс, как в общем и пользователей, зашедших на него. Внутренняя оптимизация состоит из нескольких частей, выделим три главные из них.

## 5.1. Выбор страниц под каждую группу ключевых слов

По всем запросам двигать одну главную страницу невозможно и глупо, поэтому следует выбрать те страницы (если их нет, то добавить), которые вы будете оптимизировать под ту или иную ключевую фразу из вашего ядра запросов.

Обычно главная страница оптимизируется под высокочастотные запросы (высококонкурентные), страницы второго уровня (напр., категории) под среднечастотные и остальные страницы со статьями или продуктами магазина с описанием должны оптимизироваться под низкочастотные запросы. Это делается потому, что на практически всех движках, используемых для создания сайтов, вес перераспределяется так, что большая его часть приходится на главную страницу, а меньшая на вложенные страницы, находящиеся в 2-3 (и более) кликах от главной.

## 5.2. Оптимизация контента

На данном шаге необходимо оптимизировать контент на выбранных страницах, чтобы он был максимально релевантен тем ключевым словам, под которые эти страницы будут раскручиваться. В оптимизацию контента входит (основные пункты):

1. [Оптимизация тайтлов страниц](#).
2. Редактирование самого текста.
3. Редактирование заголовков текста, alt атрибутов изображений и т.д.
4. Улучшение дизайна и других характеристик качества целевых страниц. Создание условий для мотивации посетителя к действиям (покупке товара, подписке на обновления, сохранению ссылки в закладках и т.д.).

## 5.3. Оптимизация внутренней перелинковки в соответствии с ядром запросов

Естественно, что наиболее важные страницы должны иметь максимум веса. Представьте, что у вас есть несколько магазинов по продаже букетов, один расположен в центре города, другой на его окраине. Центральный магазин будет пользоваться большим спросом, поэтому вам необходимо будет туда поставлять товар намного чаще, чем во второй. Также и со страницами при SEO оптимизации. Те страницы, которые будут давать максимальную отдачу, нужно прокачать максимальным весом.

Это называется перелинковкой. Чем лучше изначально вы перелинкуете страницы своего сайта, тем меньше этому придется уделять внимания в будущем.

## 6. Добавление сайта в поисковики и другие поисковые ресурсы

После того, как вы оптимизировали сайт внутренне, необходимо дать знать о нем другим людям. Для этого, прежде всего, [зарегистрируйте его в поисковых системах](#). Попробуйте подать заявки на регистрацию в [DMOZ](#) и [Яндекс.Каталоге](#).

Можно обойтись и без этого пункта, поисковики склонны сами находить интересные сайты в сети, но можно и подстраховаться, если вы сомневаетесь в качестве своего сайта.

## 7. Внешняя оптимизация

Внешняя оптимизация это также неотъемлемая часть продвижения, так как на данный момент поисковики оперируют с внешними ссылками для определения рейтинга и популярности сайта. Если всю предыдущую работу вы можете выполнить единожды, то внешнюю оптимизацию необходимо производить постоянно, чтобы поддерживать нужные позиции в поиске.

В зависимости от подхода к ссылкостроению (синоним внешней оптимизации) внешние ссылки размещаются на определенных ресурсах на свободной или платной основе. Это могут быть каталоги сайтов (что категорически не рекомендуется для молодых неокрепших ресурсов), сайты схожей тематики и региона (в последнее время актуально), каталоги статей и пресс-релизов и множество других сайтов. Методов ссылкостроения сотни, не ограничивайтесь лишь двумя-тремя, ищите их на форумах и блогах, а также самостоятельно разведывайте лазейки, где можно получить хорошие ссылки пусть даже с большими временными затратами, например, используйте [продвижение статьями](#).

Подумайте, где может находиться ваша основная аудитория и найдите эти места в сети. Это могут быть всевозможные форумы, группы в социальных сетях и любые другие социальные ресурсы. Очень полезно разместить информацию о вашем сайте на этих ресурсах, чтобы люди и поисковые системы узнали о вас и начали индексировать.

В данном случае не стоит перегибать палку, как это свойственно многим “оптимизаторам”, когда они начинают спамить по форумам своими анонсами, приглашать всех посетить сайт вконтакте и т.д. Помните, что одна хорошая ссылка “для людей” даст больше [доверия сайту](#), чем 100 спамных. Ознакомьтесь также с [теорией траста сайта](#).

Если у вас коммерческий сайт, тогда необходимо рассмотреть также пункты [покупки ссылок](#), как основного момента современной внешней оптимизации сайта различными SEO компаниями. Подробнее об этом будут следующие посты, а пока лишь перечислим основные этапы внешней оптимизации (в том числе с помощью коммерческих ссылок), каждый из которых требует определенного времени и усилий.

- 7.1. Определение бюджета на ссылки
- 7.2. Составление текстов ссылок
- 7.3. Размещение ссылок на внешних ресурсах
- 7.4. Контроль размещенных ссылок
- 7.5. Анализ эффективности размещения
- 7.6. Корректировка стратегии
- 7.7. Подготовка отчета
- 7.8. Оптимизация и корректировка ссылочного бюджета

---

Целью данной статьи не было рассказать о том, как продвигать сайт. Это невозможно объяснить даже в отдельной книге, так как, во-первых, количество подходов к оптимизации и раскрутке сайта очень велико и, во-вторых, Интернет как живой организм — постоянно развивается и совершенствуется: то, что работало вчера уже неэффективно сегодня, нужно постоянно быть, как говорится, в струе, если заниматься SEO.

Целью этой статьи было рассказать коротко новичкам о плане, которому можно следовать на начальном этапе. Не стоит забывать о своих целях, о релевантных вашему сайту запросах, об аудите своего сайта и сайтов-конкурентов. Перед тем, как проводить внешнюю оптимизацию сайта, выставлять его на публику, размещая ссылки на различных ресурсах, в том числе и коммерческие ссылки, необходимо провести внутреннюю оптимизацию сайта, чтобы уменьшить показатель отказов и большинство посетителей, также как и поисковых ботов, заставить полюбить вас и невольно помогать делать вас популярней.

Надеюсь, теперь вы знаете с чего начать продвижение своего сайта!

## Продвижение от А до Я

[Автор: Brabus](#)

**Brabus:**

Всем привет. Предлагаю замутить учебник по продвижению сайта с нуля. Берем сайт новичка (с его согласия конечно),

Кто может дает ему дельные консультации, пошагово разборчиво. Он исполняет. Пишет какие результаты и ощущения. Сайт его всегда можно глянуть всем.

Всем миром идем методом проб и ошибок. Я думаю потом в этой теме любой новичок сможет понять основные принципы продвижения.

Что скажете, форумчане?

**Sevab:**

Мы с Chilies посоветовались и выбрали:

<http://volnistye.ru/>

Поздравляю vladimir1983! 😊

Сегодня составим план дальнейшего продвижения и выложим на всеобщее обозрение.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме.](#) Продвижение испытуемого идет полным ходом (и достаточно успешно). Поэтому, рекомендую обязательно почитать [полную версию этого эксперимента.](#)

## Поцелуй паука - моя схема бесплатного продвижения сайтов

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Дорогие друзья, в эфире вторая часть моей схемы продвижения сайтов Поцелуй паука. Если вы не читали первую часть, то можете найти ее здесь: [Поцелуй паука - моя схема бесплатного продвижения сайтов. Часть 1 + подкаст.](#) Также можете ознакомиться с другой схемой продвижения сайтов - [Укус дракона - моя схема продвижения сайтов.](#)



В [Укусе дракона](#) я описывал примерную хронологию продвижения и безопасные темпы роста ссылок. Конечно, можно не придерживаться каких-либо рамок и ограничений. Но по опыту могу сказать, что очень часто различные проблемы с индексацией сайта, с наложением фильтров, с понижением позиций в каком-либо поисковике связаны именно с тем, что при продвижении сайта не было определенной системы действий и ссылки увеличивались бесконтрольно без чувства меры. Во всем нужен системный подход.

Поэтому можете действовать по своему усмотрению, но если хотите успешно продвигать свой сайт безо всяких фильтров и осложнений, то рекомендую ориентироваться на хронологию и темпы роста ссылок, описанные в Укусе дракона: <http://shakin.ru/seo/dragon-bite.html>.

В любом случае, при продвижении нужно следить за динамикой позиций по продвигаемым запросам (это можно делать бесплатной программой [Сайт-аудитор](#)), и при падении позиций на время снижать темпы роста ссылок или вовсе приостанавливать их прирост на некоторое время.

Когда сайт наполнен первоначальным контентом, то нужно спланировать его пиар-акцию. Для этого можно разослать ссылку на него своим друзьям и знакомым в ICQ, а также сделать его анонс на форумах, на которых вы общаетесь (если общаетесь).

Я делал анонс своего первого сайта на 3 форумах, где меня хорошо знали - форуме моего города, моего интернет-провайдера и на форуме по картам для игры Counter-Strike, созданием которых я в то время

увлекался. Тематика форумов для первоначального пиара особо не важна - если вас знают на нескольких форумах, этого вполне достаточно.

В итоге в первый день пиара удалось получить первых 130 посетителей. Пусть они не были целевыми, и на второй день трафик значительно уменьшился, но мне важно было проверить свои силы и увидеть, сколько человек я могу привлечь на свой сайт таким способом. А если на сайте есть интересный контент, то наверняка кто-нибудь будет заходить на сайт снова и снова.

Если у вас есть друзья и знакомые со своими сайтами, то можно попросить их упомянуть ваш сайт или просто поставить ссылку на него, если это возможно на их сайте, блоге или в подписи на форуме. Взамен также можете поставить ссылку на их сайт - в итоге каждый получает пользу.

Одно из отличий бесплатных ссылок от платных - бесплатные индексируются медленнее, как правило. Хотя и платные могут индексироваться неделями и месяцами, но в целом бесплатные ссылки появляются медленнее платных.

Какой вывод из этого можно сделать? Правильно, бесплатных ссылок можно ставить больше, чем платных, если говорить об этапах развития сайта. Взять те же каталоги сайтов - полностью ссылки с каталогов появляются в поисковиках через 3-5 месяцев, потому что поисковикам нужно время, чтобы проиндексировать ссылки в глубине каталогов.

Еще такой момент - добавление блога на сайт компании и его регулярное обновление значительно расширит возможности его продвижения и привлечения дополнительных посетителей.

В целом я бы сказал, что успешно продвигать сайт бесплатными способами вполне реально, нужно только двигаться в правильном направлении, прилагать необходимые усилия и тратить время. Например, я смог за год увеличить посещаемость своего сайта по урокам Фотошоп globator.net с 0 до 3600 посетителей в сутки практически бесплатно, изначально не обладая никакими знаниями в продвижении сайтов. О применяемых мною способах вы можете прочитать в этих статьях: [Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть 1](#), [часть 2](#) и [часть 3](#). На самом деле нужно только захотеть, и все обязательно получится.

В продвижении важно использовать разнообразные методы. Описанные способы я с успехом применял и применяю для продвижения сайтов. Старайтесь искать новые способы и экспериментировать. Не нужно “кочегарить” какой-либо один способ все время. Эффект будет больше, если применять разные способы.

## Региональные и тематические порталы

При продвижении сайтов региональные и тематические порталы часто незаслуженно обходят вниманием. И зря - многие порталы обладают не только большим потенциалом целевого трафика, но и высокими показателями ТИЦ и PR.

С порталов достаточно легко получать бесплатные ссылки - многие из них идут в ногу со временем и предоставляют возможность своим пользователям создавать блоги, а также участвовать в дискуссиях на форумах.

Я не буду приводить список крупных региональных и тематических порталов - каждый знает подобные ресурсы в своем городе и тематике, а если и не знает, то может без труда их найти запросами вида:

*Новосибирск портал  
медицина портал*

## Объявления о работе

Многие сайты, на которых можно дать объявление о работе, позволяют добавить ссылку на свой сайт. Найти такие сайты очень легко - достаточно набрать в поисковике запрос вида:

*работа добавить объявление*

Злоупотреблять не стоит, смысл не в количестве ссылок, а в их разнообразии и качестве.

## Сайты фрилансеров

Зарегистрировавшись на сайтах фрилансеров, можно описать свои навыки, указать пару примеров своих работ и добавить ссылку на свой сайт. Найти сайты фрилансеров можно, набрав в поисковике запрос:

*фриланс*

## Форумы движков сайтов

На форумах, посвященных какому-либо движку сайтов (Wordpress, Data Life, Drupal и т.д.) есть разделы “Примеры сайтов на движке таком-то”, где можно поделиться своим сайтом со ссылкой на него, если, конечно, ваш сайт работает на этом движке. Кстати, в таких разделах можно найти очень оригинальные примеры сайтов и необычные решения на стандартных движках.

Найти форумы по движку своего сайта можно, запросив в поисковике следующее:

*Wordpress форум*

## Ссылки с подписей на форумах

По сути, это бесплатная альтернатива [покупке ссылок с подписей на форумах](#). Если вы уже общаетесь на каких-либо форумах - замечательно. Если ссылки в подписях разрешены, то зайдите в свой профиль и добавьте подпись со ссылкой на свой сайт с использованием нужного поискового запроса в тексте ссылки.

Если вы не общаетесь на форумах - самое время начать, особенно на тематических. Заодно будете получать интересную информацию по тематике вашего сайта, а это лишним никогда не бывает.

Не советую массово регистрироваться на десятках форумов и спамить свои ссылки - ссылки удалят, аккаунт забанят, и в итоге это будет зря потраченное время. Достаточно выбрать 2-3 форума, или даже один, и нормально там общаться.

## Ссылки с Wikipedia.org

Известная онлайн энциклопедия [Wikipedia.org](#) позволяет зарегистрироваться, добавлять и редактировать материалы. Модерация там жесткая, поэтому сначала изучите правила добавления и редактирования материалов.

Можете написать пару интересных статей для википедии по тематике Вашего сайта либо аккуратно добавить ссылку на свой сайт на страницах, где это уместно. Ссылки с википедии закрыты от гугла в nofollow, но открыты для яндекса.

## Ссылки с Youtube.com

Вы можете добавить несколько видеороликов по тематике вашего сайта и в описании видеоролика поставить ссылку на ваш сайт. Такие ссылки закрыты от гугла через nofollow, но открыты для яндекса.

Также полезно размещать видеоролики на своем сайте - под каждым роликом есть раскрывающийся блок “Статистика и данные”, в котором выводятся ссылки с пяти сайтов, с которых больше всего человек посмотрели этот ролик. Они хотя и закрыты в nofollow, но для яндекса полезны.

Можно также наложить на видеоролик надпись с адресом вашего сайта или добавить титры и аннотации - это позволит привлечь больше посетителей на ваш сайт. По аналогии можно получать ссылки и с других видеосервисов.

## Кросспостинг

Кросспостинг - это автоматическая публикация материалов с одного блога на другие. Это бесплатный способ получать ссылки с блогов. О кросспостинге я подробно писал в этих статьях: [Кросспостинг - подробная инструкция по настройке](#) и [Кросспостинг - мое решение проблемы](#).

Когда создадите второстепенные блоги, с них можно поставить ссылку на основной блог в боковой колонке.

## Бесплатные каталоги статей

Бесплатные каталоги статей позволяют дополнительно подпитывать продвигаемый сайт ссылками. Найти общетематические каталоги статей можно в поисковиках запросом вида:

*каталог статей  
добавить статью*

Найти каталоги статей, принимающие статьи по тематике вашего сайта можно такими запросами:

*строительство “каталог статей”  
недвижимость “добавить статью”*

При желании можно найти довольно жирненькие каталоги статей.

## Продвижение пресс-релизами

Каталоги пресс-релизов в рунете в целом более качественные и обладают большими параметрами ТИЦ, PR и посещаемости по сравнению с каталогами статей. Также каталоги пресс-релизов в целом гораздо быстрее индексируются поисковиками, чем каталоги статей.

Подробно о продвижении пресс-релизами я писал в этой статье: [Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить](#).

## Социальные сети

Социальные сети имеют огромный потенциал в плане привлечения посетителей. При работе с социальными сетями советую помнить основное правило “Чтобы что-то получить, нужно сначала что-то дать”. Если вы просто зарегистрируетесь в социальных сетях и добавите ссылку на свой сайт, то это практически никакой пользы не даст. Там нужно общаться, заводить друзей и приносить пользу сервису.

Помимо общеизвестных социальных сервисов, найти другие социальные сети можно обычным запросом в поисковике:

*социальная сеть*

Специализированные социальные сети можно найти, добавив в начало запроса нужное ключевое слово. Хотя в рунете пока еще мало социальных сетей, и во многих тематиках их просто нет.

## Обмен ссылками

Обмен ссылками для молодого сайта с нулевыми и околонулевыми значениями ТИЦ и PR очень затруднителен.

Однако выход есть. Например, если у вас блог, то можно предложить более развитым блогам обмен постовыми в соотношении 3-5 к 1. Также всегда можно найти десяток-другой блогов с такими же параметрами для обмена постовыми, как у вашего блога.

## Сервисы ответов на вопросы

На сервисах вопросов и ответов общается большое количество посетителей. Чтобы их успешно привлекать на свой сайт, нужно посвящать общению на этих сервисах определенное время. Если грамотно отвечать на вопросы пользователей и давать ссылку на свой сайт там, где она уместна, то можно получать дополнительных посетителей и ссылки на свой сайт.

Приведу основные сервисы вопросов и ответов на русском:

[Вопросы и ответы Google](#) (ссылки прямые)

[Яндекс.Ответы](#) (ссылки прямые)

Сервис [Ответы@Mail.ru](#) интересен только в плане привлечения посетителей (ссылки закрыты и от гугла, и от яндекса через nofollow и noindex).

## Интервью

Интервью - замечательный способ не только привлечения дополнительных посетителей, но и получения внешних ссылок. Взяв интервью у какого-либо блогера, вы в большинстве случаев получаете прямую ссылку с его блога, а также определенный трафик. Блоггер не только сам зайдет на страницу с интервью на вашем сайте, но и разошлет ссылку друзьям и знакомым.

Я с самого начала понял это и активно практикую интервью. Помимо всего прочего с помощью интервью можно узнать много интересного о людях, которые вам интересны и завести новые знакомства.

На своем сайте по Фотошопу <http://globator.net> я также активно беру интервью у победителей конкурсов, которые регулярно проводятся. Пусть у ребят нет своих сайтов и никакой ссылки мой сайт не получит. Не в ссылках счастье, а в посетителях © Глобатор. Хорошая фраза получилась, даже самому понравилась 🏆.

Я уверен, что каждый победитель конкурса, давший интервью, поделится ссылкой на него не с одним десятком человек и сам не раз будет заходить на сайт, потому что его там заметили и оценили. Пользователи чувствуют доброе отношение и отвечают тем же.

Помню, после одного такого интервью в первый же день на моем сайте по Фотошопу “высадилось” 200 парашютистов 🙄. Это не опечатка - с одного популярного форума парашютистов в первые сутки пришло

200 посетителей. Оказывается, победительница конкурса активно занимается парашютным спортом и поделилась ссылкой на интервью с собой на форуме парашютистов, на котором она активно общалась.

## Нужно больше ссылаться на другие сайты

Добро всегда возвращается. Например, если ссылаться на блоги по своей тематике, то можно получить не только трекбек (по сути, обратную ссылку на Ваш сайт в комментариях), но и привлечь внимание блоггера на Ваш сайт. Конечно, нужно не просто ссылаться ради получения ответной ссылки, а делать подборку ссылок на интересные и полезные материалы для ваших читателей.

Я сам всегда захожу на блоги, сославшиеся на меня. Если вижу, что человек поставил прямую ссылку на мой сайт, то я обязательно постараюсь отблагодарить его - ищу материалы на его блоге, которые могут быть полезны моим посетителям, и если нахожу такой материал, то добавляю эту страницу в закладки, чтоб опубликовать прямую ссылку на этот блог в очередном выпуске [блог-шоу](#).

Конечно, если полезных материалов не нахожу, то ничем помочь не могу - я не могу направлять своих посетителей на сайт, на котором нет интересующей их информации. Также если блоггеры жадничают и закрывают ссылку на мой блог в nofollow и noindex, а также через редирект, то, как говорится, "Что посеешь, то и пожнешь".

Недавно мне очень понравилась идея [блогодружбы](#), которую я встретил на одном блоге. Блоггер в доброжелательной форме сослался на несколько блогов и написал свои отзывы о них. Отличный пример.

## Форумы дизайнеров и CSS галереи

Если у Вас сайт с красивым и уникальным дизайном, то вы можете сделать его анонс на форумах веб-дизайнеров, чтобы обсудить детали с профессионалами.

Еще один эффективный способ - добавить ваш сайт в популярные англоязычные CSS галереи. Там язык сайта значения не имеет, главное - чтобы был красивый и оригинальный дизайн. Недавно я с помощью добавления в CSS галереи сайта своего клиента по продвижению получил десятки качественных ссылок на продвигаемый сайт. Плюс этот способ дает дополнительный трафик на сайт. Приведу ссылку на отличный список CSS галерей, которым я пользовался: [Thecssgallerylist.com](#).

## Сервис микроблоггинга Twitter.com

Еще всем недавно мало кто пользовался [твиттером](#), но сейчас наблюдается такой бурный рост популярности этого сервиса, что не пользоваться им просто нельзя. Ссылки в твиттере закрыты через nofollow.

Даже если у вас нет своего сайта, обязательно попробуйте twitter. Чтобы понять этот сервис и освоиться там, вам годится эта ссылка на отличный [гид по твиттеру](#).

## Добавление в социальные закладки

Хотя эффект от социальных закладок в плане продвижения сейчас уменьшился (это немудрено - их массово используют для добавления ссылок), но, тем не менее, умеренное добавление в них внутренних страниц своего сайта имеет смысл - можно подпитать страницы внешними ссылками с нужным текстом. Не советую спамить сервисы социальных закладок. Достаточно добавлять по 1-2 странице 2-3 раза в неделю.

Вы можете воспользоваться моей статьей для ускорения работы с социальными закладками: [Как сказочно ускорить добавление в социальные закладки](#).

## Регистрация в каталогах

Самая качественная и эффективная регистрация в каталогах - ручная. Небольшая часть каталогов очень хорошо работает в плане роста позиций в поисковиках. Постоянно встречаю в довольно конкурентных топках сайты, часть внешних ссылок которых из каталогов.

Когда я [начинал продвижение](#) своего сайта по [урокам Фотопон](#), на котором я бесплатно [увеличил посещаемость с 0 до 3600 посетителей за 1 год](#), то сделал себе план - каждый день регистрировать сайт в 20 каталогах вручную, и в 100 - каждый выходной день. Я сделал это правилом и следовал ему в течение нескольких месяцев. Именно такой настрой помог мне добиться хорошей посещаемости.

Вообще при продвижении сайтов я считаю, что поисковики - это хорошие друзья. Нет, не так сказал 😊. Поисковики - это как два могущественных джинна из сказки про Алладина - джин Дахнаш и джин Махмуд. Если действовать по их правилам, ничего не нарушать и правильно тереть волшебную лампу, то они выполняют любое ваше желание. На этом откланяюсь и пойду готовить следующий пост - у меня для вас есть много интересного.

## Поисковая оптимизация, раскрутка и продвижение нового сайта глазами начинающих оптимизаторов

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

Новички, продвигая свои молодые сайты в поисковых системах, создают множество ошибок, основанных, прежде всего, на неправильном подходе к оптимизации. В этой заметке хотелось бы указать, какие ошибки делают начинающие оптимизаторы, разъяснить понятия “оптимизация”, “раскрутка” и “продвижение”.

При оптимизации сайта, новички не уделяют должного внимания внутренним факторам – контенту на страницах, заголовкам (title), форматированию текста, перелинковке и так далее. Пытаясь продвинуть сайт внешними факторами, используют лишь каталоги и/или доски объявлений. В итоге, не улучшая, а лишь ухудшая ситуацию своего ресурса и засоряя весь Интернет, неопытные оптимизаторы не добиваются цели попасть в топ.

### Добавление сайта в поисковые системы

[Адурилка](#) поисковых систем позволяет добавить сайт в тот или иной поисковик. В 99% случаев можно обойтись без этого шага, так как основные поисковые системы и так добавляют вас в индекс, найдя ссылку на ваш ресурс. Ручная регистрация сайта нужна лишь в случаях проведения сеошных экспериментов, когда требуется учет только внутренних факторов и отсутствие внешних.

Если какая-либо SEO контора или специальный софт обещает добавить ваш сайт в 1000+ поисковых систем, то знайте, кроме спама на ваш email, введенный при регистрации, вы не получите никакого эффекта от подобного действия ни по трафику, ни по скорости добавления в индекс основных поисковиков, ни тем более по позициям в результатах поиска.

## Регистрация в каталогах

Каталоги играли какую-то роль несколько лет назад, когда алгоритмы поисковых систем были не настолько совершенны, чем сейчас. Если вы когда-либо читали определение [индекса цитирования](#), то вы должны знать, что не все ссылки хороши.

Посмотрите, например, страницу каталога <http://korporativchik.ru/cat/e-commerce.html> и проанализируйте работу ссылок на этом ресурсе.

#### 5. Онлайн- лавка мобильной техники

У нас Вы сможете приобрести любые аксессуары к сотовым телефонам. Любой, удо до Яндекс денег

<http://www.sota-world.ru> тИЦ: 0 PageRank: 0

По тексту ссылки “Онлайн лавка мобильной техники” [яндекс не дает никаких результатов](#), у google [выскакивают два каталога](#), но не сам акцептор. То же самое с любыми другими более-менее уникальными анкерами.

Бывает, конечно, когда каталоги дают минимальный эффект, по тексту ссылки можно найти акцептор, но далеко не на первом месте, в подобном случае первые места зачастую занимают доноры, что говорит о бесполезной трате времени и других ресурсов на подобный вид оптимизации. Не стоит вспоминать белые и черные каталоги, все они одинаково бесполезны для серьезных проектов. Если же вы уж так хотите добавить сайты в каталоги, тогда используйте трастовые ресурсы, такие как [DMOZ](#), [ЯК](#) и некоторые другие, где помимо веса, вы также получите дополнительный трафик на ваш сайт. В последнем случае не получится добавить ресурс, прогнав сайт по системе [1ps](#) или заказывая у специальных людей, а придется работать вручную, при этом пройдя жесткую модерацию и в некоторых случаях заплатить за регистрацию (например, Яндекс-Каталог).

Более того, вы должны знать, что существование в сети множества каталогов – это *труд желающих заработать на неопытных оптимизаторах людей*, труд шуллеров. Представьте такую ситуацию. Я имею сеть из 200 различных каталогов (причем многие из них имеют одинаковую информацию в whois). Я предоставляю консультации по \$80-100 в час по оптимизации и продвижению сайтов, во время консультации я вам советую одного человека, который по низкой цене в \$10 может прогнать ваш сайт по базе каталогов, при этом обещаю не меньше 200 беков (обратных ссылок), заранее предупредив, что остальные беки могут отпасть. После прогона по своим же сайтам, я получаю от вас деньги за консультацию, за прогон и вы ещё будете выступать в качестве рекламодателя моих услуг. Вы рады, я рад, все довольны, но **ничего не изменилось**, так как поисковикам невыгоден положительный исход таких событий, ссылки с подобных каталогов не учитываются, а сети быстро банятся. Таких шуллеров в сети пруд-пруди.

Если бы можно было с помощью каталогов выйти в топ, тогда не существовало бы [бирж ссылок](#), где оптимизаторам приходится хорошенько вкладывать бюджет, а также конкуренция была бы не настолько жестока в коммерческих тематиках, так как был бы крут тот, кто прогнал свой сайт по большей базе.

## Прогон по доскам объявлений и форумам

Такой метод малоэффективен и иногда может привести к наложению фильтра на **молодые сайты** из-за резкого увеличения беков, что называется активной раскруткой. При подсчете показателей [PageRank](#), тИЦ и других индексов ссылки с подобных ресурсов не учитываются поисковыми системами. Лишь в редких случаях, ссылки с форумов могут играть роль, обычно это происходит на хорошо модулируемых сайтах.

Исключением в эффективности подхода спама по доскам объявлений может служить рассылка черных оптимизаторов с целью, о которой я хочу рассказать позже.

## Оптимизация, Раскрутка и Продвижение

Оптимизация, раскрутка и продвижение сайта это разные понятия. **Оптимизация** подразумевает прежде всего внутреннюю оптимизацию сайта – рерайт текста на страницах, возможно даже изменение дизайна (чтобы улучшить html код), перелинковка разделов сайта, добавление нужных статей. То есть оптимизировать сайт, его страницы таким образом, чтобы поисковые системы его полюбили, понимали, что на нем написано, по какой теме и без проблем индексировали.

**Раскрутка** и продвижение, это уже нечто другое, это уже подключение внешних факторов и привлечение дополнительных клиентов не только из поисковых систем, но также из других тематических источников. В итоге аудитория должна у сайта собраться качественная (тематическая), а конверсия посетителей в клиентов должна увеличиться. Тут не обойтись без смены дизайна сайта, так как не каждый посетитель станет клиентом, нужно облегчить ему все шаги, если он заинтересован в вашей компании.

В случае **раскрутки сайта** необходимо применять такой подход, чтобы люди сами на вас ссылались и цитировали в тематических группах. Необходимо представить информацию на сайте доступно, чтобы даже ежику было понятно, а также сделать вид, что фирма весьма солидная, имеет хорошие отзывы авторитетных клиентов, примеры работ, и так далее. Если фирма действительно солидная, тогда на оптимизацию и раскрутку уйдет немало средств, в зависимости от конкуренции.

Проблема многих начинающих оптимизаторов в том, что все они используют, в основном, раскрутку и мало кто оптимизировал сам сайт под определенные запросы.

## Заключение

Как-то в ICQ ко мне был такой вопрос.

Кстати, еще вопрос один, почему на нашем сайте, показатели ТИЦ и ПР на нуле?

Почти в 70 каталогах есть наш сайт.

Плюс реклама в begun .ru

И баннерные показы на banner drive.ru

Работы в принципе все я проводил над ним.

Все бы ничего, часто новички считают, что после прогона по каталогам их сайт не только будет в топе, но и примет хорошие показатели PageRank и тИЦ. Но в этом случае вопрос задавал человек, который предоставляет услуги раскрутки, берет за это порядка 5-10к рублей и является представителем SEO компании, ссылку на которую я не буду приводить, вы можете их найти сами в сети.

Подводя итог, повторяюсь, что главными ошибками молодых оптимизаторов являются мнения, что:

- Каталоги могут помочь в оптимизации и продвижении сайта;
- Прогон по доскам объявлений увеличит показатели тИЦ и PageRank и, соответственно, улучшит позиции в серпе;
- Регистрация и перерегистрация в поисковых системах ускорит индексацию сайта и покажет поисковику, что над сайтом проводятся работы и он постоянно обновляется, улучшив их отношение к ресурсу;
- Участие в программах контекстной рекламы как-то влияет на позиции сайта в результатах поиска;
- Баннерообмен и баннеропоказы связаны с поисковыми системами;

А также к ошибкам относится то, что оптимизаторы совсем не уделяют внимание внутренним факторам, таким как:

- Текст страниц;
- Перелинковка разделов;
- Видимость сайта поисковыми системами;
- Удобная навигация для ботов;
- Оптимальное форматирование текста;
- Уникальный контент и заголовки;
- а также многое другое.

# Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google

*Автор: Google*

Добро пожаловать в Руководство по поисковой оптимизации для начинающих от Google. Изначально оно было задумано как справочный документ для работников Google, но мы решили, что оно будет не менее полезно веб-мастерам, ранее не имевшим опыта поисковой оптимизации и желающим улучшить видимость своего сайта как для пользователей, так и для поисковых систем. Конечно же мы не откроем вам магических секретов автоматического вывода сайта в топ, но описываемые нами способы помогут сделать ваш сайт более удобным для сканирования и индексирования поисковыми системами.

Зачастую весь процесс поисковой оптимизации сводится к внесению незначительных изменений в ваш веб-сайт. По отдельности эти изменения действительно незначительны, но в сочетании с другими способами оптимизации они способны существенно улучшить навигацию по вашему сайту как для пользователя, так и для поисковых роботов. Возможно, что многие пункты данного руководства вам уже известны, поскольку касаются основных компонентов любой веб-страницы, но также вероятно, что вы не используете их полный потенциал.

The screenshot shows a Google search interface. At the top, there are navigation links: Веб, Картинки, Карты, Новости, Видео, Gmail, and ещё ▾. The Google logo is on the left, and a search bar contains the text 'поздравительные открытки'. To the right of the search bar is a 'Поиск' button and a link to 'Расширенный поиск' with 'Настройки' below it. Below the search bar, there are radio buttons for 'Поиск в Интернете' (selected) and 'Поиск страниц на русском'. A blue bar below the search bar indicates 'Веб' and 'Результаты 1 - 100 из примерно 714 000 для поздравител...'. The main search results are displayed on a light green background. The top result is for 'Поздравительные открытки виртуальные открытки день рождения ...' with a description of virtual postcards and a link to 'www.postcard.ru/'. Below this is another result for 'Поздравительные открытки - выберите открытку' with a description of a service for sending virtual postcards and a link to 'www.postcard.ru/'. A section titled 'Основные результаты поиска' is visible. Below that is a result for 'VirtualCard.Ru - виртуальные поздравительные открытки' with a description of original virtual postcards and a link to 'www.virtualcard.ru/'. At the bottom, there is a section for 'Картинки по запросу поздравительные открытки' with a link to 'Сообщить об изображениях' and four small thumbnail images of postcards.

*Поисковая оптимизация влияет только на основные результаты поиска и не касается платных ссылок, например контекстной рекламы AdWords.*

Несмотря на то, что название этого руководства говорит о поисковых системах, мы хотели бы еще раз обратить ваше внимание на то, что в первую очередь оптимизация вашего сайта должна быть рассчитана

на пользователей. Именно они являются целевой аудиторией вашего сайта используя поисковые системы для того, чтобы найти его. Излишняя увлеченность специфическими трюками для достижения максимума в топе может не принести желаемых результатов. Оптимизация для поисковых систем – это всего лишь способ быть немного впереди тогда, когда дело касается видимости для поисковых роботов.

Чтобы упростить описание принципов, мы создали вымышленный веб-сайт, который и будет иллюстрировать пункты данного руководства.

Вот информация о нашем сайте:

- Имя сайта/компании: Моя Страна Открыток
- Доменное имя: *myastranaotkrytok.ru*
- Тематика: поздравительные открытки, галерея авторских и коллекционных открыток, отправка электронных поздравлений.
- Размер: небольшой, ~250 страниц

Ваш сайт может быть больше или меньше нашего и посвящаться любой тематике, наше руководство по оптимизации применимо к сайтам любого размера и тематики. Мы надеемся, что в нашем руководстве вы найдете новые идеи по улучшению вашего веб-сайта. Мы будем рады вашим отзывам и предложениям на [Справочном Форуме для Веб-мастеров](#).

## Дайте каждой странице уникальный заголовок

Тег <title> сообщает название страницы как пользователям, так и поисковым системам. Тег <title> размещается внутри тега <head> html-документа. В идеале названия всех страниц вашего сайта должны быть уникальными.

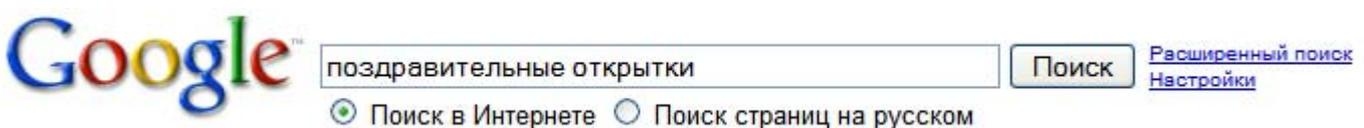
```
<html>
<head><title>моя страна открыток: авторские поздравительные открытки, электронные поздравления
<meta name="description" content="Уникальная коллекция авторских и коллекционных поздравительных
праздникам, у нас также можно отправить электронную открытку друзьям">
</head>
<body>
```

*Заголовок нашего сайта поздравительных открыток с названием и кратким описанием*

Содержимое тега <title> будет названием вашей страницы в результатах поиска. Слова, содержащиеся в поисковом запросе пользователя, будут выделены жирным шрифтом в заголовках поисковой выдачи. Это помогает пользователю найти страницы, наиболее соответствующие его запросу.

*Примечание:* Если вы незнакомы со структурой поиска Google, то вам будет интересно видео "[Anatomy of search result](#)" от инженера Google Мэтта Каттса, и [схема страницы поисковой выдачи Google](#)

Название основной страницы сайта может содержать имя вашего сайта или организации, а так же другую полезную информацию, например адрес и краткое описание тематики или услуг.



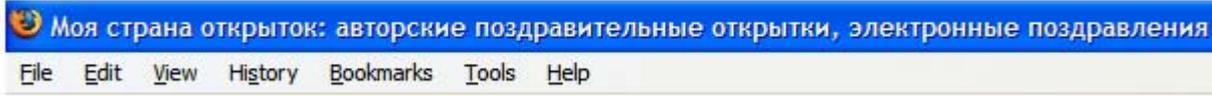
*Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки]*

**Моя страна открыток: коллекционные поздравительные открытки, ...**

Уникальная коллекция авторских и коллекционных поздравительных открыток, открытки к праздникам, у нас также можно отправить электронную открытку друзьям

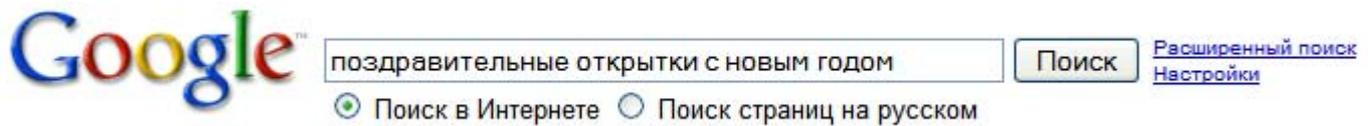
[www.moyastranaotkrytok.ru/](http://www.moyastranaotkrytok.ru/) - 22k - [Сохраненно в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

*Наша страница появляется в результатах поиска, название в котором будет первой строкой (заметьте, что слова из поискового запроса выделены жирным)*



*Если пользователь решит перейти на вашу страницу, ее название появится в заголовке окна браузера*

Названия других страниц вашего сайта также должны точно описывать их содержание, и могут содержать название вашего сайта или компании.



*Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки с новым годом]*

**Моя страна открыток: Поздравительные открытки "С Новым Годом!"**

Новогодние открытки, поздравления с новым годом разных времен. Коллекционные открытки с указанным годом выпуска и автором. Онлайн поздравления.

[www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj\\_god](http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj_god) - 22k - [Сохраненно в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

*В поисковой выдаче появляется релевантная страница нашего сайта (ее название описывает ее содержимое).*

## Правильное использование тегов <title>

**Название должно точно соответствовать содержанию страницы** - выберите название, которое наиболее соответствует ее содержимому.

Не советуем:

- выбирать название, никак не относящееся к содержимому страницы,
- использовать названия по умолчанию, например "новая страница", "Untitled" или "Page 1".

**Название каждой страницы должно быть уникально** - в идеале у каждой страницы должно быть свое уникальное название, говорящее поисковой системе о том, как данная страница отличается от других страниц вашего сайта.

Не советуем:

- использовать одно и то же название для всех или почти всех страниц вашего сайта

**Название должно быть кратким, но точным** – названия должны быть краткими, но информативными. Если название слишком длинное, то Google покажет в поисковой выдаче только его часть.

Не советуем:

- использовать слишком длинные названия, не несущие никакой функции,
- наполнять название бессвязным набором ключевых слов.

## Используйте метатеги <description>

Метатег <description> дает поисковой системе краткое описание содержимого страницы. Если в Теге <title> мы использовали одну фразу, то в <description> мы уже можем написать пару предложений или небольшой параграф. В наборе Инструментов для Вебмастеров Google есть [удобный инструмент для анализа контента](#), который поможет вам подсказкой, если ваши метатеги description слишком длинны/коротки или слишком часто повторяются (та же информация доступна для тегов <title>). Так же как и Тег <title>, метатег <description> размещается внутри тега <head> html-страницы.

```
<html>
<head><title>моя страна открыток: авторские поздравительные открытки, электронные поздравления
<meta name="description" content="Уникальная коллекция авторских и коллекционных поздравительных
праздникам, у нас также можно отправить электронную открытку друзьям">
</head>
<body>
```

*Тег <description> нашего сайта, дающее пользователю представление о содержании сайта.*

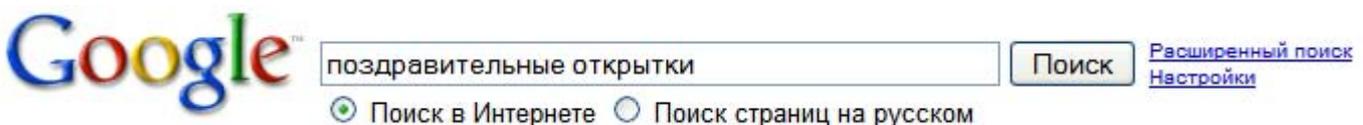
Метатеги описания важны также потому, что Google может использовать их при создании сниппетов к вашему сайту.

*Примечание: Сниппетом называется отрывок текста поданный вместе со ссылкой на сайт в результатах поиска*

Заметьте, мы говорим "может" потому, что Google может выбрать другой релевантный текст с вашего сайта, если он более релевантен запросу пользователя. Так же Google может использовать описание вашего сайта в проекте [Open Directory](#), если ваш сайт в него включен. Добавление метатегов description поможет Google и в том случае, если поисковый робот не может самостоятельно найти подходящий текст для сниппета. В центральном Блоге для Вебмастеров есть полезная статья об [улучшении сниппетов с помощью метатегов description](#).

*Примечание: Прочитайте статью нашего справочного центра о том, как [запретить поисковым системам отображать данные ODP](#)*

В результатах поиска сниппеты отображаются между названием страницы и ссылкой на нее.



*Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки]*

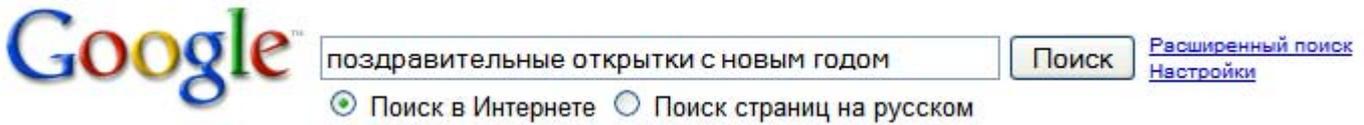
[Моя страна открыток: коллекционные поздравительные открытки, ...](#)

Уникальная коллекция авторских и коллекционных поздравительных открыток, открытки к праздникам, у нас также можно отправить электронную открытку друзьям

[www.moyastranaotkrytok.ru/](http://www.moyastranaotkrytok.ru/) - 22k - [Сохраненно в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

*Наша страница появляется в результатах поиска, текст из тега description использован как сниппет*

Слова в сниппете выделяются жирным, если они соответствуют поисковому запросу пользователя. Таким образом пользователь получает представление о том, что ожидает его на вашей странице. Ниже приведен примериспользования тега <description> на другой странице сайта (у которой в идеале так же должен быть свой собственный Тег <description>).



*Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки с новым годом]*

[Моя страна открыток: Поздравительные открытки "С Новым Годом!"](#)

Новогодние открытки, поздравления с новым годом разных времен. Коллекционные открытки с указанным годом выпуска и автором. Онлайн поздравления.

[www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj\\_god - 22k](#) - [Сохраненно в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

*В поисковой выдаче появляется релевантная страница нашего сайта, с содержимым тега <description> в качестве сниппета.*

## Оптимальное использование метатега <description>

**Кратко и точно опишите содержание страницы** – постарайтесь сделать описание страницы интересным и информативным для пользователей, которые увидят его в качестве сниппета на странице поиска.

Не советуем:

- вставлять в тег <description> описание, не соответствующее содержимому страницы,
- использовать общие слова в описании, например "это моя страница" или "страница про открытки",
- наполнять тег <description> ключевыми словами,
- вставлять в тег <description> полный текст страницы.

**Создайте уникальное описание каждой страницы** – уникальное описание каждой страницы полезно как для поисковой системы, так и для пользователей - например, если в результатах поиска появятся несколько страниц вашего сайта (в особенности при поиске с оператором site:). Если на вашем сайте тысячи и миллионы страниц, то проставить описания вручную чаще всего невозможно. В этом случае вы можете автоматически создать описание каждой страницы на основании ее содержимого.

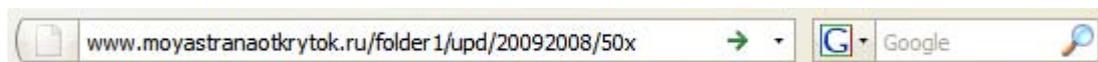
Не советуем:

- использовать одно и то же описание для всех или почти всех страниц вашего сайта

## Улучшайте структуру URL вашего сайта

Использование описательных названий директорий и страниц на сайте не только поможет вам организовать структуру сайта, но также будет способствовать правильному сканированию вашего сайта поисковыми системами. Более "дружественная" структура URL также выгодно смотрится в ссылках на ваш сайт.

Посетителей могут несколько озадачивать длинные URL, напоминающие шифровки.



*Такой URL на нашем сайте вряд ли понравится пользователям*

Подобные ссылки весьма неудобны в использовании. Пользователю будет сложно набрать этот адрес по памяти или вставить в виде ссылки. Также пользователь может выкинуть "ненужную" часть URL, особенно если эта часть состоит из непонятных параметров, и оставшаяся часть ссылки получится битой.

Некоторые пользователи могут давать ссылку на вашу страницу, используя структуру URL в качестве ключевого текста. Релевантные слова в URL дают пользователям и поисковым системам больше информации о странице, чем бессистемный параметр или набор символов.

Автор записи: Олег

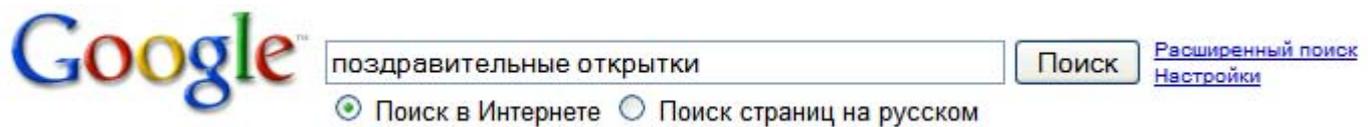
Я нашел интересные новогодние открытки здесь:

[http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj\\_god/](http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj_god/)

Дата: 27.12.2008

*В приведенном примере, содержимое страницы объясняется архитектурой ссылки*

И наконец, помните, что URL страницы появляется в результатах поиска Google после названия страницы и сниппета. Так же как в случае с названием и сниппетом, слова, соответствующие поисковому запросу, будут выделены жирным шрифтом (примечание: Google.ru автоматически распознает транслит в URL)



*Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки]*

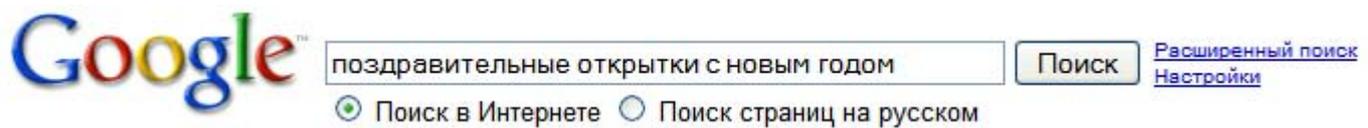
[Моя страна открыток: коллекционные поздравительные открытки, ...](#)

Уникальная коллекция авторских и коллекционных поздравительных открыток, открытки к праздникам, у нас также можно отправить электронную открытку друзьям

[www.moyastranaotkrytok.ru/](http://www.moyastranaotkrytok.ru/) - 22k - [Сохраненно в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

*Наша страница появляется в результатах поиска, URL сайта находится под заголовком и сниппетом.*

Ниже приведен пример URL страницы нашего сайта, содержащей новогодние открытки. Слова в URL говорят поисковой системе больше, чем сказал бы ID вроде "www.moyastranaotkrytok.ru/content/3101/".



*Пользователь отправляет запрос [поздравительные открытки с новым годом]*

[Моя страна открыток: Поздравительные открытки "С Новым Годом!"](#)

Новогодние открытки, поздравления с новым годом разных времен. Коллекционные открытки с указанным годом выпуска и автором. Онлайн поздравления.

[www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj\\_god](http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/novyj_god) - 22k - [Сохраненно в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

*В результатах поиска появляется страница с нашего сайта, URL которой сигнализирует о ее содержании.*

Google с успехом сканирует сайты с любой структурой URL, но если вы уделите немного времени созданию простой и понятной структуры URL, то это оценят как поисковые системы, так и пользователи.

Некоторые вебмастера преобразуют динамические страницы в статические. Google одобряет эту практику, но это сложная процедура, которая, будучи проведена неправильно, может существенно затруднить сканирование вашего сайта. Если вы хотите узнать больше о правильной структуре URL, то обратите внимание на эту [статью о создании удобной для Google структуры URL-адресов](#) из нашей Справки для вебмастеров.

## Удобная структура URL

**Используйте слова в URL** - URL состоящие из слов, соответствующих теме и структуре вашего сайта, улучшают навигацию пользователей по вашему сайту. Они легко запоминаются и на них удобнее давать ссылку.

Не советуем:

- использовать длинные URL с ненужными параметрами и идентификаторами сессии,
- использовать общие названия страниц, например "page1.html",
- наполнять URL набором ключевых слов, например "cards-otkrytki-prazdniki-otpraviv-pozdravleniya.html".

**Создайте упорядоченную структуру сайта** – используйте такую структуру сайта, при которой контент будет упорядочен и пользователю будет легко в нем ориентироваться. Постарайтесь разделять разные типы контента по разным директориям.

Не советуем:

- использовать большое количество вложенных директорий, вроде ".../dir1/dir2/dir3/dir4/dir5/dir6/page.html",
- использовать названия директорий, не имеющие никакого отношения к их содержимому.

**Предоставляйте только одну ссылку, указывающую на документ** – чтобы не получилось так, что некоторые пользователи ссылаются на одну версию URL, а некоторые на другую версию (это может "разбить" ценность данного контента на две страницы), используйте только один URL для обращения к документу в структуре и внутренних ссылках на вашем сайте. Если вы обнаружите, что пользователи ссылаются на один и тот же документ через разные URL, установите [301-перенадресацию](#) с нежелательного URL на основной.

Не советуем:

- предоставлять одну и ту же страницу в корневой папке и в поддомене (например "domain.com/page.htm" и "sub.domain.com/page.htm"),
- смешивать URL с www. и без www. во внутренней перелинковке,
- использовать ненужные заглавные буквы в URL (пользователи привыкли к строчным буквам в URL и лучше их запоминают).

## Упростите навигацию по вашему сайту

Простота навигации крайне важна для веб сайта, так как она помогает пользователю быстро находить нужную информацию. Поисковым системам так же безразлично то, как вебмастер указывает на важность того или иного контента с помощью навигации. Несмотря на то, что Google ищет информацию на уровне страниц, ему также немаловажно понимать роль конкретной страницы в структуре сайта.

На любом сайте есть стартовая или "главная" страница, на которую чаще всего заходят пользователи, и которая является исходной для навигации по сайту. Если ваш сайт содержит более чем пару страниц, то вам следует задуматься о том, как пользователь сможет перейти с главной страницы на страницы с более специфическим содержанием. Если у вас достаточное количество страниц по более узкой теме, то, может быть, стоит создать отдельную страницу навигации по этой теме (то есть стартовая страница -> список тематических страниц -> специфическая тема)?

У вас на сайте сотни продуктов, которые необходимо рассортировать по директориям и каталогам?



*Структура нашего маленького сайта открыток*

Карта вашего сайта – это простая страница, которая содержит структуру вашего веб-сайта и обычно состоит из многоуровневого списка страниц. Посетители могут обращаться к этой странице если они затрудняются найти нужные им разделы. Несмотря на то, что поисковые роботы посещают данную страницу и используют ее для сканирования, нацелена она прежде всего на посетителей.

Файл Sitemap в формате XML, который вы можете добавить через [Инструменты для Вебмастеров Google](#), облегчает поисковику Google сканирование вашего сайта. Sitemap также является способом сообщить Google о том, какой вид URL вы предпочитаете для своего сайта: например, <http://moyastranaotkrytok.ru/> или <http://www.moyastranaotkrytok.ru/>.

*Примечание:* Прочитайте статью нашего справочного центра об [основном домене](#)

Google принимал участие в создании [скрипта-генератора файлов Sitemap](#), который поможет вам создать файл Sitemap для вашего сайта. [Подробную информацию о файлах Sitemap](#) можно найти в нашем Справочном Центре для Вебмастеров.

## Оптимальная навигация по сайту

**Создайте естественную иерархию** – упростите переход с более общего материала вашего сайта к специфическому, который пользователи ищут на вашем сайте. Добавьте навигационные страницы если они необходимы и эффективно включите их во внутреннюю систему ссылок.

Не советуем:

- создавать сложную сеть навигационных ссылок, например добиваться того, чтобы каждая страница сайта ссылалась на каждую страницу,
- слишком увлекаться разбиением контента на подкатегории (из-за которого пользователям придется кликнуть на 20 разных ссылках, чтобы добраться до нужного контента).

**Используйте преимущественно текстовую навигацию** – построение навигации вашего сайта на текстовых ссылках существенно облегчает сканирование вашего сайта поисковыми системами. Многие пользователи также предпочитают текстовые ссылки другим способом, особенно если учесть то, что не все браузеры правильно понимают Flash и JavaScript.

Не советуем:

- строить навигацию исключительно на JavaScript(меню, графика и анимация). Не смотря на то, что многие, хотя и не все поисковые системы могут обрабатывать подобные ссылки, наличие простых текстовых ссылок на все страницы существенно улучшит доступность вашего сайта для пользователей

*Примечание:* Прочитайте статью нашего справочного центра о том, как [google распознает нетекстовое содержимое](#)

**Используйте навигационные цепочки** (так называемые "хлебные крошки"). Навигационная цепочка – это цепочка внутренних ссылок в верхней или нижней части страницы. Она помогает пользователю быстро переходить к предыдущему разделу или корневой папке. В большинстве навигационных цепочек ссылка на корневую папку (или стартовую страницу) идет первой, далее слева направо идут более специфические директории.

[Моя страна открыток](#) > [Статьи](#) > [История одной новогодней открытки](#)

*Навигационная цепочка на одной из страниц нашего сайта*

**Разместите на сайте html-карту сайта и сайт Sitemap в формате XML.** Наличие простой карты сайта со ссылками на все или самые важные страницы (если страниц сотни и тысячи) может быть очень полезным. Файл Sitemap в формате XML помогает поисковым сайтам в сканировании страниц сайта.

Не советуем:

- давать вашей html-карте сайта устаревать и обрастать битыми ссылками,
- просто перечислять страницы в html-карте, не организовывая их по темам или категориям.

**Учитывайте те случаи, когда пользователь вводит неправильный URL** – так как многие пользователи могут непредвиденно перемещаться по сайту, и это стоит учитывать. Например, вместо того, чтобы использовать навигационную цепочку на странице, пользователь просто отрежет кусок URL, в надежде найти корневую папку данной категории. Например, он будет на странице [http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/vintage/prazdniki/novy\\_god.html](http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/vintage/prazdniki/novy_god.html), а затем введет в адресную строку браузера <http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/vintage/> в надежде получить список всех старинных открыток. Ваш сайт подготовлен к подобным запросам, или выдаст ошибку 404 ("страница не найдена")? А если пользователь введет в строку поиска <http://www.moyastranaotkrytok.ru/otkrytki/>?

**Создайте информативную страницу 404.** Время от времени, следуя по битой ссылке или неправильно введя URL, ваши пользователи будут попадать на [страницу 404](#). Ваша собственная страница 404, предлагающая пользователю перейти на рабочую страницу сайта, сделает ваш сайт более удобным для пользователя. Ваша страница 404 может содержать ссылку на главную страницу, а так же ссылки на популярные или релевантные страницы вашего сайта. Google разработал [специальный виджет для страницы 404](#), позволяющий автоматически наполнять ее множеством полезных функций.

[Найти URL вызывающие ошибку 404](#) вы можете с помощью инструментов для вебмастеров Google.

Не советуем:

- позволять поисковым системам индексировать вашу страницу 404 (убедитесь что ваш веб-сервер настроен на ответ статусом 404 при запросе несуществующей страницы),
- не предоставлять страницу 404 вообще, или помещать на нее только короткое сообщение "Не найдено", "404",
- использовать для страницы 404 дизайн отличающийся от дизайна вашего сайта.

## Предлагайте качественный контент и сервисы

Качественный и конкурентоспособный контент – это то, что способно повлиять на позиции вашего сайта гораздо сильнее чем все вышеописанные факторы. Пользователи знают толк в качественных сайтах, и могут рекомендовать понравившийся сайт другим пользователям в блогах, форумах, социальных сетях, электронных письмах. Естественная реклама и рекомендации от одного пользователя к другому делают репутацию вашему сайту как среди пользователей, так и поисковых машин. Добиться этого эффекта без качественного контента невозможно.

Автор записи: Марина

На сайте про [коллекционные открытки](#) появилась интересная подборка [новогодних открыток разных лет](#). Любую из этих открыток можно отправить друзьям, так что стоит запомнить.

Дата: 27.12.2008

*Владелец блога находит ваш сайт и рекомендует его в своем блоге*

Контент на вашем сайте может быть на любую тему, но крайне желательно, чтобы он отвечал следующим требованиям:

**Пишите легкий для чтения текст** - пользователям нравится, когда текст на сайте легко читается.

Не советуем:

- размещать корявый текст, изобилующий грамматическими ошибками,
- размещать текст в виде изображений (возможно пользователь захочет скопировать и вставить текст, но поисковая система не сможет его распознать),

**Не отходите от темы** – лучше всего организовывать контент так, чтобы пользователь видел, где заканчивается одна тема и начинается другая. Разбиение контента на логические группы помогает пользователю легче находить нужное.

Не советуем:

- сваливать большое количество текста на разные темы в одну большую кучу без какого-либо разделения на темы или параграфы.

**Используйте релевантный язык.** Подумайте о том, какими словами воспользуется пользователь, чтобы найти ваш контент. Пользователи с разным уровнем заинтересованности в теме могут использовать разные ключевые слова в своем поисковом запросе. Например, коллекционеры открыток скорее всего будут искать открытки по жанрам, годам или авторам, например [*советские открытки 50-х годов*], в то время как пользователи, которые просто ищут сервис, предоставляющий отправку электронных открыток, скорее всего введут названия праздников или общие описания, например [*прикольные открытки*]. Понимание этой разницы при написании текста с комбинацией слов рассчитанной на вашего пользователя позволит вам достичь определенных результатов. Google AdWords предоставляет удобный [Анализатор Ключевых Слов](#), который находит новые комбинации ключевых слов для вашей страницы и позволяет вычислить их поисковую частотность. Также в Инструментах для Вебмастеров вы можете увидеть [список поисковых запросов](#), по которым пользователь приходит на ваш сайт.

**Создавайте новый, уникальный контент.** Новый контент заставит лояльных пользователей возвращаться на ваш сайт снова и снова, а также приведет новых пользователей.

Не советуем:

- собирать (или даже просто копировать) существующий контент, не несущий никакой дополнительной информации для пользователей,
- наполнять сайт частично или полностью скопированными друг с друга страницами

*Примечание: Прочитайте статью нашего справочного центра о [повторяющемся содержании](#)*

**Предлагайте эксклюзивные услуги** – попробуйте создать новый, не имеющий аналогов сервис. Вы можете написать уникальное исследование, рассказать о сенсационных новостях или использовать творческий потенциал своих пользователей. Может быть вы сделаете что-то такое, на что у других не хватает опыта или ресурсов.

**Создавайте контент для пользователей**, а не для поисковых машин. Обычно наилучший результат получается тогда, когда сайт создается для пользователей, и при этом вебмастер не забывает про доступность для поисковых систем.

Не советуем:

- наполнять страницы большим количеством ключевых слов, которые могут быть полезны поисковым системам, но делают содержимое сайта бесполезным и нечитабельным для пользователей,
- помещать на страницы бесполезные для пользователей блоки текста вроде "ошибочные написания, часто приводящие пользователей на эту страницу",
- [скрывать часть текста от пользователей](#) и показывать его только поисковым машинам.

## Пишите релевантный анкорный текст

Анкорный текст – это текст, который пользователь видит в качестве описания ссылки, он помещается в тег `<a href="...">анкорный текст</a>`

```
<a href="http://www.moyastranaotkrytok.ru/statji/istoriya/istoriya_odnoj_novogodnej_otkrytki">
```

*Этот анкорный текст точно описывает содержание страницы*

Анкорный текст рассказывает Google о странице, на которую вы ссылаетесь. Ссылки на странице могут быть внутренними (ссылаться на другие страницы сайта), или внешними (ведущими на другие сайты). В любом случае, чем лучше ваш анкорный текст – тем легче пользователю ориентироваться, и тем понятнее поисковой системе, о чем страница, на которую вы ссылаетесь.

## Как правильно использовать анкорный текст

**Выбирайте информативный текст** – Анкорный текст должен содержать хотя бы краткую информацию о странице по ссылке.

Не советуем:

- использовать в качестве анкорного текста общие слова вроде "страница", "статья", или "кликните здесь",
- использовать анкорный текст, не имеющий никакого отношения к материалу по ссылке,

- использовать URL страницы в качестве анкорного текста (хотя возможны исключения, например, если нужно прорекламирровать новый адрес сайта).

**Стремитесь к краткости.** Ваша цель – короткий и информативный текст, обычно одна точная фраза.

Не советуем:

- писать длинный анкорный текст, например целое предложение или параграф.

**Используйте узнаваемый формат ссылок.** Сделайте анкорный текст ссылок визуально отличимым от обычного текста вашего сайта. Пользователя вводят в заблуждение малозаметные ссылки или ссылки, на которые он может нажать случайно.

Не советуем:

- использовать для анкорного текста ссылок стиль, визуально неотличимый от обычного текста страницы.

**Не забывайте про анкорный текст для внутренних ссылок** – возможно, вы уделяете внимание прежде всего ссылкам, указывающим на другие вебсайты, но внутренние ссылки не менее важны, так как они помогают Google лучше сканировать ваш сайт.

Не советуем:

- наполнять анкорный текст большим количеством ключевых слов,
- ставить лишние ссылки, не имеющие навигационной ценности для пользователей.

## Правильно используйте теги заголовков

Теги заголовков (не путать с html тегами <head> или заголовками протокола HTTP ) используются для разметки структуры сайта для пользователей. Есть 6 размеров заголовков, начиная с самого важного <h1> и заканчивая наименее важным <h6>.

```
<h1>Моя страна открыток</h1>
```

```
<h2>новости: предпраздничная выставка новогодней открытки</h2>
```

```
<p>В минувшие выходные мы приняли участие в выставке новогодней открытки и игрушки, которая состоялась в Галерее Современного Искусства. Наша коллекция мы также приобрели несколько редких открыток и в скором времени пополним нашу
```

*На странице с новостной статьей мы поместим название сайта в Тег <h1> а название статьи в Тег<h2>*

Текст в тегах заголовков как правило крупнее чем обычный текст страницы, что служит визуальной подсказкой пользователю о его важности и тематике контента под этим заголовком. Заголовки разных размеров позволяют создать иерархическую структуру содержимого сайта и улучшить навигацию на странице.

## Как правильно использовать заголовки

**Представьте что вы пишете тезисы.** Подобно тезисам в статье или газете, текст вашей страницы имеет основную тему и подпункты, ее развивающие. Продумайте их и отметьте с помощью разных заголовков.

Не советуем:

- размещать в тегах заголовков текст, не имеющий навигационной ценности,
- использовать теги заголовков там, где больше подошли бы теги <em> или <strong>,
- беспорядочно переключаться от заголовков одного размера к другому.

**Не разбрасывайтесь заголовками.** Используйте заголовки только там, где они действительно необходимы. Слишком большое количество заголовков на странице дезориентирует пользователя и затрудняет понимание того, где заканчивается одна тема и начинается другая.

Не советуем:

- засорять страницу лишними заголовками,
- помещать весь текст страницы в тег заголовка,
- использовать заголовки только для стилизации текста, без определения структуры страницы.

## Оптимизируйте использование изображений

Изображения часто кажутся одним из самых простых элементов сайта, но их использование так же можно оптимизировать. Каждому изображению соответствует имя файла и атрибут "alt", оба эти элемента полезны.

Атрибут "alt" позволяет ввести текст, который будет отображаться, если изображение по какой-либо причине невозможно показать.

```
Comment spammer</a>
```

*Если вы ссылаетесь на сайт, которому вы не доверяете, используйте nofollow*

Когда это может пригодиться? Если на вашем сайте есть блог, открытый для комментариев, то в этих комментариях вполне могут появиться ссылки на сайты, с которыми вам не хочется иметь ничего общего. Поля открытых комментариев на сайтах вообще крайне уязвимы для спамеров. Nofollow для нежелательных ссылок гарантирует вам то, что вы не рискуете поделитесь чистотой своей репутации с сомнительным сайтом. Большинство движков для блогов автоматически ставят nofollow на комментарии, а те, которые этого не делают, можно настроить соответствующим образом. Этот совет касается любых разделов вашего сайта, на которых пользователи могут сами добавлять контент, например гостевых книг, форумов, мини-чатов и т.д. Если вы не против поддержать сайты, на которые ссылается пользователь (то есть вы доверяете пользователям) то в nofollow для ссылок нет необходимости. Однако следует учесть, что ссылки на сомнительные сайты могут повлиять на репутацию вашего сайта в Google. В Справочном Центре для Вебмастеров описаны некоторые [способы борьбы со спамом в комментариях](#), например с помощью CAPTCHA или модерирования комментариев.

[CheapPillz said...](#) on 10/12/08 - 3:25PM

Hi, nice site!

Check out my site [cheap viagra](#).  
Thanks!

*Спамер оставляет комментарий со ссылкой, рассчитывая получить часть репутации нашего сайта*

Другой случай использования nofollow применим тогда, когда в статье на своем сайте вы желаете сослаться на другой сайт, но не хотите делиться с ним своей репутацией. Например, вы пишете в своем блоге о спаме в комментариях и упоминаете веб-сайт, который недавно рекламировался таким образом. Вы хотите предупредить других об этом сайте, поэтому даете на него ссылку, но ни в коем случае не хотите добавлять рейтинг этому сайту. Вот тут то вам и пригодится nofollow.

Если вы хотите добавить nofollow ко всем ссылкам на странице, то вы можете использовать nofollow в метатеге robots, который помещается внутрь тега <head> на этой html-странице. В Блоге Центра Вебмастеров есть полезный [пост об использовании метатега robots](#). Этот метод записывается как <metaname="robots" content="nofollow">.

```
<meta name="robots" content="nofollow">
```

```
</head>  
<body>
```

*Так nofollow добавляется ко всем ссылкам на странице*

## Правильно продвигайте ваш веб-сайт сайт

В то время как большая часть ссылочной базы вашего сайта будет нарастать по мере того как люди будут находить его и ставить ссылки, мы понимаем, что возможно вам захочется поведать миру о результатах вашего титанического труда по созданию сайта и написанию контента. Эффективное продвижение вашего контента приведет к тому, что целевая аудитория быстрее его найдет и оценит.

Как и в случае с другими пунктами данного руководства, злоупотребление описанными здесь методиками может нанести ущерб репутации вашего веб-сайта.

## Как правильно рекламировать ваш веб-сайт

**Напишите о новом контенте и услугах в своем блоге.** Пост в блоге на вашем персональном сайте, сообщающий посетителям о добавлении новых материалов – это отличный способ дать знать о новом контенте или сервисах. Другие вебмастера, читающие ваш блог или RSS-ленту могут так же распространить новость.

**Не забывайте об оффлайновой рекламе** – усилия по рекламе вашего сайта в оффлайне также вполне оправданы. Например, если у вас бизнес-сайт, то добавьте его URL на визитки, фирменные бланки или рекламные проспекты. Вы также можете сообщить своим клиентам о новостях на сайте с помощью писем.

**Используйте социальные сети.** Сайты, созданные вокруг взаимодействия пользователей и обмена информацией заметно облегчают вам поиск целевой аудитории для вашего сайта.

Не советуем:

- рекламировать каждое незначительное обновление - привлекайте внимание к действительно значительным вещам,
- вовлекать сайт в схемы, искусственно раскручивающие его популярность и выводящие его в топ этих схем.

**Добавьте вашу компанию в Бизнес Центр Карт Google.** Если у вас локальный бизнес, добавьте его в [Бизнес Центр Карт Google](#), это поможет вам находить клиентов, ищущих местные компании и на картах Google Maps. Справочный Центр для Вебмастеров содержит [рекомендации по рекламе локального бизнеса](#).

**Взаимодействуйте с другими сайтами похожей тематики** – скорее всего, существует большое количество сайтов, чья тематика близка к вашей. Как правило взаимодействие с ними довольно продуктивно. Горячие темы в вашем сообществе могут подсказать вам идеи для контента или построения социально-ориентированного ресурса.

Не советуем:

- спамить всевозможные сайты вашей тематики с просьбой разместить ссылку на ваш контент
- покупать ссылки с других сайтов с целью получить Page Rank вместо траффика.

## Пользуйтесь бесплатными инструментами для вебмастеров

Большинство поисковых систем обеспечивают своих вебмастеров бесплатными инструментами. [Инструменты для Вебмастеров Google](#) позволяют вебмастерам лучше контролировать взаимодействие их веб-сайтов с Google и получать полезную информацию о своем сайте. Использование инструментов для вебмастеров Google не дает вашему сайту каких-либо особых привилегий, тем не менее, грамотное их использование позволит настроить ваш веб-сайт для эффективного ранжирования в Google. Этот сервис помогает:

- [увидеть, какие части сайта проблемны для сканирования роботом Googlebot](#),
- [загрузить файл Sitemap в формате XML](#),
- [создать и проанализировать файл robots.txt](#),
- [удалить URL уже просканированные Googlebot](#),
- [выбрать основной домен](#),
- [проверить правильность метатегов title и description](#),
- [просматривать наиболее частые поисковые запросы, по которым посетители приходят на сайт](#),
- [увидеть свой сайт с точки зрения Googlebot](#),
- [удалить нежелательные ссылки](#), которые Google может показывать в результатах поиска,
- получать [уведомления о нарушении стандартов качества](#) и отправлять [заявки на пересмотр сайта](#).

Яндекс ([Яндекс Вебмастер](#)), Yahoo! ([Yahoo! Site Explorer](#)) и Microsoft ([Live Search Webmaster Tools](#)) так же предоставляют бесплатные инструменты для вебмастеров.

## Используйте сервис веб-аналитики

Если вы уже улучшили сканируемость и навигацию на вашем сайте при помощи инструментов для вебмастеров, то вам наверняка интересен трафик, приходящий на ваш сайт. Для этой цели крайне полезны программы веб-аналитики, например [Google Analytics](#).

Google Analytics позволяют вам:

- увидеть то, как пользователи находят ваш сайт и ведут себя на нем,

- понять, какой контент на вашем сайте наиболее популярен,
- измерить влияние оптимизации на ваш сайт (например понять как изменение метатегов и заголовков повлияло на ранжирование вашего сайта)

Для продвинутых пользователей, инструменты аналитики в сочетании с логами вашего веб-сервера предоставляют еще больше информации о доступе пользователей к документам на вашем веб-сайте (например, дополнительные поисковые запросы ведущие на ваш сайт).

Кроме того, у Google есть специальный инструмент: [Google Website Optimizer](#) который позволяет вам наблюдать за тем, какие изменения на сайте позволяют получить самую лучшую посещаемость. В сочетании с Google Analytics и Инструментами для Вебмастеров этот инструмент предоставляет море возможностей по улучшению вашего сайта (смотрите наше видео по использованию [Google Trifecta](#)).

## Полезные ресурсы для вебмастеров

- [Справочный Форум для Веб-мастеров](#) – если у вас есть вопросы и пожелания по этому руководству, задайте их на этом форуме.
- [Google Webmaster Central Blog](#) – советы по улучшению вашего веб-сайта от сотрудников Google (на английском).
- [Справочный Центр для Веб-мастеров](#) - Сборник справочной документации для вебмастеров.
- [Инструменты для Веб-мастеров](#) - оптимизируйте взаимодействие Google с вашим вебсайтом!
- [Руководство для Веб-мастеров](#) – рекомендации от Google по дизайну, контенту, техническим характеристикам и качеству.
- [Google Analytics](#) – посмотрите, откуда приходят посетители, что они ищут и следите за прогрессом.
- [Google Website Optimizer](#) – экспериментируйте со своими страницами и смотрите, что работает а что нет.
- [Советы по выбору SEO специалиста](#) - если вы не хотите или не можете заниматься всем самостоятельно, здесь для вас предоставлены рекомендации по выбору SEO специалиста.

## Внутренняя оптимизация сайта, что это?

*[Автор: Brabus](#)*

Многих начинающих оптимизаторов беспокоит вопрос внутренней оптимизации сайта. Я сам еще не так давно и понятия не имел, что это определенно один из самых важных аспектов оптимизации сайта, считая что достаточно, просто написать сайт, прогнать его по закладкам, каталогам и т.д.

Но сегодня я хотел бы остановить внимание тех, кто не совсем еще понимает что такое внутренняя оптимизация и как она влияет на ранжирование сайтов в ПСях (поисковых системах). Определенно могу сказать, что при правильной оптимизации страниц сайта по НЧ запросам, Вы самостоятельно, бесплатно, можете вытащить сайт в ТОП 10. Хочу подчеркнуть, именно самостоятельно и бесплатно, а не с помощью третьих лиц за деньги. Просто необходимо соблюдать не сложные, но строгие правила оптимизации.

1. Составьте список ключевых запросов (семантическое ядро) для сайта. Поможет Вам в этом сервис [Яндекса](#) и [Гугла](#).

2. Если ключевых фраз много, разделите их использование по разным страницам сайта, по 2-3 ключа на страницу. Желательно что бы страницы были 2-го или 3-го уровня. Т.е. что бы пользователь мог добраться до материала не более чем в 2 или 3 клика.

3. Распределив ключи по страницам, наполняйте страницы контентом в соответствии тематики ключевых фраз. Напишу сразу, если контент будет не читаемым (т.е. состоять из одних ключей и не иметь никакого смыслового значения), Вы сразу можете забыть о ТОП поисковиков. пишите уникальный смысловой, тематический материал. Не скупитесь в размерах, пишите чем больше тем лучше. В среднем (конечно все зависит от тематики) 2000-4000 символов.
4. Указывайте ключевые фразы в контенте, не чаще чем через 2 предложения, старайтесь так же указывать ключи в разных словоформах, например: **оптимизация страниц сайта** на форуме и тема форума о **оптимизации страницы сайта, релевантные страницы и релевантность страниц**. Надеюсь мысль Вы уловили. Выделяйте ключи атрибутами `<strong>` и `<i>` но не перебарщивайте 2-3 раза на странице будет достаточно.
5. Если на странице присутствуют графические объекты, то ключи можно прописать в тегах `<alt>` и `<title>` у изображений. Так же порекомендую использовать на странице графику не большого объема, формат gif, это ускорит загрузку страницы.
6. Как только материал готов, ключи прописаны, обратите внимание есть ли у Вас на странице заголовок `<H1>`? Должен быть. Причем в единственном экземпляре. Этот заголовок должен венчать весь материал на странице и обязательно содержать ключи. Например: `<h1>Релевантность страниц во внутренней оптимизации страниц сайта</h1>`  
Если Ваш материал на этой странице содержит несколько подзаголовков, то для них есть `<h2><h3><h4>` и т.д., но помните, что после каждого заголовка должен быть хотя бы абзац текста.
7. Теперь обращаем внимание на самый главный (на мой взгляд) элемент внутренней оптимизации, `<title>` название страницы, которое отображается в самом верху интернет браузера. В разных Движках он прописывается по разному, поэтому пропустим этот момент. Главное что Вы должны знать, это значимость титла.  
Принцип его написания схож с написанием заголовка `<H1>`, желательно что бы он был осмыслен и содержал ключи данной страницы. Обращаю Ваше внимание на то, что слова повторяющиеся в титле теряют свою значимость уменьшая свое влияние на ранжирование. Если мы к примеру написали заголовок так `<h1>Релевантность страниц во внутренней оптимизации страниц сайта</h1>` то титл пишем так `<title>Релевантность страниц во внутренней оптимизации сайта</title>`. Из него мы убрали повторение слова **страниц**, тем самым сохранив его значимость как часть ключа.
8. Теперь обратим внимание на навигацию, она удобна? посетитель не заблудится в дебрях страниц Вашего сайта? Значит все сделано правильно. Сделайте перелинковку, это внутренние ссылки на страницы сайта. Грамотная перелинковка, позволяет даже поднять pr. Обычно перелинковка делается по схеме: Ссылка с главной на раздел, с раздела на материал, а с материала на главную. Более подробно о перелинковке можно почитать этот [пост](#), нашего форума.
9. После того как Вы закончили работу над материалами, создали нужное количество страниц на сайте, обязательно создайте `sitemap.xml` и `robots.txt`, это поможет ботам намного быстрее сканировать Ваш сайт и индексировать разрешенные страницы. В `robots.txt` обязательно закройте от индексации все дубли страниц (это одинаковые страницы с разными адресами, например разделы тегов, архивы).
10. Все исходящие ссылки (ссылки на другие ресурсы) закройте в `nofollow` или `noindex`. Хочу обратить Ваше внимание на то что здесь указаны (на мой взгляд), самые значимые факторы внутренней оптимизации. Если я, что то упустил, не дописал то это всегда можно дописать под моим постом. Я так же учусь как и все Вы. Надеюсь эта информация хоть немного упростит процесс внутренней оптимизации страниц сайта, для новичков.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Внутренняя поисковая оптимизация сайта

[Автор: Димитрий КтоNaNovenkogo](#)

Сегодня мы продолжим рассматривать нюансы написания статей с их одновременной оптимизацией под поисковые системы. Это довольно-таки важный момент в сложной системе создания и поддержания на плаву своего веб-проекта. Зачастую, пренебрегая такой вещью, как внутренняя **SEO оптимизация** своего сайта, и не получив в результате желаемой посещаемости своего веб-проекта, вебмастер опускает руки и бросает свой, возможно в будущем, перспективный проект.



Для того, чтобы избежать разочарования еще на раннем этапе становления проекта, вам нужно обязательно уделять должное внимание такой вещи, как **поисковая оптимизация (SEO)** и, в первую очередь, внутренней оптимизации сайта, которая не требует денежных затрат в отличие от оптимизации внешней, но способна творить чудеса при ее надлежащем использовании. Правда, внутренняя оптимизация требует затрат времени на ее выполнение, но обычно на начальном этапе развития частного проекта имеются трудности с денежными средствами, а вот времени бывает вполне достаточно.

### Почему так важна внутренняя поисковая оптимизация сайта (SEO оптимизация)

Если вы пишете тексты сами, а не тырите их у других вебсайтов, то это уже очень хорошо, ибо уникальный контент всегда ценился поисковыми системами. Но просто писать уникальные тексты не достаточно, нужно еще уметь подать их поисковым системам в таком виде, чтобы ваши тексты смогли по тем или иным поисковым запросам (обычно низкочастотным) занять высокие позиции в выдаче поисковых систем.

Таким образом, вы обеспечите своему проекту самый стабильный трафик (поток посетителей) из всех существующих - **трафик с поисковых систем**. Насколько высоким будет поисковый трафик для вашего проекта - будет во много зависеть от того, насколько хорошо вы понимаете суть внутренней поисковой оптимизации текстов и насколько удачно у вас осуществлена внутренняя перелинковка страниц вашего

ресурса. Я не считаю нужным вкладывать серьезные деньги во внешнюю оптимизацию, главная задача которой состоит в том, чтобы купить или [получить бесплатно обратные ссылки](#) с нужными анкерами.

Для того, чтобы каждая из статей вашего веб-проекта заняла высокое место в поисковой выдаче по нужным вам поисковым запросам, вовсе не обязательно покупать внешние ссылки на эту статью с нужными анкерами (текстами ссылок, содержащими ключевые слова, под которые затачивалась данный материал). Дело в том, что продвижение по низкочастотным поисковым запросам возможно и без внешней поисковой оптимизации (покупки ссылок). Если у вас будет достаточно грамотная внутренняя перелинковка страниц вашего веб-проекта и каждая из статей будет четко и правильно заточена под определенные ключевые слова, то в **топ поисковой выдаче по низкочастотному запросу** вы скорей всего попадете.

Произойдет это, конечно же, не сразу после написания уникального текста, но уже через месяц или два ваша грамотно оптимизированная статья способна начать приводить на ваш проект посетителей с поисковых систем. Т.к. запросы, по которым мы продвигаемся будут низкочастотными, то и поисковый трафик привлекаемый каждым из ваших материалов будет не большой, но в сумме, все материалы вашего проекта способны будут привлекать достаточно приличный поисковый трафик, который вполне может измеряться тысячами посетителей в сутки (у меня на данный момент поисковый трафик подбирается к цифре [1500 посетителей в сутки](#), при общем трафике чуть более 2000 уникальных посетителей).

После того, как некоторые из ваших публикаций займут достаточно высокие позиции в поисковой выдаче по тому или иному запросу, вы можете попробовать поднять их в ТОП 3 по этому поисковому запросу. Дело в том, что разница в количестве посетителей, приходящих на ваш вебсайт с поисковой выдачи, может отличаться в разы, в зависимости от того, какое именно место в первой десятке вы занимаете. Подъем вашего проекта с десятого - девятого места на первое - третье может увеличить трафик по этому запросу в пять - шесть раз.

Как вы будете поднимать ваш проект в поисковой выдаче по данному запросу - это уже ваше дело. Можете еще поколдовать с внутренней оптимизацией или же разориться и купить несколько обратных ссылок на данную статью с анкерами (текстами ссылок), содержащими ключевые слова из этого поискового запроса, по которому вы хотите подняться чуток повыше в поисковой выдаче. Такой **способ поискового продвижения (SEO)** можно назвать методом от достигнутого результата. Очень многие такой метод с успехом используют, но более детально о нем мы поговорим отдельно.

Сегодня мы продолжим детально рассматривать аспекты внутренней оптимизации сайта, которые призваны обеспечить нашим материалам высокие позиции в поисковой выдаче по низкочастотным запросам. В очередной раз хочу обратить ваше внимание на важность выполнения всех требований успешности применения такого инструмента, как **внутренняя поисковая оптимизация сайта**. Тут нет мелочей, хотя, наверное, это не совсем верно, т.к. в поисковой оптимизации (SEO) все отдельные методы являются мелочными, ибо в отдельности дают в лучшем случае несколько процентов в улучшении позиции вашего проекта в поисковых выдачах по тем или иным запросам.

Но в сумме, все эти нехитрые способы внутренней оптимизации способны продвинуть ваш сайт в топ поисковой выдаче по различным запросам. Пренебрегая каким-либо из способов внутреннего SEO вы умышленно понижаете ваш проект в поисковой выдаче или же разоряете себя на покупку обратных ссылок для достижения того же самого результата.

## **Внутренняя поисковая оптимизация (SEO): подбор и выделение ключевых слов, проверка тошноты страницы**

Общий список базовых элементов внутренней поисковой оптимизации сайтов вы можете посмотреть здесь - [Внутренняя оптимизация сайта](#). Про то, как все это можно реализовать в WordPress вы можете почитать здесь - [Как писать статьи в WordPress, оптимизируя их под поисковые системы](#), где были затронуты следующие вопросы:

- [Важность содержимого заголовка в WordPress для продвижения в поисковых системах \(правильное формирование заголовка страницы TITLE\)](#)
- [Использование тегов акцентирования STRONG и EM для выделения ключевых слов](#)
- [Использование тегов заголовков H1-H6 для указания в них ключевых слов, выбор оптимальной структуры заголовков уровня H1-H6 на странице](#)
- [Каким образом в WordPress можно задать нужные уровни заголовков для различных элементов страницы](#)

Описанные выше шаги **внутренней поисковой оптимизации текстов** в WordPress вам придется учитывать при написании каждой новой статьи и, возможно, вернуться к редактированию старых материалов, написанных без учета их внутренней оптимизации под те или иные запросы поисковых систем. После переиндексации эти материалы, возможно, смогут попасть в топ по нужным вам низкочастотным запросам.

## Онлайн сервисы для подбора ключевых слов

Важным моментом при написании текстов является **выбор правильных ключевых слов**, на которые вы будете делать акцент (выделять их тегами STRONG, активно использовать их в начале текста и в заголовках). В будущем ваша статья будет бороться за ТОП поисковой выдачи по запросам, в которых будут использоваться эти ключевые слова, на которые вы сделали акцент. Я, в большинстве случаев, выбираю ключевики интуитивно, хотя, для этой цели существует довольно-таки удобный инструмент Яндекса под названием "[Статистика ключевых слов](#)".

Например, если вы точно не знаете какой именно вариант ключевого слова будет лучше, то вы можете ввести оба варианта в форму [этого сервиса Яндекса](#) и наглядно увидеть, какой вариант чаще всего вводят в своих поисковых запросах пользователи:

**Яндекс** **статистика ключевых слов**

по словам по регионам на карте по месяцам по нед

Ключевые слова и словосочетания

Регионы Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка. [Уточнить регион...](#)

Что искали со словами «поисковое продвижение» — 7344 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
поисковое продвижение	7344
поисковое продвижение сайта	6451
продвижение +в поисковых системах	4233

Выбрав этот вариант ключевого слова вы сможете побороться за топ по более часто задаваемому поисковому запросу. В противном случае, можно так неудачно выбрать ключевые слова для статьи, что даже попав в ТОП по многим сверхнизкочастотным запросам (меньше 100 запросов в месяц), существенного поискового трафика вы так и не получите. У Google тоже есть [сервис по подбору ключевых слов](#), который вы тоже можете использовать.

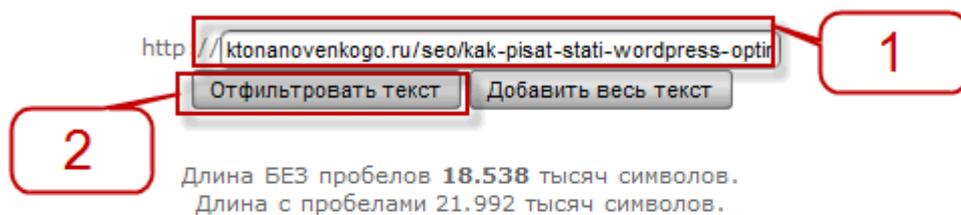
Не стоит выделять во всем тексте материала исключительно только ключевые слов. В начале текста выделите тегом STRONG точное вхождение ключевых слов, а дальше можно **выделять ключевые слова** в контексте какой либо фразы (т.е. выделять фразы, содержащие ключевые слова). Это мое мнение, ибо тексты мы пишем для людей и выделение жирным нужно использовать не только для продвижения статьи в поисковых системах, но и для удобства читателей, акцентируя их внимание на ключевых моментах.

Таким образом, посетителям будет легче ориентироваться в тексте. Для этой же цели я использую промежуточные заголовки, которые не только включают ключевые слова, но и помогают читателям найти интересующее их место в тексте. Конечно же, в подборе и употреблении в тексте нужных ключевых слов очень много зависит от интуиции, которая будет работать тем лучше, чем больше знаний и опыта в области поискового продвижения у вас будет.

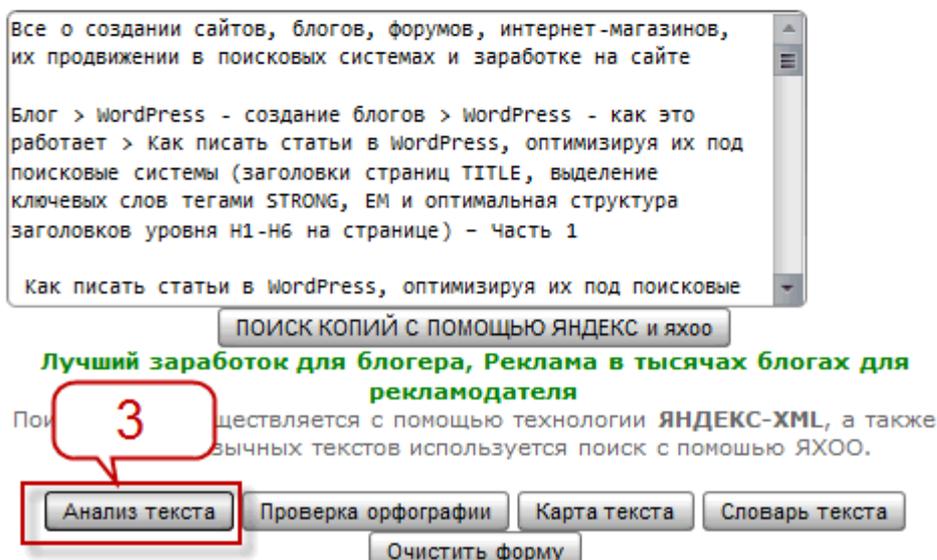
## Онлайн сервис для анализа текста - частота употребления слов, тошнота страницы и многое другое

После того, как вы напишите статью, обязательно **проанализируйте ее текст** [в сервисе ISTIO](#). Если ваш материал уже опубликован, то введите его адрес в верхнее поле и нажмите на кнопку "Отфильтровать текст", в результате чего, в поле "Текст для анализа" появится текст вашей статьи и вам останется только нажать на кнопку "Анализ текста". Если материал вы опубликовать еще не успели, то в этом случае скопируйте текст и вставьте его в поле "Текст для анализа", после чего нажмите кнопку "Анализ текста":

### Анализировать текст, поиск плагиата



#### Текст для анализа:



Откроется новое окно, в котором в области "Наиболее частые слова (БЕЗ стоп-слов)" посмотрите, какие слова являются наиболее употребляемыми в данном тексте. В идеале, в самом верху этого списка, должны находиться **ключевые слова, по которым вы хотите продвинуть данную статью**. Но зачастую наиболее употребляемыми в тексте оказываются не ключевые, а совершенно к ним не относящиеся слова. У меня во многих постах частота слов "сайт" или "страница" сильно превышает употребление ключевых слов в тексте.

## Наиболее частые слова (БЕЗ стоп-слов):

Ранг	Частота слова.	Слово	Колво раз	Рел.	Длина в ядре	Процент
1	15	файл	69	8,3	6,2%	3,2%
2	15	тема	57	6,86	5,1%	2,6%
3	15	php	50	6,01	4,4%	2,3%
4	20	страница	50	6,01	4,4%	2,3%
5	24	wordpress	49	5,89	4,4%	2,3%
6	28	оформление	43	5,17	3,8%	2%
7	32	шаблон	39	4,69	3,5%	1,8%
8	35	блога	33	3,97	2,9%	1,5%
9	36	папка	19	2,28	1,7%	0,8%
10	37	категория	13	1,56	1,1%	0,6%
11	39	сайт	13	1,56	1,1%	0,6%
12	40	отображение	13	1,56	1,1%	0,6%

Ключевые слова статьи, которые реже слов-паразитов употребляются в статье

Слово-паразит, которое нужно частично заменить на синонимы в этой статье

Такая ситуация печальна тем, что в этом случае продвинуть статью по ключевым словам будет сложнее (мешают очень часто употребляемые слова, которые не являются по вашей задумке ключевыми). Продвигаемую страничку должно "тошнить" именно ключевыми словами, тогда вероятность попадания в ТОП поисковой выдачи по запросам, содержащим эти ключевые слова, будет значительно выше. Понятие "тошнота страницы" мы рассмотрим чуть позже, а пока просто примем к сведению этот факт.

Когда страницу "тошнит" именно от ключевых слов, то это хороший шанс на попадание в ТОП по поисковому запросу, содержащему эти ключевые слова. А вот если вместо ключевых слов на первых местах наиболее употребляемых слов в тексте находятся слова-паразиты, то придется от них избавиться, например, путем частичного использования синонимов вместо часто употребляемых слов-паразитов. Дело это довольно хлопотное, но нужное.

Все описанные выше действия, относящиеся к понятию внутренняя **поисковая оптимизация сайта**, мы должны делать при каждом написании статей, но даже оптимальное выполнение всех этих условий не гарантирует вам стопроцентный успех (только 99 процентов). Тем более, что даже, если вы правильно составили заголовок материала, употребив в нем ключевые слова, мета-тег заголовка страницы TITLE, который является одним из самых значимых рычагов поисковой оптимизации, может быть сформирован не оптимальным образом.

**Оптимальный мета-тег TITLE** (заголовок страницы, содержимое которого вы можете увидеть в самом верху окна браузера) должен иметь вид: Название статьи - Название проекта. Для того, чтобы на вашем вебсайте формировались правильные заголовки страниц TITLE, вы можете воспользоваться следующими материалами по данной теме:

- [Настройка внешнего вида заголовков всех страниц \(мета-тег TITLE\) в плагине All in One SEO Pack для блога на WordPress](#)
- [Оптимальная настройка вида мета-тега Title для Joomla](#)
- [Настройка TITLE \(заголовка\) для всех страниц вашего сайта на Joomla с помощью плагина ARTIO JoomSEF](#)

## Боремся с дублированием контента на сайте

Обязательно позаботьтесь о правильном виде заголовка страницы TITLE, ибо это действительно очень важно и поисковики придадут содержимому TITLE очень большое значение. Для многих движков вебсайтов так же очень остро встает **проблема дублирования контента**, когда на страничках вашего проекта с разными адресами присутствует один и тот же текст. Поисковые системы относятся к этому плохо.

В WordPress для этих целей можно использовать возможности универсального SEO плагина [All in One SEO Pack](#). В нем можно активировать возможность проставления на страничках с дублями специального мета-тега CANONICAL, который укажет поисковой системе на адрес оригинала данного материала. Как это сделать читайте в этом материале - [Новый тег CANONICAL, предназначенный для удаления дубликатов страниц из индекса поисковиков](#).

Я, например, так же для избежания дублирования контента в своем блоге на WordPress запретил в плагине All in One SEO Pack индексацию поисковыми системами страниц с временными архивами и архивами тегов, разрешив только индексацию страничек с содержанием рубрик. Подробнее об этом читайте здесь - [Боремся с дублированием контента в блоге на WordPress, запрещая индексацию архивов тегов, категорий или временных архивов в плагине All in One SEO Pack](#).

В результате страничек в индексе поисковых систем стало меньше, но зато там уже не будет дублей, да и странички архивов тегов и временных архивов у меня не несут особой смысловой нагрузки, так что им нечего делать в индексе поисковиков. Лучше меньше, да лучше. Тем более, что в Google эти странички скорей всего попали бы в дополнительный (сопливый) индекс, поиск по которому не ведется ([Сервис, показывающий сколько страниц вашего вебсайта находится в основном индексе Google](#)).

Так же, **во избежании дублирования контента**, на главную страничку моего блога выводятся только анонсы материалов, а их полные версии открываются по ссылке "Читать далее", текст которой я сделал индивидуальным для каждой статьи. Это немного улучшает поисковую оптимизацию блога, ибо на каждую статью будет проставлена дополнительная ссылка с уникальным анкором, содержащим ключевые слова. Подробнее об это читайте в материале - [Создание анонсов статьей на главной странице WordPress с помощью тега MORE, замена текста ссылки "Читать далее" на уникальный для каждой статьи анкор](#).

Тоже самое можно сделать и для блога на Joomla. Подробнее об этом читайте в этом материале - [Как подготовить материал \(статью\) в Joomla для публикации ее в блоге \(категории или раздела\), поисковая оптимизация ссылки "Подробнее"](#).

Так же для **борьбы с дублированием контента** можно использовать возможность файла ROBOTS.TXT.

## **Внутренняя поисковая оптимизация сайта (SEO): внутренняя перелинковка под низкочастотные поисковые запросы**

**Внутренняя перелинковка** позволяет перераспределить статический вес (pagerank) между страницами вашего сайта. Честно скажу, что совсем не заморачивался с внутренней перелинковкой. В том смысле, что делал ее как бог на душу положит, а не так, как велит научный подход к вопросу. А вы знаете оптимальную схему перелинковки для продвижения сайта исключительно по [низкочастотным поисковым запросам](#)? Она должна сводиться к тому, чтобы внутренние странички сайта, те на которых размещены статьи, получили бы максимально возможный статический вес.

Я уже написал довольно большой мануал по [Google PageRank \(PR\)](#). Но понятие статического веса страниц используют все поисковые системы, а не только Google, просто у Google есть тулбарное значение PageRank, которое можно узнать и посмотреть, а у других поисковых систем открытой информации о статическом весе страниц нет.

Но принцип перераспределения статического веса страниц остается примерно таким же как и в случае с Google PageRank - с одной страницы на другую передается статический вес по ссылке, но не полный, а только его часть (0.85). Все расчеты в различных схемах внутренней перелинковки выполняются за несколько итераций (повторных вычислений), пока разница между соседними вычислениями не будет достаточно малой. Тогда считают, что рассчитали статический вес передаваемый по ссылкам в данной схеме перелинковки.

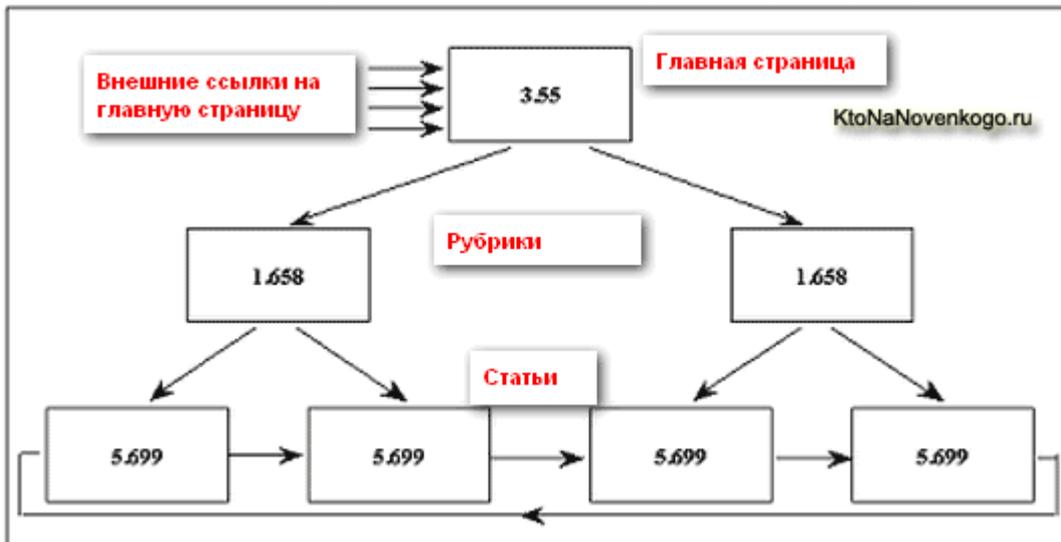
В таких схемах не учитывают ссылочное ранжирование, т.к. передаваемый статический вес не зависит от текста ссылки (анкора). Так вот, в случае продвижения по низкочастотным запросам нам нужно будет

нагнать наибольший статический вес на внутренние страницы сайта, непосредственно содержащие статьи. При обычном раскладе внешние ссылки у большинства проектов проставлены на главную, а значит нам нужно будет перераспределить статический вес передаваемый по этим ссылкам с главной на внутренние страницы.

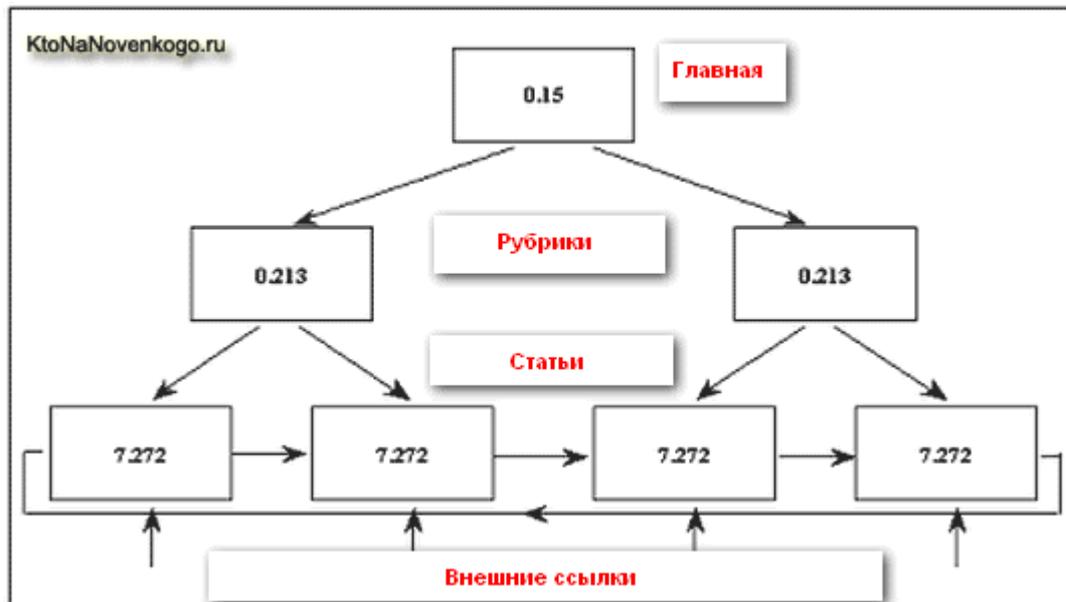
Вот так будет выглядеть идеальная схема внутренней перелинковки под низкочастотные поисковые запросы:



Стрелочками показаны направления ссылок. Как вы можете видеть, статический вес перераспределится в пользу страниц со статьями, убавив статический вес главной и рубрик. При простановке на главную нескольких внешних обратных ссылок, мы получим такую картину маслом:



Но наилучшим вариантом будет простановка внешних обратных ссылок не на главную, а непосредственно на страницы с текстовыми материалами. В этом случае расклад получится следующим:



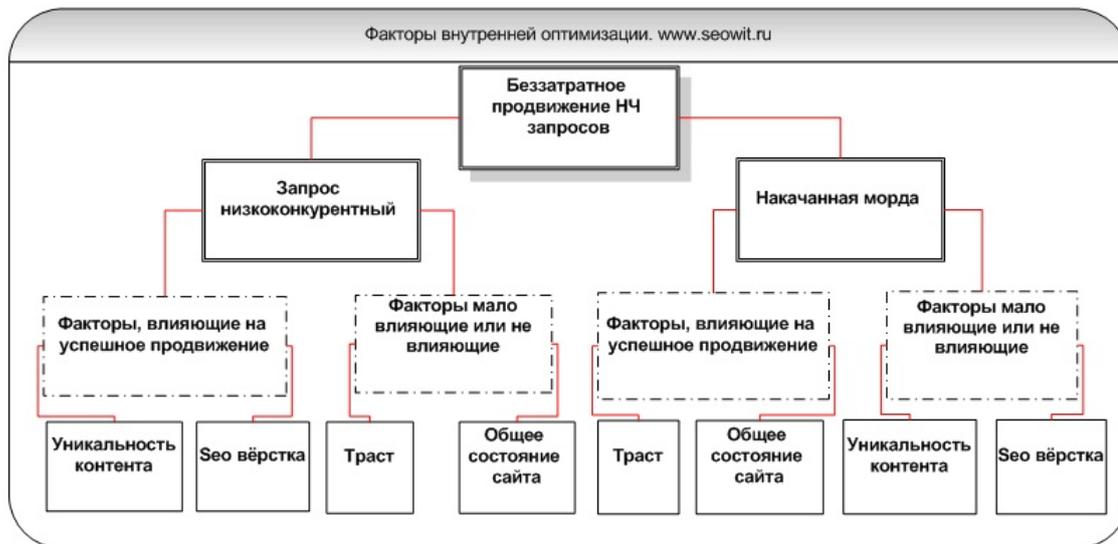
Поэтому, при поисковом продвижении по низкочастотным запросам следует учитывать то, что лучше всего покупать (или получать в результате обмена) **обратные ссылки на внутренние страницы**, а не на главную.

Но данная схема оптимальной внутренней перелинковки является сложно реализуемой, ибо нарисовать картинку это одно, а реализовать все это на реальном проекте - совсем другое. На практике считается не плохим вариантом создание небольшого блока ссылок внизу статьи (подсказывающих пользователю аналогичные по тематике материалы), в котором будут находиться ссылки на другие материалы из этой же тематики (у меня на блоге это называется "Еще по данной теме"). На страницах со статьями, ссылки на которые присутствуют в этом блоге, тоже будет размещен блок со ссылками на эти же самые материалы.

Я так же активно проставляю ссылки на другие свои материалы прямо в тексте статей - это улучшает внутреннюю перелинковку, а так же способствует увеличению количества страниц, просмотренных одним пользователем. Показатель глубины просмотра возможно учитывается поисковыми системами при составлении мнения о том или ином ресурсе.

## Внутренняя оптимизация – факторы беззатратного продвижения НЧ запросов

*[Автор: Алексей Скорняков \(seo2z\)](#)*



Нажмите на изображения для его увеличения

В статье будем рассматривать общие положения **внутренней оптимизации**: для чего она нужна и какой с неё толк.

**Внутренняя оптимизация** необходима в основном для того, чтобы сэкономить бюджет на продвижение через внешнюю оптимизацию, либо для беззатратного продвижения. Это основная её задача. Советую с этим смириться, ибо все сопутствующие функции ведут именно к этому. Иногда её достаточно для продвижения **НЧ** запросов (даже **СЧ** в некоторых случаях), не особо конкурентных. **В основном этот факт применим в двух случаях**:

1. Запрос низкоконкурентный (*не путать с низкочастотным!*)
2. Накачанная морда (*траст*)

### Первый факт – Запрос низкоконкурентный:

В этом случае продвинуть запрос проще пареной репы, конечно если не допускать ошибок.

### Факторы, влияющие на успешное продвижение:

- Уникальность контента
- Seo вёрстка

### Факторы мало влияющие или не влияющие:

- Траст
- Общее состояние сайта

Подробнее об этих пунктах читайте в дальнейших статьях.

### Пример:

Запрос – [конкурс Олимпийский блог](#)

Один из моих [блогов в топе](#), более того – **на 3 месте** (на данный момент, позиции будут меняться естественно), хотя ссылок на данную страничку – 0

Основная часть поста – **уникальный текст**, то есть не уникальный – только данные, остальное – свеженаписано. Тем самым подтверждаем первый пункт, что уникальный контент играет основную роль в продвижении.

**Внутренняя оптимизация** достаточно хороша. [При проверке](#) можно заметить, что релевантность ключа “конкурс олимпийский блог” достаточно не плоха:

Ключ стоит в заголовке, в теге h2, в стронге и вхождении достаточноны, плотность оптимальна:

- **конкурс** (Title, H2), вес – 3.8, вхождений – 11
- **блог** (Title, H2), вес – 3.75, вхождений – 10
- **олимпийский** (Title, H2), вес – 3.57, вхождений – 6

С этим разобрались. Оценив нижестоящих конкурентов, можно понять, что у них не хватает одного из двух выше перечисленных пунктов, влияющих на продвижение низкочастотных запросов. Поэтому собственно они стоят ниже в серпе.

**Второй факт – Накачанная морда:**

В этом случае можно беззатратно продвинуть **НЧ** (в некоторых случаях **СЧ**) средней конкурентности. В этих условиях сам факт сложности **продвижения** равен с предыдущим.

**Факторы, влияющие на успешное продвижение:**

- Траст
- Общее состояние сайта

**Факторы мало влияющие или не влияющие:**

- Уникальность контента
- Seo вёрстка

То есть получается совсем наоборот. Хотя маловлияющие факты в бОльшей степени весомы, нежели в предыдущем заявлении (Запрос низкоконкурентный).

**Пример:**

Запрос – [Олимпийский блог](#) (что является чуть более конкурентным)

В этой ситуации мой блог уже на 4 месте. Выше стоит [новостной сайт](#).

**Траст** у этого сайта повыше, чем у моего блога (*подробнее о трасте читайте в дальнейшей статье*). Подтвердили первый пункт факторов, влияющих на продвижение.

**Общее состояние сайта** – ухоженное, можно заметить его юзабилити и косвенные факторы.

**Уникальность контента** – сносная. Не совсем уник, но годится. Подтвердили, что не обязательный фактор.

**Seo вёрстка** относительно этого запроса – [никакушая](#):

- В заголовке – запроса не обнаружено
- В тегах h – запроса не обнаружено
- Чистых вхождений в текст – 1 раз входит “олимпийский”

**Более того, сайт находится в серпе НПС (найден по ссылке), что доказывает отсутствие seo вёрстки!**

Думаю тут вопросов не возникает.

Итак, мы разобрали 2 факта, при которых НЧ запрос можно продвинуть совсем без затрат. Советую каждому для себя сделать выводы по этому поводу и отнести свои продвигаемые запросы к одному из 2 приведённых мною фактов.

Как было выяснено, внутренней оптимизацией можно и нужно продвигать свои НЧ запросы. Толк от этого – **качественный целевой поисковый трафик**, который принесёт вам качественных посетителей, и о полезности которого будет рассказано в предстоящих статьях. Это была общая информация о внутренней оптимизации, в которой было подтверждено 2 факта продвижения низкочастотных запросов, далее мы рассмотрим как правильно производить внутреннюю оптимизацию.

## Внешняя оптимизация – общие положения и методы

*[Автор: Алексей Скорняков \(seo2z\)](#)*



Статья посвящена **внешней оптимизации сайтов**, а точнее способам и методам воздействовать на продвижение сайта. Поговорим о значении **внешней оптимизации**, о тех методах, которые применяются лично мной для продвижения сайтов, о качестве анкоров и доноров.

### Теория.

Отдаю предпочтение продвижению в Яндексе, так что будем опираться на эту поисковую систему. Как известно продвижение сайтов делится на 2 области – внутренняя оптимизация и внешняя. Если [внутренняя оптимизация](#) имеет какой то лимит, ограничивающий наши действия, то у внешней его нет. Основной сегмент **внешней оптимизации** – правильное вложение денег в продвижение. Конечно, существуют и бесплатные методы, но в конкурентных тематиках и запросах ими не обойтись. На помощь приходят сервисы, позволяющие воздействовать на продвижение акцептора на платной основе. Основная цель – получить ссылку с качественного донора с нужным анкором. Влиять ссылка будет в том случае, если она будет индексироваться ПС.

### Качество доноров.

Любая входящая ссылка имеет своё качество, которое определяется множеством параметров. Из личного опыта могу сказать, что качественными рабочими ссылками на страницах донора считаю:

- Возраст домена – от 6 месяцев

В связи с множеством нововведений (алгоритмы, фильтры) в поисковых системах те сайты, которые стоят более 6 месяцев и работают – дадут рабочую ссылку. + ко всему сам возраст влияет на траст донора, а следовательно и на качество нашей ссылки

- Количество внешних ссылок – до 5

С нашей ссылкой будет 6. Именно 6 ВС считаю оптимальным количеством

- тИЦ – от 10

Конечно, доноры имеющие тИЦ = 0 тоже могут быть рабочими и качественными, но за 6 месяцев было несколько апов тИЦ, и сайты не набравшие хотя бы 10 внушают мало доверия

- Размер текста на странице – от 2000

Меньше 2000 обычно значит, что контента на странице нет. Обычно это текст шапки, сайдбаров, футера = 500-1000 символов. Конечно, при проверке вручную этот пункт можно оспорить, но при пакетной простановке ссылок советую опираться на этот пункт (например, при закупке в биржах ссылок, статей).

- Страница в индексе

Естественно проставлять ссылку со страницы, которая не в индексе ПС нет смысла. Смысл появляется только тогда, когда есть возможность отслеживать индексацию или быть уверенным в том, что она будет проиндексирована.

- Отсутствие стоп-слов в контенте страницы

Под стоп-словами подразумеваю различную ненормативную лексику, обилие открытых кодов (php, java, языки программирования). Конечно, всё индексируется, и если не противоречит законам страны, то будет продолжать индексироваться. Но страницы, контент которых состоит из кодов – лично я избегаю.

- Доменная зона

В принципе, почти в равной степени индексируются все популярные доменные зоны, но я отдаю предпочтение зонам: ru, com, net

- Уровень домена – 2 уровня
- Уровень страницы – 1, 2, 3 уровня
- Ответ сервера – 200

Есть множество других параметров, но их рассмотрим в другой статье, посвящённой отбору доноров при покупке в биржах ссылок и статей.

## **Качество анкера**

Продвигая запрос крайне не желательно иметь ссылочную массу, анкеры ссылок которой состоят из чистого вхождения ключа.

- Чистое вхождение

Чистое вхождение ключевого слова в анкор ссылки на доноре подразумевает отсутствие лишних слов и неизменной словоформы ключа. То есть ключ “как есть”

- Морфологическое вхождение

То же самое, что и чистое вхождение, только с использованием падежей, склонений, числа и родов. Так же с вхождением дополнительных слов.

- Естественность

Естественным текстом ссылки в основном является анкор, не содержащий в себе продвигаемого запроса. Так же естественным анкором считаются слова: тут, здесь, вот, URL (сам адрес ссылки). То есть под данными односложными словами будет стоять ссылка на акцептор

Примерный процент соотношения вхождений для выбранного ключа, относительно части ссылочной массы этого ключа по поему опыту оптимален:

**Чистое вхождение = 80 %**

**Морфологическое вхождение = 15 %**

**Естественность = 5 %**

#### **Основные способы получения ссылок для продвижения:**

- Форумы

Подразумевает получение естественной ссылки в ходе какого-либо обсуждения.

*Плюсы:* естественность ссылок, бесплатно

*Минусы:* возможное отсутствие места ( специальных разделов, тем) для простановки ссылки

- Комментарии блогов

Комментирование блогов в основном используется для повышения траста сайта, косвенно или напрямую влияющего на продвижение. Оставляя комментарий, проставляется ссылка в соответствующее поле. Анкором является имя комментатора

*Плюсы:* естественность ссылок, бесплатно

*Минусы:* большое количество ВС на странице комментирования, ожидание одобрения комментария

- Каталоги сайтов, статей

Всё же, хоть и прошли былые времена, когда прогон по каталогам сайтов приносил не плохие результаты при продвижении, но пользу от них всё ещё можно выжать. То же касается и каталогов статей. Основной недостаток – малое доверие ПС к таким донорам, которые, по сути, являются линкопомойками

*Плюсы:* бесплатно

*Минусы:* большое общее количество ВС сайта

- Социальные закладки и сети

Весьма не плохие доноры. В основном ссылки с них предоставляют для продвижения НЧ запросов или ускорения индексации

*Плюсы:* бесплатно

*Минусы:* не большое количество сервисов

- Биржи ссылок

Пожалуй, самый популярный способ продвижение. Полный контроль купленной ссылочной массы, [пакетный подбор](#), анализ и смена доноров.

*Плюсы:* отслеживание доноров, большой выбор

*Минусы:* платно (ежемесячно)

- Биржи статей

Качественное продвижение через биржи статей объясняется тем, что, как и в биржах ссылок, мы можем контролировать своих доноров, а так же окружать свои ссылки качественными тематическим контентом, который собственно и пишем сами. То есть основная часть контента страницы донора – наша статья, в которой предоставлены ссылки

*Плюсы:* отслеживание доноров, большой выбор, тематический контент страницы донора

*Минусы:* платно

- Биржи обзоров и контекстных ссылок

Постовые, платные обзоры, контекстные ссылки – в основном являются вечными.

*Плюсы:* большой выбор, одноразовая плата

*Минусы:* дорого, нет возможности заменить донора

## Как раскрутить сайт

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

Эта статья рассчитана для **новичков**, которые хотят **раскрутить свой сайт**. Данная статья поможет понять, что с чего состоит, и покажет направление, в котором можно двигаться для достижения результатов.



На самом деле **раскрутить сайт** не так сложно как кажется. Все очень просто, но требует кропотливой постоянной работы, что бы действительно достичь хороших результатов.

В данном посте я вам расскажу, как раскрутить сайт и что для этого необходимо.

**Итак, теперь все по порядку:**

### **Контент на сайте или тексты**

Конечно, все зависит от типа сайта, который вы хотите продвинуть. Типы сайта я разделяю на:

- продающий
- информационный

Под продающим сайтом я имею ввиду сайт, который продает товары или услуги. Например, интернет магазин или сайт компании указующей профессиональные услуги в определенной области.

Информационный сайт – это зачастую портал, [СМИ](#), или просто проект, на котором есть информация о какой-то нише. Он постоянно обновляется новым и интересным контентом.

Чем более интересный контент на сайте, тем легче его продвинуть в поисковых системах, так как люди будут сами ссылаться на вашу полезную информацию.

### **Ключевые слова**

До начала продвижения сайта нужно определить по каким ключевым словам это нужно делать. Сначала читаем про [подбор ключевых слов](#), и вы поймете о чем я вам говорю.

### **Оптимизация сайта**

- title, keywords, description
- текст (контент)
- код

Примерно полгода на сайте поисковой системы Google опубликовали руководство по поисковой оптимизации сайта. Они сделали это с целью, что бы сайты были более грамотно оптимизированы.

Читать [руководство по поисковой оптимизации от Google](#)

## Оптимизация контента на сайте

Для того что бы сайт лучше воспринимался поисковыми системами, его текст должен быть более оптимизированным. Читать про [оптимизацию текста или seo копирайтинг](#)

После того как сайт оптимизирован нужно переходить к внешним факторам.

## Продвижение сайта

Первое что нам нужно при продвижении, что бы продвигаемый сайт проиндексировала поисковая система.

Для начала нужно его самому добавить в [поисковые системы](#). У каждой поисковой системы существует форма добавления сайта:

<http://webmaster.yandex.ru/>

[http://www.rambler.ru/doc/add\\_site.shtml](http://www.rambler.ru/doc/add_site.shtml)

<http://www.google.ru/intl/ru/addurl.html>

## Анкоры

Для продвижения сайта вам необходимо будет получать ссылки с нужными ключевыми фразами на ресурс. То есть например на сайте А будет стоять ссылка на ваш сайт с ключевым словом шины. Чем больше таких ссылок, тем больше шансов, что сайт будет выше подниматься в топ поисковых систем.

## Вхождения

Для поисковой системы Google лучше использовать прямые вхождения, а для поисковой системы Яндекс на прямые вхождения. Читаем про [вхождения для поисковой системы Яндекс](#)

## Виды ссылок

Для того что бы продвинуть сайт в топ поисковых систем грамотно и не бояться разных санкций, которые поисковые системы постоянно вводят, лучше использовать множественные источники и виды ссылок.

А это:

- постовые (ссылки с блогов)
- контекстные ссылки
- ссылки в статьях
- ссылки с главных страниц
- ссылки с внутренних страниц
- ссылки с каталогов

- ссылки с социальных закладок

- сквозные ссылки

Так же ссылки есть арендованные или размещенные навсегда. Конечно же в перспективе ссылки навсегда выгоднее, но они не так быстро работают как арендованные ссылки.

### Где приобрести ссылки

Для начала читаем статью про [биржи ссылок](#)

Дальше читаем статью про [биржи статей](#)

Дальше смотрим видео урок о том, [как покупать ссылки в бирже ссылок sare.ru](#)

**Рекомендую так же ознакомиться со статьями:**

[Покупаем эффективно постовые для продвижения сайта](#)

[Моя стратегия продвижения сайта](#)

## Адрес сайта на стекле автомобиля

[Автом: Dronix](#)

### Dronix:

Интересно сколько посетителей принесёт адрес сайта на заднем стекле автомобиля с кратким описанием содержимого. А может кто уже такое практикует? И как лучше сделать надпись, вырезать из самоклеющейся бумаги или есть другие и более простые способы.

### Barsow:

Если адрес сайта легко запоминающийся, то возможно, это приведет новых пользователей. А если что-то длинное и сложное в названии, то думаю, не многие будут стоять около чужого автомобиля и записывать адрес себе в блокнот. Да и зрение у большинства активных "интернетчиков" не очень. Могут и не заметить просто.

И если этот сайт не большой, с одним администратором, то люди будут знать, на чем Вы передвигаетесь))

### Sergey2012:

Прирост посетителей будет. В свое время раскручивали одного провайдера, наклеили адрес сайта оракалом на такси, таксистам дали визитки с буклетами, в сеть гипермаркетов визитки на распространение отдали. Приток начался через 2 недели, пик был примерно через месяц после акции.

### Katrin:

смотря сколько автомобилей планируется привлечь к участию в подобной акции 😊  
одна-две наверно все-таки маловато, да и скорее всего должно быть дополнительное рекламное сопровождение. все конечно зависит от суммы, которую вы готовы на это потратить.

### kustova:

У нас в городе на заднем стекле автомобиля у 50% таксистов рекламируется сайт о продаже шин и дисков. Фирма заключает договор с такси и на каждую машину клеится реклама, эффект потрясающий. У них продажи в 3 раза выросли. Я сама там в том году шины покупала. Они за счет оборота все цены на резину в городе сбили.

**Sevab:**

Да, действительно интересный способ!

Думаю для раскрутки локальных сайтов может даже очень помочь.

Кстати, Chilies и armid, при определенной модификации что-то подобное может помочь в раскрутке ваших студенческих форумов 😊.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Как раскрутить сайт с нуля

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Продолжаю серию статей о раскрутке сайта с нуля. Вы можете почитать [первую](#) и [вторую](#) части.



В этой части мы подробно рассмотрим продвижение статьями. Я решил сделать небольшую презентацию из основных моментов статьи:

### Что дают статьи для продвижения сайта?

Статьи - очень эффективный способ продвижения. Ссылки в статьях окружены текстом, что гораздо предпочтительнее для поисковиков. Ссылки со статей выглядят очень естественно. Еще один большой плюс статейного продвижения - этим по большому счету мало кто занимается. Кому-то проще купить ссылок, кому-то просто лень писать и не хочется тратить деньги на заказ статей, кто-то не умеет писать статьи, кто-то просто не понимает весь потенциал и эффект от продвижения статьями. Это и хорошо - меньше народу, больше кислороду 😊.

## Какими должны быть статьи для продвижения сайта?

Я активно занимаюсь продвижением статьями с осени 2007 года. Перечислю основные требования к статьям.

Оптимальная длина статьи - 1000-3000 символов. В среднем рекомендую ставить одну ссылку на каждую тысячу знаков. Ссылки со статьи должны вести на страницы в пределах одного домена. Обычно ставлю 1 ссылку на главную страницу продвигаемого сайта и 1-2 на внутренние. Не рекомендую ставить больше трех ссылок в статье - повышается шанс, что ее не допустят к публикации. Ссылки в теле статьи ставлю равномерно, разделяя их массивами текста.

Для большинства сайтов и каталогов статей делаю html-версию статьи, оформляя ссылки в html формате:

```
<a href="http://shakin.ru/">текст ссылки</a>
```

Часть бесплатных каталогов статей принимает статьи в формате bb-code, ссылки для них оформляются таким образом:

```
[url=http://shakin.ru/]текст ссылки[/url]
```

Есть небольшая группа бесплатных каталогов статей, ссылку со статьи в которых можно поставить, лишь вставив простую текстовую версию статьи, выделив нужную фразу и сделав ее ссылкой через предлагаемый интерфейс.

Советую заранее подготовить три версии статьи: html, bb-code и просто текст без ссылок. В статьях желательно сделать разбивку на абзацы, а также 1-2 раза выделить нужные ключевые слова тегом <strong> (он предпочтительнее, чем тег <b>). Также заранее подготовьте текстовый файл с вашим именем, контактными e-mail, ключевыми словами и кратким описанием статьи. Также советую приготовить информацию “Об авторе” в html и bb-code форматах - в этот блок на многих каталогах статей можно вставлять ссылку на свой сайт.

## Как оптимизировать статью под нужный поисковый запрос?

Советую использовать для продвижения статьями среднечастотные и низкочастотные запросы. Высокочастотники одними статьями в большинстве случаев не продвинуть (для этого нужно использовать статьи в комплексе с другими способами продвижения). А вот средне- и низкочастотники - то, что нужно.

Идем на до боли знакомые сервисы подбора слов (не знаю, как меня до сих пор на них пускают 😊) [Вордстат](#) и [Сервис подбора слов Рамблера](#) (я бы его так назвал так - Swords), и вбиваем по очереди основные поисковые запросы для продвижения нашего сайта. Из полученной кучи бережно выбираем нужный запрос, под который нам хочется сегодня написать статью.

Статистика яндекса выдает обобщенные варианты поисковых запросов, то есть вместо запроса “стоимость продвижения сайтов” статистика выдает “продвижение сайта стоимость” и т.д. Следует использовать нормальные читабельные варианты поисковых запросов, ориентируясь на статистику.

Пока вдохновение нас не покинуло, срочно пишем статью 😊. Заголовок, понятное дело, делаем на основе подобранного запроса. Далее в тексте стараемся использовать нужный поисковый запрос 2-5 раз. Естественно, не нужно делать из статьи свалку ключевых слов - ее не примут ни в один уважающий себя каталог статей.

Обычно я делаю одну ссылку на главную продвигаемого сайта с нужным запросом для главной, а запрос, под который оптимизируется статья, использую для текста двух других ссылок.

## По какой схеме добавлять статьи для продвижения сайта?

Обычно я пишу или заказываю 2-4 статьи в месяц. Каждая статья размещается во всех каталогах статей. При платном размещении также использую схему “одна статья на все сайты”. Платно размещаю 1-2 статьи на 2-6 сайтах в месяц. Для платного и бесплатного вариантов использую разные статьи. Для платных пишу более качественные статьи, стараясь сделать их интересными и полезными - при платном размещении на качественных сайтах можно получить дополнительных посетителей.

Для ориентира - во многих тематиках размещение статьи навсегда на сайте с PR 4 и тИЦ 200 из яндекс каталога стоит в районе \$10.

Для бесплатного варианта пишу более пространные статьи. Не скажу, что для бесплатных каталогов статей использую низкосортные статьи, просто стараюсь писать их за меньшее количество времени.

Раньше активно размножал статьи по схеме [Как из одной статьи сделать тысячи](#), но с осени 2008 все прекрасно работает без размножения. Склейки статей в последние месяцы не наблюдаю.

## Как искать каталоги статей?

По идее, этого пункта не должно быть. Должен быть отдельный пост “База столько-то каталогов статей”, как я раньше и делал. Это не значит, что я стал жаднее или у меня нет каталогов статей 😊. Просто в одном из недавних постов в комментариях было несколько просьб не выкладывать базу каталогов статей в открытый доступ - иначе эти каталоги статей заспамят. Поэтому я решил ~~зажать~~ дать удочку вместо того, чтобы дать корзину с отловленной рыбой 😊. А с удочкой каждый желающий может наловить себе сколько угодно рыбы.

Каталоги статей можно легко и быстро найти в поисковиках запросами вида:

*каталог статей  
добавить статью*

Для поиска тематических каталогов статей используйте запросы вида:

*каталог статей “строительство”  
добавить статью “медицина”*

Советую собирать адреса каталогов статей в табличку excel, потом при добавлении статьи делать комментарий около каждого каталога статей (например, добавление по e-mail, добавление стало платным и т.д.). Также рекомендую разносить каталоги статей по вкладкам (каталоги статей в html-формате, в bb-code или текст со ссылками через интерфейс). Я еще люблю выделять каталоги статей разным цветом в зависимости от их качества или параметров тИЦ и PR.

Теперь приведу вопросы и ответы из своих [консультаций](#), которые часто задаются по продвижению статьями.

## Как проверить статью на уникальность?

Для проверки статьи на уникальность рекомендую бесплатную программу [DC Finder](#), сервисы [Antiplagium](#) и [Copyscape](#).

## У меня нет возможности самому писать статьи, где можно заказать написание статей?

Когда нет времени, я заказываю статьи на [Текстброкере](#) и [Копилэнсере](#).

## Хорошо ли, если с одного и того же каталога статей будет несколько разных статей со ссылками на мой сайт?

Польза будет в любом случае. Желательно добавлять не сразу несколько статей в каждый каталог статей, а разнести их по времени, эффект будет больше. Именно поэтому я распределяю добавление статей по времени и добавляю 2-4 статьи в месяц.

## Где найти сайты для платного размещения статей навсегда?

Я пользуюсь биржей статей [Миралинкс](#), там наиболее качественные сайты, а также гарантируется, что статью не удалят через какое-то время.

Также можно напрямую связаться с владельцами сайтов для платного размещения статей навсегда на [серче](#) и [мастертоке](#).

## Могут ли обмануть при платном размещении статей?

О том, как избежать подвохов при платном размещении статей, можете узнать из моей статьи [Как избежать подвоха при платном размещении статей навсегда](#).

## Можно ли размещать статьи с оплатой за время размещения?

Из бирж статей с оплатой за время размещения пользуюсь биржей статей [Сеозавр](#).

## Нужно ли писать уникальные статьи, или достаточно рерайта?

Я всегда использую уникальные статьи, для поисковиков они вкуснее 🍷

## Нужно ли размещать статьи только в тематических каталогах статей?

Размещение статей в тематических каталогах статей желательно, но порой затруднительно по банальной причине - тематических каталогов статей по узким тематикам слишком мало или вообще нет в природе. Поэтому советую размещать статьи как в тематических, так и в общетематических каталогах статей, в которых есть подходящая рубрика для вашей статьи.

## Как посмотреть, какой эффект дала та или иная статья?

Эффект может быть в росте позиций, ссылках и/или дополнительных посетителях.

Для отслеживания роста позиций можете использовать бесплатную программу [Сайт-аудитор](#), по этой же ссылке найдете подробную инструкцию по работе с программой, там все просто. После написания и добавления статьи внесите тот поисковый запрос, который продвигаете этой статьей, и следите за динамикой позиций.

Посетителей можно легко проследить, если на сайте установлен счетчик [Liveinternet](#) (в левой колонке смотрите пункт “переходы с сайтов”) или [Google Analytics](#) (“источники трафика”).

Ссылки можно легко просмотреть через [Сайт Эксплорер](#), этот сервис самый добрый и показывает все ссылки на ваш сайт 🍷. В настройках нужно выбрать **Inlinks** (Внешние ссылки) и **Except from this domain** (чтобы не показывались ссылки с самого сайта). Для показа ссылок на все страницы сайта нужно выбрать опцию **Entire Site** (весь сайт).

## Можно ли использовать картинки в статьях?

Если в статье уместна картинка, то ее желательно поместить. Я рекомендую залить картинку на популярный сервис картинок [Радикал](#). После заливки картинки вам будет предложено несколько вариантов кода картинки, останется только выбрать нужный (html или bb-code) и использовать его в статье. Также можно сделать картинку ссылкой, особенно если будете размещать статью на посещаемом сайте - это может увеличить количество переходов на Ваш сайт.

## Высокочастотные, низкочастотные и среднечастотные запросы

[Автор: munix](#)

### **munix:**

Кто скажет какая между ними разница. В принципе я понимаю, но в циферках хотелось бы. Сколько должно быть запросов в месяц (день) что бы этот запрос был высокочастотным? И так далее...

### **overnight:**

На эту тему вечные споры. НЧ, это то, что можно продвинуть хорошо оптимизированной страницей или 1-2 ссылками, но бывают ещё НК, СК и ВК, это градация по конкурентности. Во всех темах градация по частотности разная, ну, к примеру НЧ 0-150, СЧ 150-1000, 1000 и выше ВЧ. Но, к примеру, в адалте или в кинофильмах, или в программах НЧ может быть и 1000, и 3000. Зависит от того сколько запросов в теме вообще. А в какой-нибудь узкой коммерческой теме может быть и 1000 запрос, а хрен продвинешь, конкуренция бешенная.

### **munix:**

Понятно, спасибо.

А вот насчет НК, СК и ВК здесь есть какие цифры? Может таблица какая по отраслям или чем еще?

### **overnight:**

Поищите в поисковике на тему «KEI формула» - это некая оценка конкуренции. Оригинальная формула была такой:

Цитировать

Известный специалист SEO Саманта Рой изобрела формулу, которая поможет Вам выбрать из Вашего списка ключевых фраз наиболее эффективные для дальнейшей работы. Это формула расчёта коэффициента эффективности ключевых фраз (KEI).

Всё очень просто -  $KEI = P * P / C$ , где P - популярность фразы (сколько раз её искали за последние 2 месяца), C - конкурентность (сколько ещё сайтов оптимизированы под эту фразу). KEI должен быть никак не меньше 10, а если около к 400 - это вообще замечательно.

Сейчас в неё добавляют вхождение ключа в тайтл и другие усовершенствования.

Ещё можно оценивать конкурентность запроса исходя из количества контекстных объявлений.

### **munix:**

А вот когда оптимизаторские конторы предлагают продвинут по 10 ключевым низкочастотным фразам в топ яндекса за 5-10 тыс. рублей, они как то считают эти формулы? Или тут по наитию, как получится? Мне просто интересно как рассчитываются затраты на продвижение в ботах.

### **overnight:**

Раньше считали по ссылочному, теперь кто во что горазд. Свои калькуляторы есть и у пульта, и у рук и у эффектора. Близко там считает только высокочастотные запросы, но тоже ошибается. Причём ошибки бывают на порядок. А про НЧ, СЧ я вообще молчу, там полная галиматья. Чтобы посчитать точно надо учесть ВСЕ факторы, т.е. Яндекс может посчитать точно. =)

Ну а, порядок цен просто из опыта известен, точность такая же как у калькуляторов, т.е. фиговая. 😊 Гораздо интереснее прогнозировать трафик и оценивать конкуренцию, хоть смысл есть.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Продвижение по низкочастотным запросам

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)

Раз уж мы начали говорить о семантическом ядре запросов, давайте продолжим это направление и перейдем к продвижению сайтов по низкочастотным запросам. "Длинный хвост поиска" иначе называют эту составляющую. Коснемся нескольких моментов, которые нужно учитывать.

Прежде всего, давайте разберемся зачем нам нужно брать в оборот низкочастотные запросы. Переплетем здесь как зарубежный опыт, так и применительно к поисковой системе Яндекс.

Понятие "длинный хвост поиска" существует с самого начала развития интернет маркетинга, и с самого начала интернет маркетинга ищут пути для охвата как можно большей аудитории с помощью большого [количества контента](#) задействованного для покрытия максимально возможной длинны "хвоста".

На днях я прочитал замечательную статью на сайте известной компании "Hitwise" (несмотря на то что статья была написана год назад она по прежнему очень актуальна) в этой статье на реальных примерах из исследования показано насколько длинным может быть этот так называемый "хвост" из поисковых запросов. В своей статье Bill Tancer указывает некоторые цифры из его исследования:

... самые популярные ключевые слова составляют только 3.25% от всего поискового трафика!

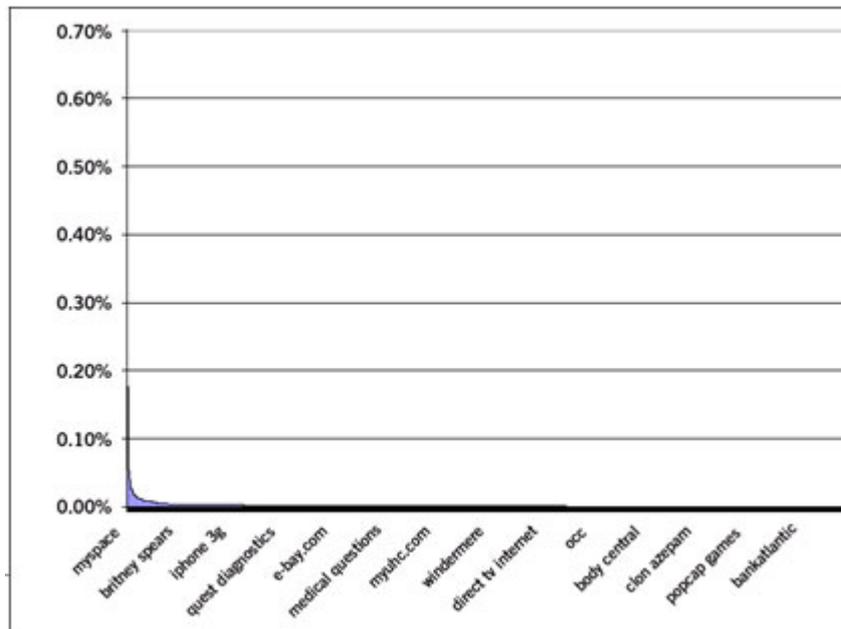
Более того, даже остальные запросы которые мы можем отнести к топу не имеют значительного преимущества во всем поисковом трафике:

- ТОП 100 терминов: 5.7% от всего поискового трафика
- ТОП 500 терминов: 8.9% от всего поискового трафика
- ТОП 1,000 терминов: 10.6% от всего поискового трафика
- ТОП 10,000 терминов: 18.5% от всего поискового трафика

Что из этого получается. Ну например если вы каким-то чудесным образом получили контроль над первой тысячей поисковых запросов на самых популярных поисковых серверах (Google, Yahoo!, Bing, Ask и т.д.), то все-равно вы не сможете получать весь поисковый трафик, даже большую его часть.

Поэтому хвост из непопулярных низкочастотных запросов имеет очень большое значение, ведь вдоль него распределяется большинство поискового трафика. Причем масштабы в которых выражено соотношение "хвоста" к "голове" просто поражают.

Взгляните на график который я взял из выше упомянутой статьи:



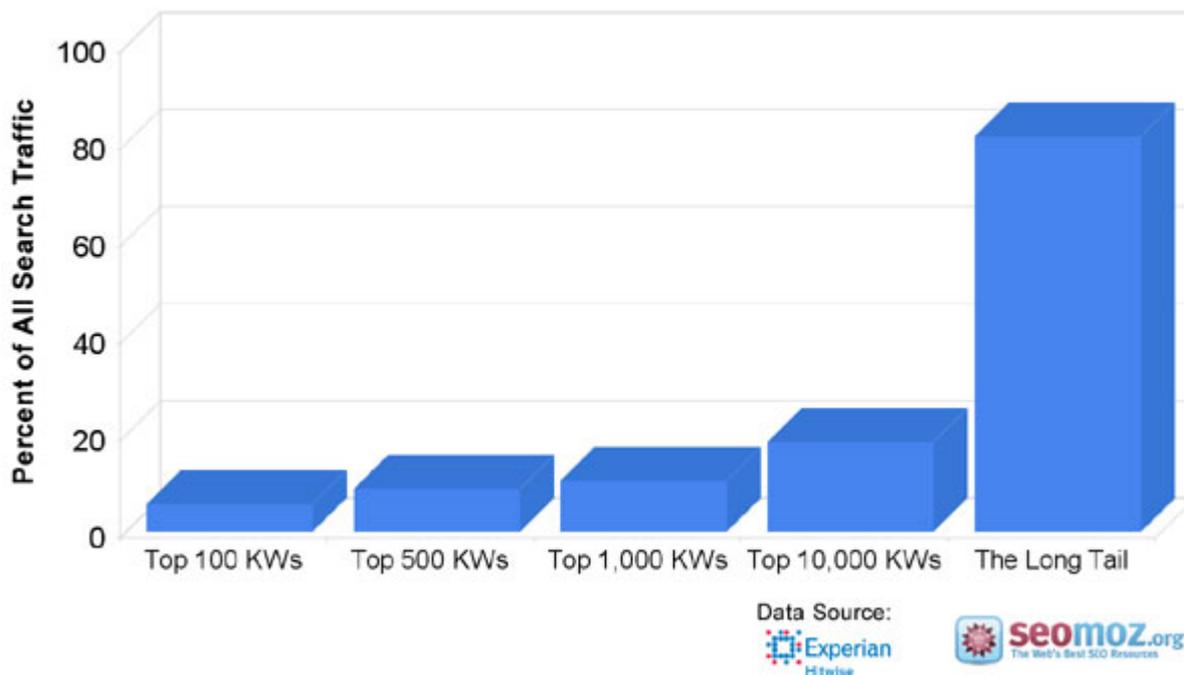
Даже этот график не отображает реально всей ситуации связанной "хвостом" поиска, он ограничен следующими факторами:

- Компания Hitwise работает только на американском рынке, соответственно и исследования проводились только в американском сегменте интернета, и то были учтены не все пользователи. Я предполагаю, что хвост даже длиннее чем это нам кажется.
- В графике не показана часть сайтов, из так называемого "чёрного" сегмента интернета (эротика, порно, таблетки и так далее).
- В графике отображена только свежая информация за последние три месяца.

Несмотря на то что на графике это выглядит не совсем разборчиво, ось-Y показана корректно, и она тянется вдоль всего списка из ключевых слов. Не забывайте что это только 10000 слов которые вверху списка состоящего из 14 миллионов позиций.

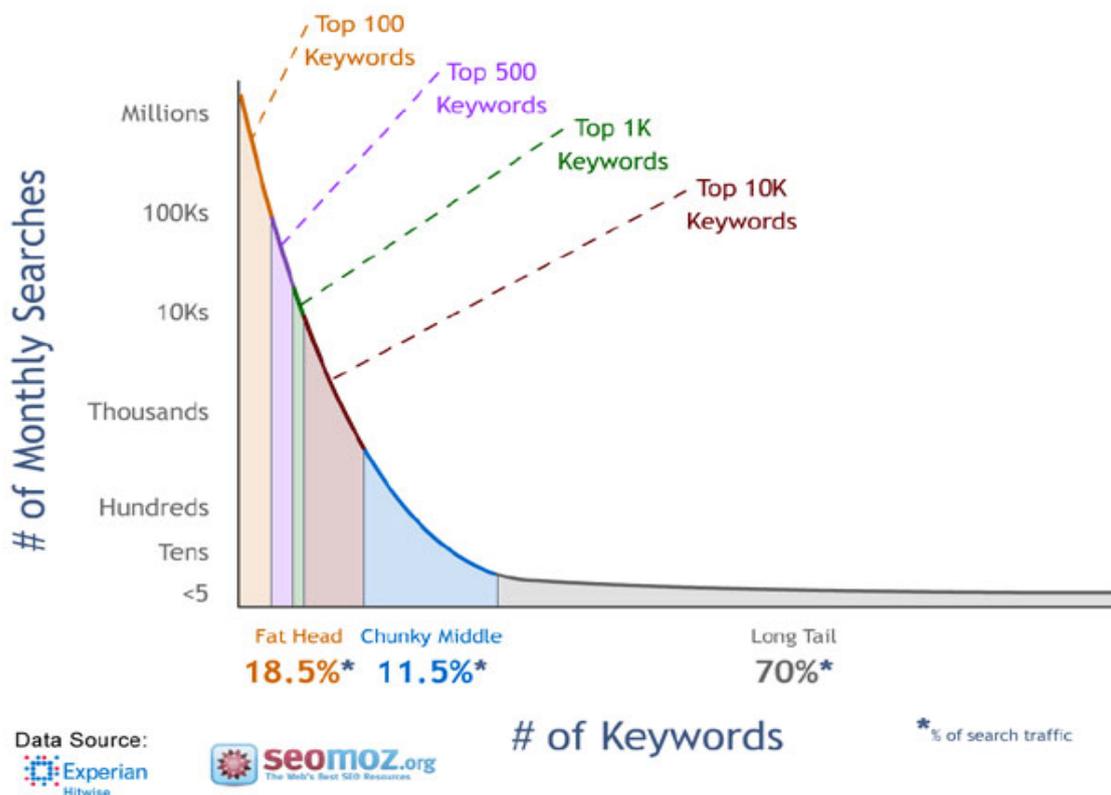
Для того что бы вам лучше понятно, я сделал свой график, в котором показана та же статистика но несколько в более "художественной" форме:

## Popular Keywords vs. Long Tail Search Traffic



А теперь реплика на первый, оригинальный график. Я постарался сделать его максимально простым и доходчивым, думаю теперь вам должно быть ясно что же такое этот "длинный" хвост поиска.

## The Search Demand Curve



На графике вы видите кривую популярности поисковых запросов, цветными зонами отмечены участки с разным уровнем популярности.

Обращаю ваше внимание на то, что хотя Билл в своей статье отнес часть из первых 9000 из всех 10000 самых популярных поисковых запросов к "шее" я бы сказал что все-таки это голова. Такое мое мнение.

В заключение я хочу сказать что феномен "длинного" хвоста поиска это правда, но по той информации которой мы располагаем "голова" и "тело" просто микроскопичны по сравнению с "хвостом".

Итак, мы услышали мнение зарубежных маркетологов и оптимизаторов, а теперь перейдем к нашей действительности и нашей поисковой системе Яндекс.

### Кто или что является на сегодняшний день главным врагом при продвижении сайта?

Тут особо рассуждать не о чем, главный фактор - это сроки продвижения сайта. Для конкурентных запросов. Чтобы продемонстрировать этот фактор, посмотрим на динамику продвижения конкурентных запросов из тематики недвижимость:

Yandex.ru																								
Слово	Январь					Февраль					Март							Апрель						
	24	26	10	12	15	17	19	25	28	2	5	9	12	13	16	18	22	23	24	27	30	2	6	8
		72	52	61	61	50	50	50	28	28	32	28	28	28	27	27	25	23	23	24	27	30	25	22
			7	7	7	7		7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	6	4	4
									15	15	15	15	17	17		16	15	15	12	14	16	16	11	11
		28	22	19	18	18	18	18	19	18	19	19	19	19	19	19	19	19	19	20	17	17	13	13
		58	37	36	35	34	33	37	21	21	22	21	22	22	22	23	21	20	20	16	16	18	18	
		61	60	58	54	54	61	61	40	40	52	55	52	52	53	44	40	41	41	40	36	35	34	34
		43	35	35	32	32	30		23	25	26	24	25	25	25	23	23	24	24	18	19	19	17	17
		67	55	60	58	58	56	64	38	33	36	34	35	35	36	34	31	31	31	24	23	24	24	23
		34	31	31	31	31	32	32	28	29	31	30	27	27	26	28	27	27	27	21	21	19	19	19
									63	63	58	58	58	58	57	63	59	58	59	55	57	50	80	79
		60	54	55	61	48	48	48	31	31	42	40	41	41	43	32	32	31	31	26	27	31	28	24
		81	74	61	60	64	62	67	51	84	82	85	78	78	76	76	76	76	80	53	45	49	52	51
		17	23	11	13	13	12		7	8	8	8	6	6	21	22	22	21	21	18	21	18	12	12
									82	80	73	76	68	68	60	58	59	59	61	62	61	61	66	69
		42	46	42	44	44	43	43	50	50	54	43	43	43	45	50	49	50	50	40	35	37	50	54
		83	87	80	78	75	77	77	71	41	69	68	68	68	68	70	65	66	66	47	49	48	53	49
		66	80	28	27	27	21	21	20	20	16	17	17	17	22	23	24	25	25	17	19	24	27	27
		52	59	56	55	53	54	52	46	44	44	27	24	24	24	40	42	44	44	29	30	33	32	31

Как мы можем увидеть - динамика хоть и положительна, в своем большинстве, но ведь это только верхушка айсберга, а в период продвижения этих запросов заказчик должен получать трафик, должен получать звонки и заказы. Продвижение конкурентных запросов для старого сайта может длиться 5-8 месяцев, а для нового от 1 года можно даже уже прогнозировать.

Сделаю небольшое отступление, динамику продвижения нужно всегда исследовать, можно сразу точно сказать что произошло в тот или иной момент с частью запросов, допустим на графике ниже я отметил внедрение фильтра "ты спамный" от Яндекса к сайту торгующему оборудованием.

Yandex.ru																										
Слово	Ноябрь				Дек			Январь				Февраль							Март							
	1	3	16	24	1	3	22	24	26	1	4	10	12	15	17	19	25	26	28	2	5	9	12	16	17	18
	2	2	5	5	6	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	
	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	7	9	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	3	3	1	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	4	4	3	3	6	6	18	11	9	9	20	32	47	5	5	5	5	7	7	7	6	6	7	8	7	
	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	2	2	5	5	6	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3		
	5	5	6	6	6	5	4	4	4	6	9	9	10	10	10	10	11	10	11	10	9	10	10	10		
	3	3	5	5	3		3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
	7	7	18	17	17	15	16	54	50	59	98	99		62	61	59	59	67	69	68	69	70	60	61	58	
	8	8	14	14	13	15	14	69	57	69	72	72	73	55	55	55	53	62	62	62	58	61	53	55	53	
	68	69	52	51	63		69																			
	18	18	47	42	48		42	41	48	39	25	29	30	29	31	31	30	30	31	41	58	61	46	38	38	39

Даже если вы были не в курсе, что появился какой-либо фильтр или произошло какое-либо изменение, то по динамике развития проекта сможете восстановить порядок своих действий и понять где были допущены ошибки.

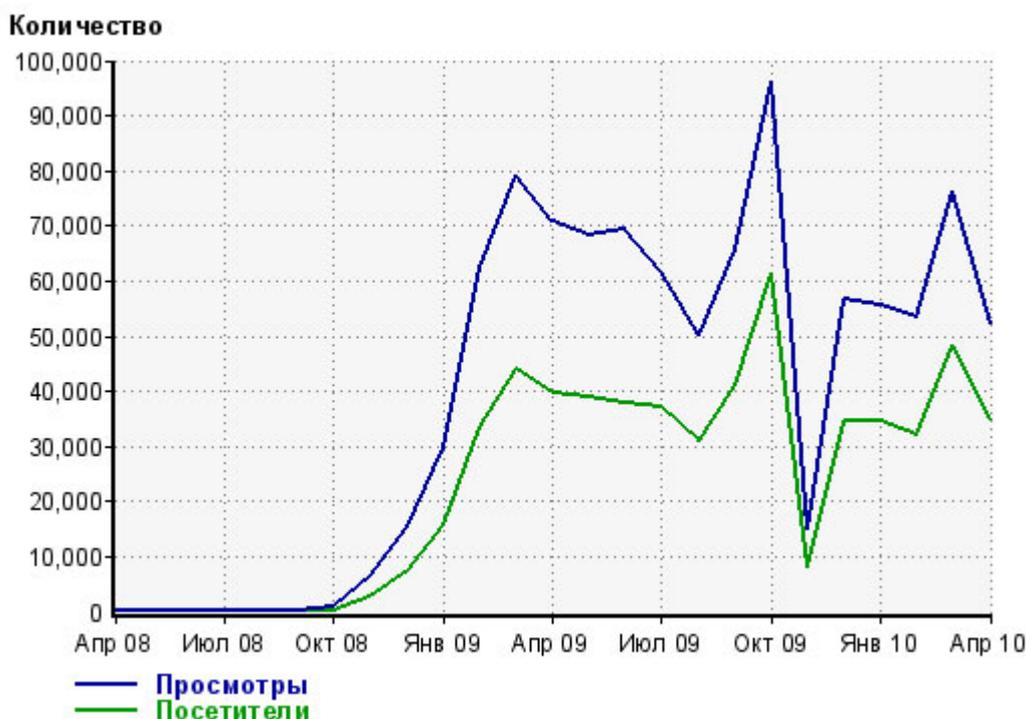
Также на динамике видно насколько правильно поисковая система определяет соответствие запроса к продвигаемой странице. Посмотрим теперь на низкочастотную составляющую по проекту, график по ВЧ я привел чуть выше, тематика недвижимость:

Yandex.ru																											
Слово	Январь					Февраль					Март										Апрель						
	24	26	10	12	15	17	19	25	28	2	5	9	12	13	16	18	22	23	24	27	30	2	6	8			
	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	22	22			
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
	6	6	27	11	12	12	12	15	10	11	9	9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2		
	5	6	13	6	7	7	7	15	4	5	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3		
	2	2	18	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2		
	1	1	11	32	32	35	37	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3		
	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2		
	19	18	22	19	16	19	19	15	15	14	14	13	13	12	12	10	12	12	11	9	10	13	13	13			
	2	2	1	1	15	13	13	12	7	7	7	8	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1		
	2	2	17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	2	2	22	6	21	24	24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2		
	8	9	11	9	7	7	7	4	5	7	7	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

Обвел специально красным, чтобы показать именно в перспективе общего развития проекта. Что это за "всплески" в позициях? Это поисковая система не могла в этот период определить наиболее релевантную страницу под этот запрос. Именно поэтому желательно [распределять ключевые слова - один запрос, одна страница](#). После такого распределения, как мы видим на динамике, позиции "устаканились" на одной, нужной, целевой странице.

Разумеется, сможете ли вы такое сделать или не сможете, зависит от бюджета, а также от общего количества низкочастотных запросов, где-то придется объединять несколько запросов, которые не будут друг-друга выталкивать.

Чем больше низкочастотных запросов, тем сложнее за всеми за ними следить, хотя тут уже включается не механизм работы "по позициям", а механизм работы "по трафику". На графике ниже, как раз проект, который продвигается только по низкочастотной составляющей, несколько тысяч страниц, мониторить позиции по всем смысла нет, да и займет 1 съём позиций несколько суток 😊



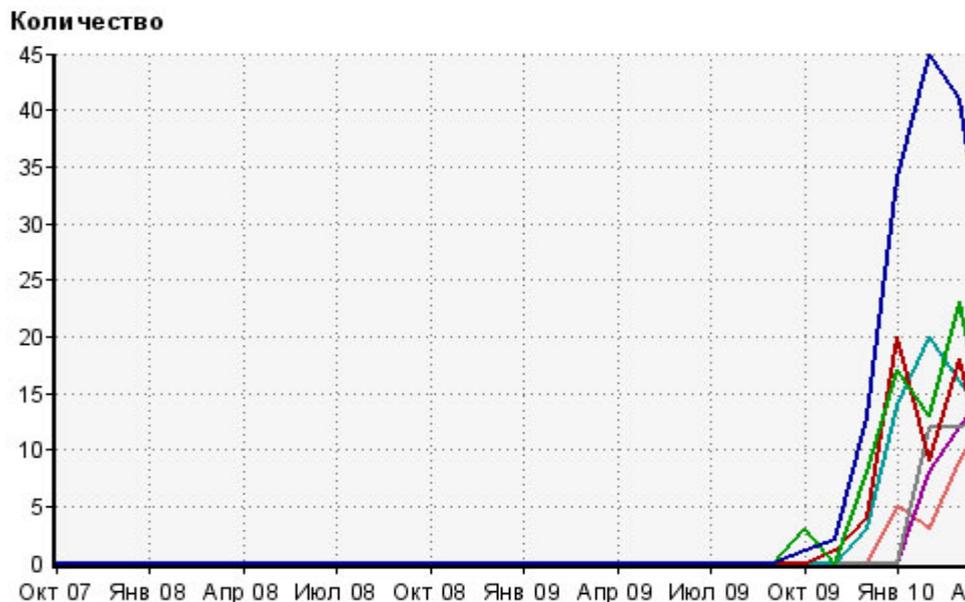
Если мониторить 200-300 запросов на коммерческом сайте - дело привычное, ввиду того, что заказчики не всегда готовы работать по трафику, то работать с семантическим ядром от 500 запросов - уже сложнее.

А любой информационный портал или сайт, с большим объемом контента, должен работать как раз на низкочастотной составляющей. Возьмем для разбора блог [SEOM.info](http://SEOM.info), т.к. здесь я могу более детальной рассказать, чем на коммерческих проектах, данные которых лучше скрывать 😊

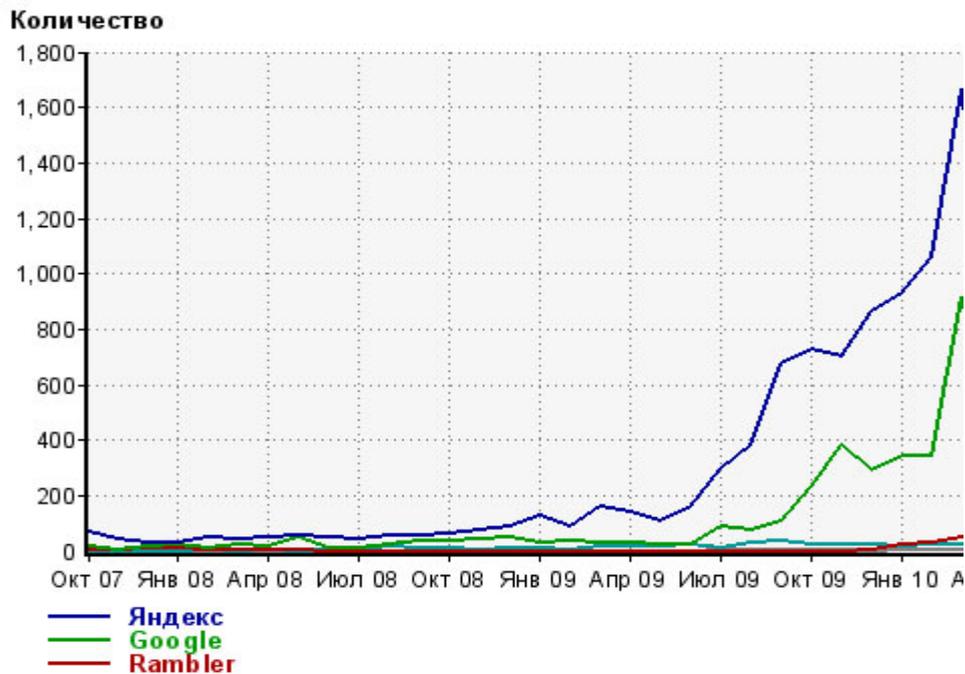
После нового года проект начал более активную стадию продвижения, на данный момент в продвижении находится 600 запросов, по которым 100% снимаются позиции, а также часть запросов из низкочастотной составляющей, которые не мониторятся.

Слово	Yandex.ru															
	Февраль									Март					Апрель	
	1	4	10	12	13	16	19	26	1	5	10	12	19	2	9	
			86	87	87	23	23	23	23	22	20	19	21	23	26	
						48	46	47	48	50	38	46	42	46	62	
		25	21	22	22	15	14		10	10	10	10	12	18	17	
		54								24	49	20	49	30	59	
						46	48	32	40	39	34	30	37	28	46	
				66	66	93	91	36	34	40	35	17	33	51	52	
						54	48		25	30	21	25	28	35		
		32		20	20	13	16	8	9	9	9	8	9	26	19	
		80		64	64	32	31	10	11	13	10	9	13	22	19	
				63	63	53	51	49	25	33	27	15	39		15	
				14	14	12	10	7	6	6	8	6	8	7	4	
								40	42	34	27	29	29	23	34	
						43	40	32	32	29	29	21	20	24	39	
						8	13	12	8	8	12	8	11	13	21	
						14	11	10	6	6	4	2	3	3	3	
						56	35	34	34	21	30	21	16	13	15	
						21	29	31	16	13	16	16	9	13	15	
												77	79	67	68	
				100			99	74	75	66	52	38	66	96	89	
						72	67	21	21	23	84	15	21	13	21	
						14	13	11	12	11	8	7	10	8	9	

Есть конкурентные низкочастотные запросы, есть не конкурентные, но каждый из них в месяц приносит свои 10-20 посетителей, в конечном итоге. Вот пример статистики по нескольким таким запросам.



Естественно, когда полное семантическое ядро будет в ТОПе, это даст эффект ни в сотни посетителей с поисковых систем, а в тысячи и десятки тысяч. На данный момент ядро в небольшой стадии отработки, ввиду недавнего начала работы над ним и проект имеет малую посещаемость с поисковых систем, хотя динамика радует с каждым новым днем все больше и больше.



Разумеется я еще ни раз буду делать выкладки для блога по трафику с поисковых систем. Блог, как и любой информационный проект, должен быть правильно сориентирован - это очень важный момент при работе с трафиком. Чуть выше я писал, насколько важно определить для каждого ключевого слова - свою целевую страницу.

Но есть еще одно важное замечание - для информационных проектов. Речь идет не только о определении ключевых слов, но и о определении ключевых тематик для продвижения. Именно тематики будут являться той, часто низкочастотной составляющей, которая должна быть правильно сегментирована.

Для блога - правильные "направления", это страницы тегов. Допустим на [SEOM.info](http://SEOM.info) есть переводы статей [SEOMoz](http://SEOMoz), а значит есть запрос на это направление, что должен видеть пользователь в результатах поиска и что он видит?

- [SEO - Search Engine Optimization | Tools & Software to Rank Better](#) перевод  
Having access to SEOMoz PRO Tools and Articles is giving me an edge in understanding and applying SEO techniques. Learning from Rand and his team has been the most fulfilling experience for me. It's like having a private course in SEO.  
[www.seomoz.org](http://www.seomoz.org) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
- [SEOMoz \(SEOMoz\) on Twitter](#) перевод  
Get short, timely messages from SEOMoz. Twitter is a rich source of instantly updated information. It's easy to stay updated on an incredibly wide variety of topics. Join today and follow @SEOMoz.  
[twitter.com/SEOMoz](http://twitter.com/SEOMoz) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)
- [SEO с новым взглядом на SEO. Рэнд Фишкин – SEOMoz | SEOM.info](#)  
13 сентября 2009 "Мы хотели приоткрыть завесу таинственности с SEO и поделиться своими знаниями с другими, больше не держать ничего в секрете" - объясняет Рэнд. "Я думаю это именно то что привлекает людей, SEOMoz – это просто кладезь информации.  
[seom.info/2009/09/13/seomoz-rend-fishkin/](http://seom.info/2009/09/13/seomoz-rend-fishkin/) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

В результатах поиска видна лишь одна статья, а не весь спектр, который есть на странице <http://seom.info/tag/seomoz/>

Это типичная ошибка при работе с низкочастотными запросами - не правильное определение "направления", в котором есть подборка материалов. Хотя применительно к моему блогу, это не ошибка, а намеренное действие, [связанное с графиками в панели Яндекс Вебмастер](#).

После переписки с саппортом, я все-таки решил вернуть обратно страницы тегов в индекс, т.к. это будет более полезно для пользователей пришедших с поисковых систем - видеть **подборку материалов**, а не один материал по теме. Только возвращение должно быть осторожным, мне нужна в индексе основная страница с тегом, а не дополнительные страницы с нумерацией, поэтому здесь важно правильно составить файл **robots.txt**, чтобы лишние материалы не мешались в выдаче.

Почему многие оптимизаторы исключают страницы с тегами из индекса - потому, что можно получить санкции от поисковой системы. Но проблема ни в самих страницах, а в контенте, который на них расположен. Если отсутствуют [проблемные вариации с контентом](#), о которых я писал и [даже приводил пример](#), то страницы с тегами не принесут вреда.

Дубль контента - делаете вы, а не страницы, сокращайте посты до анонсов, тогда будет лишь частично дублирующийся контент.

## Поэтому для продвижения информационных ресурсов по низкочастотным запросам нужно:

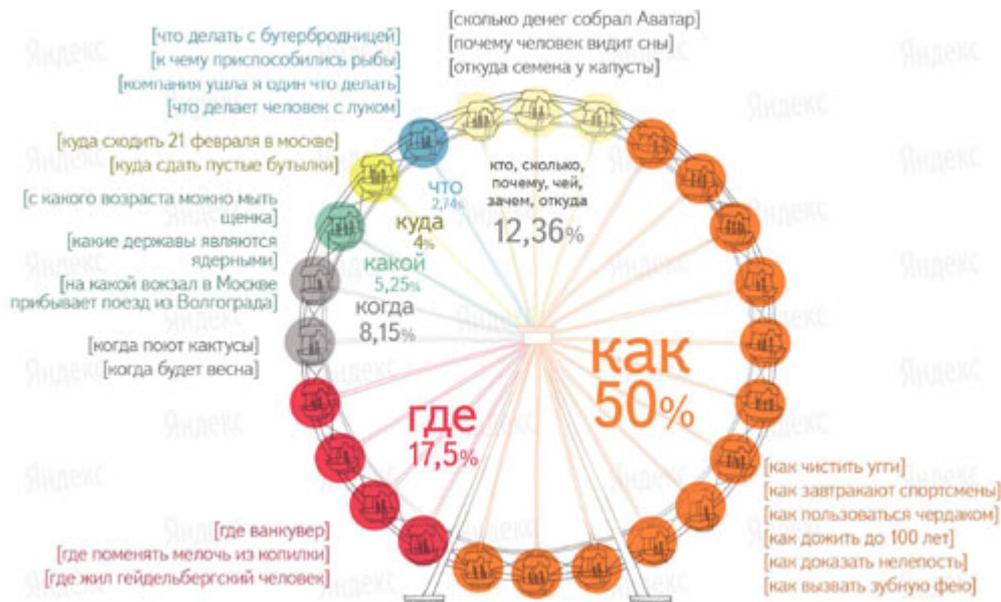
- Решить проблему дублирующегося контента.
- Определить страницы-направления для продвижения конкретной темы.
- Определить целевые страницы для каждого низкочастотного ключевого слова.
- Избавиться от проблемы "конкуренции" страниц-направлений и отдельных страниц с ключевыми словами.

Про [правильный выбор ключевых слов я уже писал](#), но стоит идти глубже и анализировать статистику поисковых систем, а также исследовать материалы, которая предоставляет аналитический отдел поисковых систем.

Допустим в данный момент ко мне на продвижение поступил сайт клиники, которая занимается лечением от наркомании, алкоголизма, ожирения и прочих проблем нынешнего населения земли.

**Какие запросы сразу приходят в голову?** Естественно конкурентные и "лечение наркомании", "лечение алкоголизма", "лечение табакокурения", "эффективное похудение" и т.п. Но двигать их - это время, причем по некоторым запросам, для нового проекта - ощутимые временные затраты.

А теперь посмотрим [на данные яндекса](#), чтобы понять в каком направлении стоит двигаться при [разработке семантического ядра запросов](#).



Ежедневно пользователи задают Яндексу около 100 миллионов запросов. Примерно 3 миллиона из них сформулированы как вопрос — то есть содержат вопросительное слово. Например, [что делать]. Доля таких запросов с каждым годом немного увеличивается — пользователи всё больше общаются с Яндексом как с человеком.

Самые постоянные вопросы к поиску — [как похудеть], [как скачать музыку из контакта] и [что такое любовь]. Их задают каждый день в среднем 6000 раз. В половине всех случаев пользователей интересует «как» и лишь в 1,6% случаев — «зачем»

А значит мы составим ядро запросов с такой вариацией ключевых слов, которые позволят нам получить наибольшее количество целевых переходов с поисковых систем, и в него войдут: "как похудеть", "как бросить пить", "как бросить курить", "легкий способ бросить курить" и т.п.

Если взять полную разработку семантического ядра для этого проекта, то количество запросов под получение целевого трафика превысит 300 запросов. Чего будет достаточно, при вложениях в 200-400\$, для получения трафика в 40-80 тысяч посетителей в месяц!

В данной заметке я привел не так много данных по низкочастотному продвижению сайта, но достаточно важные данные. Чтобы раскрыть всю тему продвижения по низкочастотным запросам - нужно много времени, это отдельная, очень важная, тема достойная отдельного рассмотрения.

Использованы материалы: [Illustrating the Long Tail](#), [Sizing Up the Long Tail of Search](#).

Перевод: [SEOM.info](#) . Комментарии: [MyOST](#).

## Программы для оптимизации и продвижения сайта

[Генадий](#)

### Генадий:

Вот лазил сегодня по всеми любимому интернету и вот что нашел на одном из сайтов! Различного рода программы которые якобы оптимизируют и продвигают ваш сайт, и если я правильно еще и понял делают они это все бесплатно! Но так ли это???

Там даже есть YCCY, бесплатная программа для раскрутки сайта! Все перечислять не буду..

примеры программ:

TrafficWeb - программа для оптимизации и продвижения сайта по низкочастотным поисковым запросам.

YCCY - бесплатная программа для раскрутки сайта.

Жукладочник - Автоматический постинг в социальные закладки.

RE-ACTOR - Сервис для автоматизации работы оптимизатора со ссылками, и так далее..

### hoie:

Это действительно так, оптимизация вашего проекта, его дальнейшее продвижение это трудоемкие процессы, требующие обработки больших объемов разной информации. Обработку можно выполнить и вручную или с помощью специальных программ. Специализированное ПО для оптимизаторов может сэкономить много времени и сил в процессе анализа, оптимизации и продвижения сайта.

Вот примеры платного ПО:

Yazzle

AllSubmitter

Semonitor

Page Promoter

Думаю ознакомиться в интернете с этими продуктами не будет сложно. Удачи в работе:)

### orochimaru6:

Большая часть seo-софта абсолютно бесполезна. Среди программ, позволяющих популяризировать ресурс вообще единицы достойных...

Лично я пользуюсь софтом для анализа.

**Kissme:**

Я пользовался крякнутым AllSubmitter'ом))))))Единственная программа которая нужна в хозяйстве)))Или просто других не находил достойных)..

[Подробнее эту тему вы можете почитать на форуме.](#)

## Семантическое ядро: Ключевые слова

В этом разделе будет рассмотрено все, что связано с составлением семантического ядра и грамотным подбором ключевых слов и фраз.

### Подбор ключевых слов для продвижения сайта

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*



Составление семантического ядра сайта, а иначе говоря подбор ключевых слов для продвижения сайта - это одна из самых важных частей в работе оптимизатора. Переоценить этот этап работ невозможно, ведь это фундамент, который определит будет ли успешным продвижение сайта или нет, успешным как для заказчика, так и для исполнителя.

### Почему множество клиентов разочаровываются в SEO?

Вы никогда об этом не задумывались?

А я могу раскрыть один важный момент, почему это происходит. Причем мы пока даже **не говорим** о ценах на продвижение сайта, не говорим о сроках работ по продвижению, не говорим о достижении или не достижении заветного ТОПа.

Предположим обычную ситуацию, когда в [SEO фирму](#) обратился заказчик, предоставил список [ключевых слов](#) для раскрутки сайта. Фирма добросовестно выполнила желание клиента - **ТОП достигнут**, но почему-то заказчик не доволен результатом. Частично он разочаровывается в SEO и все, на какой-то период времени он уходит из интернета, не продвигает больше это направление.

Одна из самых часто встречающихся причин такого "расстройства" - **не правильный подбор ключевых выражений**, а порой просто **не профессиональное** составление семантического ядра для сайта.

Я решил написать этот пост, после того, как на почту пришел очередной список слов с "подопечным" для продвижения. Сайт компании **продвигают в районе 1 года**, бюджет правда не большой для этой тематики - всего 400 долларов (у предыдущей фирмы был такой бюджет 😊).

Давайте посмотрим на ключевые слова:

Ключевое выражение	Показы
создание фирмы	8036
создание компании	8432
создание ооо	10089
регистрация ооо готовые фирмы	125
регистрация ооо в г. москва	27
регистрация ооо в москве	1303
регистрация фирм ооо	2024
регистрация юридических лиц	35095
перерегистрация ооо	14791
перерегистрация устава ооо	469
регистрация изменений ооо	656
внесение изменений в учредительные документы	3790
изменения в закон об ооо	415
изменения в уставе ооо	1892
изменения ооо 2009	753
регистрация гск	256
<b>ИТОГО:</b>	<b>88153</b>

Часть запросов, естественно не самых интересных для этой тематики, уже в топе, причем **ТОП-5**, но заказчик не доволен видимо, раз ищет другого исполнителя. В табличке сняты данные по [вордстату](#), для каждого слова, сегодня.

Я так полагаю, что фирма "**юридически**" перед заказчиком чиста, чуть позже в постах я еще коснусь темы так называемых **гарантий на продвижение сайтов**, а также тех тонкостей в договоре на продвижение, которые обычно бывают. Полагаю, что и здесь выведен определенный % от общего числа ключевых слов, а значит формально договоренность выполнена.

### Какие ключевые слова вы выкинули бы 100%?

Ну да - 4 и 5 выражение скорее всего, это понятно по статистике показов. А давайте проанализируем дальше и посмотрим, чего точно уж не нужно продвигать, ввиду **достаточно больших затрат на эти слова**, которые можно охарактеризовать как пустышки или просто накрученные запросы.

Небольшие пояснения к колонкам: **Показы** (по данным вордстат), **Словоформа** (по данным вордстат в точной словоформе), **Трафик** (возможный трафик для ТОП-3 при наличии в основных поисковых системах).

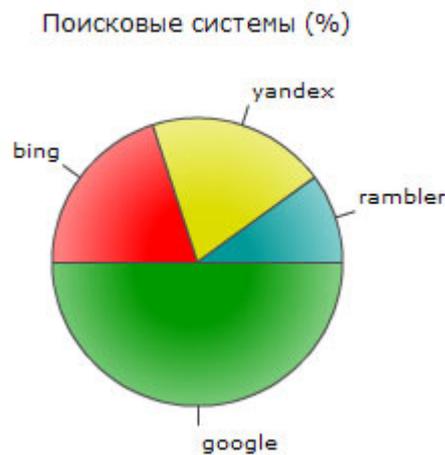
Ключевое выражение	Показы	Словоформа	Трафик
создание фирмы	8036	281	150
создание компании	8432	57	50
создание ооо	10089	704	250
регистрация ооо готовые фирмы	125	76	250
регистрация ооо в г. москва	27	2	0
регистрация ооо в москве	1303	913	200
регистрация фирм ооо	2024	127	50
регистрация юридических лиц	35095	1534	650
перерегистрация ооо	14791	3131	8000
перерегистрация устава ооо	469	13	300
регистрация изменений ооо	656	64	50
внесение изменений в учредительные документы	3790	265	400
изменения в закон об ооо	415	153	800
изменения в уставе ооо	1892	29	1000
изменения ооо 2009	753	13	0
регистрация гск	256	44	0
<b>ИТОГО:</b>	<b>88153</b>	<b>7406</b>	<b>12150</b>

Итак, мы выкидываем из этого списка запросов 100% ключевые выражения: "регистрация гск", "изменения ооо 2009", "регистрация ооо в г. москва", я пометил эти слова красным цветом, это **обычные слова пустышки**, которые многие оптимизаторы включают в ядро запросов под видом низкочастотной составляющей, хотя нужны они для повышения процента выполнения, по договору.

Дальше - пометка желтым цветом, это запросы, которые **на 100% не стоят потраченных на них денег**, т.е. трафик конечно по ним есть, но все-таки это тупо накрученные запросы: "создание компании", "регистрация фирм ооо", "регистрация изменений ооо".

Также из этого списка ключевых слов, в последствии, будут выброшены слова **с явно завышенной стоимостью продвижения**, в соотношении к получаемому трафику. В этой статье я решил не акцентировать на этом внимание, все-таки это уже зависит больше от самого заказчика, кому-то будет не важно, что цена слова будет в разы превышать отдачу от него.

Да, наверно у кого-то возникнет вопрос, почему запрос "изменения в уставе ооо" имеет в реальном выражении всего **29 показов**, но трафик при этом, по прогнозам равен **1 тысяче посетителей**. Здесь нужно взглянуть в структуру этого трафика.



Показы считаем по Яндекс, а доля Яндекса в трафике с этого запроса - не так велика. Плюс ко всему накладывается отпечаток того, что **трафик прогнозируется не по точной словоформе**.

Кстати, еще 1 важный момент - **это точная словоформа**, которую обязательно нужно уточнять, иначе деньги могут быть выброшены на ветер. Почему - я подробнее описал на странице [услуг по продвижению сайтов](#). Выдача по разным вариантам одной ключевой фразы может сильно отличаться, где-то будет трафик, а где-то нет, где-то просто будет чуть меньше.

Что должен понимать заказчик, а точнее что должен учесть оптимизатор при составлении семантического ядра запросов для сайта?

- Нужно определить **точную словоформу** для продвижения запроса.
- Нужно исключить **слова-пустышки** из семантического ядра.
- Нужно исключить **явно накрученные запросы** из списка ключевых слов.
- Нужно вычеркнуть **ключевые слова с неадекватной стоимостью** продвижения.

Если эти правила соблюдены, то останется только **3 вопроса к продвиженцу**, которые можно решить усердной работой, а именно:

- Гарантии при продвижении сайта.
- Стоимость поискового продвижения.
- Сроки продвижения сайта по ключевым запросам.

Как я писал ранее - правильно составленное семантическое ядро способно принести **реальные результаты**, но если этот "фундамент" сделан плохо, то заказчик потратит как деньги, так и время в пустую, а значит и исполнитель останется в минусе, т.к. если заказчик доволен продвижением сайта - это значит одно, вы будете получать свои деньги в течении многих лет 😊

Это всего один шаг в работе над сайтом, мы даже не касались оптимизации сайта, выбора целевой поисковой системы для продвижения, а также [конверсии](#), но это уже в последующих публикациях, если будет интересно читателям.

**Sevab:**

[Также советую посмотреть видеоуроки по подбору ключевых слов.](#)

## Как подбирать ключевые слова для продвижения сайта

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Успех продвижения сайта во многом зависит от правильной стратегии. А стратегия, в свою очередь, зависит от правильно подобранных ключевых слов. Если в самом начале продвижения неверно определиться с ключевыми словами, то можно впустую потратить много времени, сил и средств.



Поэтому я сегодня расскажу о том, как правильно подбирать ключевые слова для продвижения сайта. Есть много сервисов и программ для подбора ключевых слов, но это тема отдельной статьи. Я покажу самый простой способ, который доступен любому, абсолютно бесплатен и одновременно эффективен. К тому же ручной подбор ключевых слов позволит Вам понять суть этого процесса и дальнейшем эти знания будут полезны в продвижении вашего сайта.

Итак, приступим. Я буду рассказывать на примере подбора слов для этого блога - [shakin.ru](http://shakin.ru). Начнем с того, чтобы определить самые общие поисковые запросы. Для этого блога это будут: продвижение сайтов, SEO, веб-дизайн, креатив.

Теперь идем на сервис подбора слов яндекса [Wordstat](http://wordstat.yandex.ru). В поле “Ключевые слова и словосочетания” вводим нужный нам ключевой запрос и жмем кнопку “Подобрать”. Я введу “продвижение сайтов”. В результате видим две колонки.

Сначала обращу ваше внимание на правую колонку. В ней выводятся поисковые запросы, которые пользователи вводят в поисковиках наряду с вашим запросом. То есть яндекс подсказывает вам, какие запросы также можно использовать в дополнение к вашим.

Что еще искали люди, искавшие «продвижение сайтов»:

Слова	Показов в месяц
<a href="#">оптимизация</a>	656620
<a href="#">продвижение</a>	948489
<a href="#">раскрутка</a>	1262352
<a href="#">поисковая оптимизация</a>	185334
<a href="#">поисковое продвижение</a>	152606
<a href="#">раскрутка сайта</a>	1152388
<a href="#">поисковая оптимизация сайта</a>	125867
<a href="#">оптимизация сайта</a>	411475
<a href="#">поддержка сайта</a>	37598

В моем случае к моему запросу “продвижение сайтов” из правой колонки можно взять “оптимизация”, “продвижение”, “раскрутка”, “продвинуть сайт” и т.д. Достаточно кликнуть на этих запросах, и вы увидите список дополнительных ключевых слов для продвижения вашего сайта. Кстати, советую кликать на ссылках колесом мышки - тогда они автоматически будут открываться в новой вкладке браузера. Этот прием работает во всех браузерах, экономит много времени и я его активно использую при серфинге по интернету, очень удобно 🐹.

Вернемся к левой колонке. В верхней части этой колонки мы видим надпись “Что искали со словами “продвижение сайтов” — 809179 показа в месяц.”

Что искали со словами «продвижение сайтов» — 809179 показа в месяц

Слова	Показов в месяц
<a href="#">продвижения сайта</a>	809883
<a href="#">раскрутка продвижение сайта</a>	327157
<a href="#">продвижение поисковых сайтов</a>	135807

Цифры рядом с каждым запросом в результатах подбора дают предварительный прогноз числа показов в месяц, которое вы получите, выбрав этот запрос в качестве ключевого слова. Так, цифра рядом с запросом “продвижение сайтов” обозначает число показов по всем запросам с фразой “продвижение сайтов”, например:

“продвижение сайта яндекс”  
“продвижение сайтов москва”  
“услуги продвижения сайта”  
“качественное продвижение сайта” и т.д.

То есть в левой колонке мы найдем все запросы с фразой “продвижение сайтов”.

Теперь приступим к составлению таблицы excel, такой вариант является самым удобным. Копируем ключевые слова, начиная с первой строки:

Что искали со словами «продвижение сайтов» — 809179 показа в месяц.

Слова	Показов в месяц
продвижения сайта	809883
раскрутка продвижение сайта	327157
продвижение поисковых сайтов	135807
продвижение сайтов seo	119812

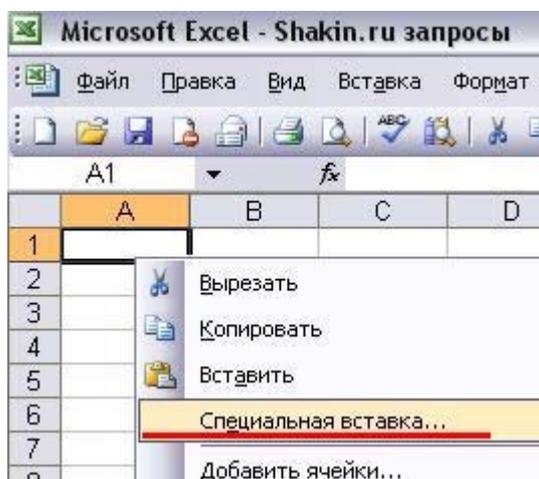
и останавливаемся на последней строчке:

раскрутка сайта реклама продвижение	4902
продвижение сайта контекстное	4799
продвижение сайтов магазина	4608
продвижение сайтов интернет реклама	4558

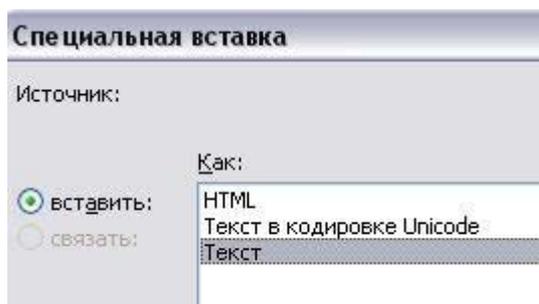
Страницы:

[1] [следующая](#) →

Жмем Ctrl+C (либо “правой мышкой - Копировать”, кому как удобнее), открываем новую таблицу excel и вставляем скопированные запросы. Но не через обычное Ctrl+V или “правой мышкой - Вставить” (в этом случае все вставится в одну ячейку). Кликаем на верхней левой ячейке правой мышкой и выбираем “Специальная вставка”:



И в следующем окне выбираем опцию “Текст”:



Получаем вот такой аккуратный список ключевых слов 🤖:

	А	В
1	продвижения сайта	809883
2	раскрутка продвижение сайта	327157
3	продвижение поисковых сайтов	135807
4	продвижение сайтов seo	119812
5	раскрутка сайтов продвижение seo	104991
6	оптимизация продвижение сайтов	66009
7	раскрутка сайта поисковое продвижение	48938
8	продвижение интернет сайта	37471

Статистика яндекса выдает обобщенные варианты поисковых запросов. Например, вместо “продвижение сайтов” выдает “продвижения сайтов”, вместо “продвижение сайтов в Москве” - “продвижение сайтов Москва” и т.д. Следует это учитывать и использовать естественные варианты фраз.

Для полного списка ключевых слов желательно перейти по всем страницам полученных результатов Вордстата и скопировать данные со всех страниц. Если слов слишком много - наберите достаточное для Вас количество.

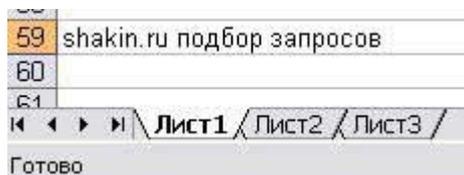
Страницы:

[1] [следующая →](#)

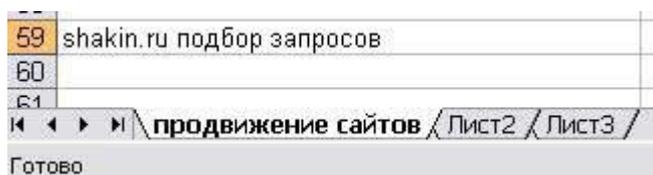
Затем полученные результаты нужно почистить от тех запросов, которые Вам не нужны. Для этого просто кликайте правой мышкой на номерах ненужных строк и выбирайте “Удалить”.

Естественно, что нам нужно собрать ключевые слова и для других тематик нашего сайта, а не только для “продвижение сайтов”. Для этого аналогично вбиваем нужные запросы и собираем полученные ключевые слова для каждого из них. Только я посоветую для каждого основного запроса использовать отдельную вкладку excel. Наверняка большинство читателей знакомы с тем, как сделать новую вкладку. На всякий случай расскажу 😊. После своих [уроков Фотошоп](#) я обожаю писать всякие подробные инструкции с картинками 😊.

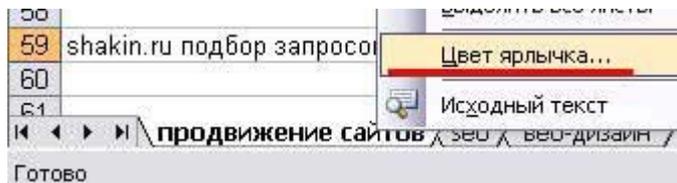
В левом нижнем углу таблицы excel есть ярлычки вкладок:



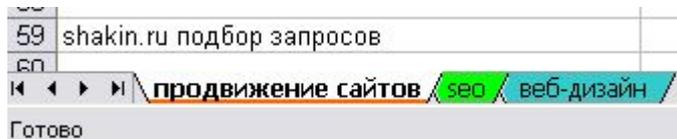
Для удобства дважды кликнем на ярлыке первой вкладки (там, где “Лист 1”) и переименуем его в соответствии с нашим основным ключевиком - “продвижение сайтов”:



Я еще люблю делать разный цвет у ярлычков - когда вкладок много, то так в них легче ориентироваться. Для того, чтобы сделать ярлыки разного цвета, щелкаем по ним правой мышкой, выбираем “Цвет ярлычка” и делаем любой желаемый цвет:



Получается вот такая красота:



Вы также можете воспользоваться другими сервисами подбора ключевых слов:

[Сервис Рамблера](#)

[Сервис Google](#)

[SEparser](#)

Для подбора ключевых слов для проектов на английском будут полезны следующие сервисы:

[Actualkeywords.com/freekeywords](http://Actualkeywords.com/freekeywords) (сервис Димка)

[Webmaster-toolkit](#)

[Digitalpoint.com/tools/suggestion/](http://Digitalpoint.com/tools/suggestion/) (можно искать по странам)

[Freekeywords](#) (выдает топ 100 ключевых слов из Вордтрекера)

Итак, мы собрали все нужные ключевые слова, рассортировали их по вкладкам и почистили. Что дальше?

Дальше нужно определиться, какие ключевые слова мы будем использовать для продвижения главной страницы сайта, а какие - для продвижения внутренними.

Основной принцип такой - чтобы определить, какую страницу своего сайта продвигать под тот или иной поисковый запрос, набираем нужный запрос в поисковиках и смотрим на первые 10 сайтов в поисковой выдаче.

Если в топ 10 есть 2-3 и более внутренних страниц, то в большинстве случаев по этому запросу можно продвигать внутреннюю страницу своего сайта (хотя есть такие жирные сайты, что им ничего не стоит продвинуть внутреннюю, и она будет мощнее главной страницы любого конкурента).

Если в топе сайты представлены в основном главными страницами, то смысла продвигать под этот запрос внутреннюю страницу своего сайта нет - нужна главная. При прочих равных условиях главная страница сайта всегда мощнее любой внутренней.

Во многих случаях главную страницу следует продвигать под 5-10 запросов, внутренние в идеале "одна страница - один запрос". Хотя на практике часто это нереально в виду большого количества поисковых запросов и страниц, поэтому можно продвигать каждую внутреннюю под 3-5 однотипных запросов, которые будут содержать 1-3 одинаковых слова.



Такие запросы, например как:

диеты для похудения, кулинарные рецепты с фото и так дальше

Эти запросы я так же подбираю для разделов и подразделов. Они менее конкурентнее, но так же дают отличный трафик на сайт.

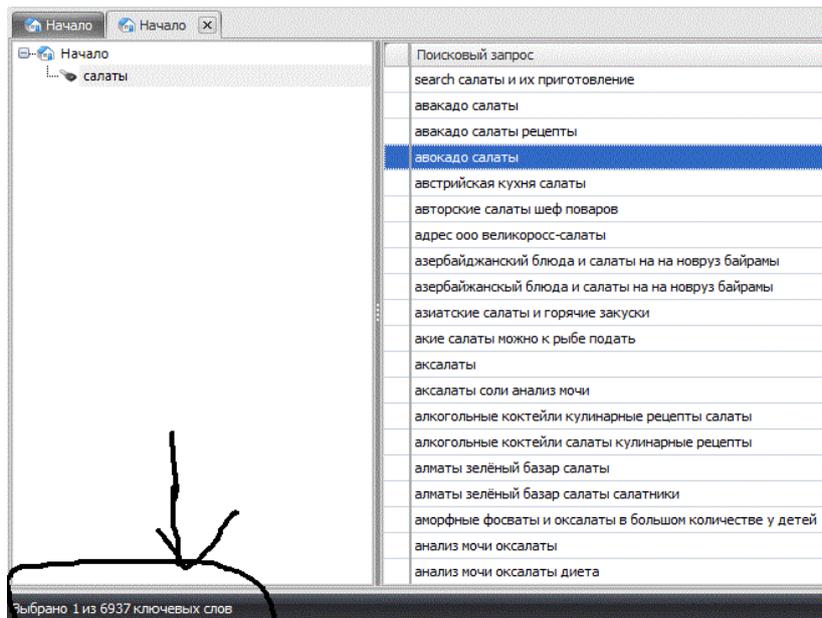
### 3. И наконец-то НЧ (низко частотные запросы)

По этим запросам можно ловить тысячи трафика, но опять же все зависит от количество статей на сайте. При раскрутке сайта продвигать НЧ запроса самый первый этап, но для начала нужно найти хотя бы 500 запросов.

А дальше дать копирайтеру, что бы он затачивал по 1-2 запроса на статью в 1000-3000 символов. При этом, что бы она была интересная для людей и отлично оптимизирована под 1-2 ключевых слова.

Зачастую появляется вопрос – как же подобрать большое количество НЧ запросов?

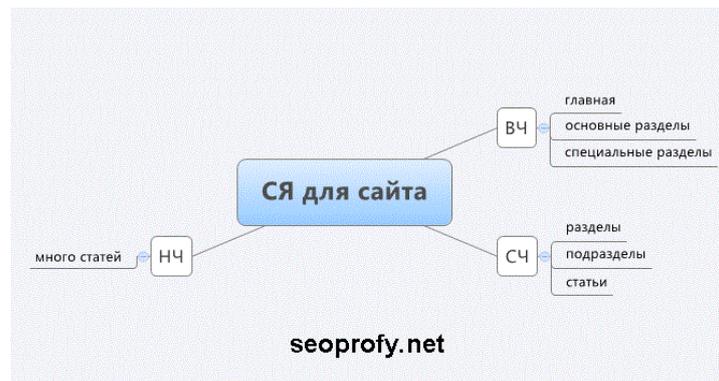
Я использую в этом случае [базу Пастухова](#), отличный инструмент для подбора и составления семантического ядра для сайта.



Например, по запросу салаты нашло **6937 ключевых фраз**, дальше мы отсеиваем ненужные и мусорные этим же инструментом и получаем **500-1000 НЧ запросов** для продвижения.

А дальше все дело за качественным контентом, и его количеством. Чем больше его, тем больше слов вы загоните в топ [поисковых систем](#) и тем больше у вас будет трафика.

Вот решил сделать **карту действий для составления семантического ядра**:



И составить его нужно до [продвижения сайта](#). А дальше расписать план действий, а именно когда и какой раздел пускать в продвижение.

## Под какое количество ключевых слов можно оптимизировать страницу?

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*

Часто приходится слышать этот вопрос, чаще всего его задают предприимчивые интернет маркетологи, и это понятно - создание **и оптимизация** страниц работа не из дешевых, поэтому они хотят сократить свои затраты **путем увеличения ключевых слов** для одной страницы, то есть что бы одна страница продвигалась по большому количеству запросов.



Если мне задают этот вопрос, мой ответ: **"Нет! Я рекомендую оптимизировать страницу только под одно ключевое слово или фразу"**.

Удивлены? И не только вы одни, этот вопрос один из самых актуальных при оптимизации сайта, поэтому и вариантов ответа много.

Но по моему мнению, **оптимизировать страницу нужно только под один запрос или фразу**, хотя под конец оптимизации вы может быть захотите добавить еще один или два ключевика, но начинать продвигать страницу нужно только с одного ключевика.

## **Нельзя оптимизировать страницу под один запрос, не имея на ней других близких по тематике слов.**

Это нормально, но нужно понимать, что **только одно слово** может быть главным, вокруг него все "вращается".

Эта концепция поможет вам наиболее эффективно продвинуть свой сайт в поисковых системах.

Естественно, иногда вы имеете несколько ключевых слов которые имеют одно и то же значение. Я не вижу ничего плохого в том если на странице есть ключевик "НДС" и "налог на добавленную стоимость".

Аналогично со словами "диван" и "софа". Нет никакой разницы между аудиторией которая пришла по тому или иному слову. Более того - **использование синонимов на странице поможет вам сэкономить время.**

Но если посмотреть на это по другому, скажем так, люди которые в строке поиска набирают "винда" - это преимущественно молодые люди, в то время как поисковый запрос "операционная система windows" более популярен среди людей постарше.

Получается, что **есть две разные группы поисковой аудитории под один и тот же запрос.**

Тогда наверное есть смысл создать две разные страницы что бы они соответствовали "своей" аудитории и со "своим" ключевым словом.

**MyOST:** это очень важный момент в оптимизации коммерческого сайта, на нем следует заострить внимание. Есть официальный язык, есть язык жаргонный, их нужно разделять. Можно официальным языком продавать, а жаргонным собирать трафик, две эти страницы будут иметь разную аудиторию по целям, соответственно один запрос будет продающим, а второй трафикогенерирующим (на примере винды и ОС, если говорить, хотя ни тот ни другой запросы реально не продающие, но на их примере можно рассказать о чем речь).

Я знаю что есть некоторые оптимизаторы которые просто превращают страницы в свалку различных ключевиков, например "виндоуз" и "винда", и "операционка windows", и "операционная система windows", и еще много других, на что только способна фантазия.

Даже если принять во внимание, что все эти запросы означают одно и то же, такая страница не будет высоко ранжироваться в поисковиках ни по одному из них.

**Запомните**, ваша страница это не географическая карта где ищут много названий, ваша страница - это карта на которой должен быть обозначен только один город, образно говоря.

Концепция использования нескольких ключевых слов на странице подходит для продвижения по низкоконкурентным запросам, тогда у вас есть все шансы, что ваша страница по этим запросам попадет в топ.

Но по высококонкурентным запросам это будет крайне сложно. Вы можете использовать другие ключевые слова как второстепенные для этой страницы, выбрать один который будет главным и все усилия по продвижению этой страницы будут вокруг него, и несколько других для "усиления" главного поискового запроса.

Если поисковик видит, что ваша страница оптимизирована (т.е. в глазах поисковика это будет как тематическая направленность страницы) под несколько не соответствующих друг другу по смыслу запросов, тогда это может вызвать у него противоречия касательно того, о чем ваша страница, соответственно она будет плохо ранжироваться по всем этим запросам, особенно если они высококонкурентные.

Наверное прочитав это, вы сидите себе и думаете:

**"Неужели это означает, что мне придется теперь создать МНОГО страниц?"**

**Бинго! Да, именно так.**

Да, я прекрасно понимаю что это займет много усилий и времени. Поэтому, начните с тех страниц которые самые важные для вашего сайта.

И каждую неделю делайте по несколько новых страниц, тем самым персонализируя каждую страницу под ее ключевик.

Постепенно вы сможете сделать большой охват поисковой аудитории через большое количество страниц персонифицированных под отдельные поисковые запросы.

Я знаю что много SEO-специалистов не разделяют мою точку зрения на этот вопрос. Более того, некоторые из моих знакомых сео-специалистов, которых по праву можно назвать профессионалами, выразили недоумение и сказали, что страницу можно легко оптимизировать под несколько ключевых слов.

Все же я твердо верю что, лучше иметь несколько страниц под отдельные запросы чем одну под несколько запросов.

Хотя бы с той точки зрения, что если ваша страница по каким-то причинам выпадет из индекса, или что-то с ней случится, тогда ущерб для поисковой видимости вашего сайта будет в несколько раз ниже.

Источник: [How Many Search Keywords Can I Target Per Page?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Картинка: [Lenusk@](#)

## Классификация вхождений ключевых слов

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

При написании контента (например, статьи) автор отталкивается от какой-то темы, посвящает статью определенной тематике. В области SEO (поисковой оптимизации) тематика контента задается ключевыми словами, чтобы в дальнейшем люди могли находить эту статью, используя поисковые системы, когда вводят в них эти самые ключевые фразы. Контентом могут быть не только статьи, но и любая, в данном случае, текстовая составляющая документа, отображаемая в нём читателю.

В данной работе осуществлена попытка классифицировать виды вхождений ключевых фраз в какой-либо текстовый контент (например, в статью или её заголовок). Классификация вхождений, с одной стороны, поможет избежать путаницы при использовании терминов и, с другой стороны, позволит в дальнейшем определить для каждого вида вхождения свои свойства и роль в оптимизации.

### Виды вхождений ключевых слов в контент

Ниже выделены 10-ть видов вхождений, многие из которых вам должны быть знакомы.

#### 1. Точное вхождение

Ключевая фраза встречается в тексте в неизменном (заданном) виде. Например, для фразы “брачное агентство” точное вхождение будет иметь вид:

**брачное агентство**

## 2. Чистое вхождение

То же самое, что и точное. Подразумевает такое вхождение ключевых фраз, при котором не встречаются различные знаки препинания между ними. Например, в следующем тексте, ключевая фраза “nokia купить” имеет одно чистое вхождение.

У официальных представителей **Nokia купить** телефон надежнее, чем у других продавцов.

Точные вхождения всегда чистые.

## 3. Прямое вхождение

Почти то же самое, что и точное, за исключением того, что оно не чистое, то есть между ключевыми фразами могут встречаться некоторые знаки препинания. Как пример, в следующем тексте ключевая фраза “nokia купить” имеет прямое вхождение, но при этом не точное, так как использована не в заданном виде.

Телефоны **Nokia, купить** которые можно у нас, пользуются большим спросом.

Часто прямые вхождения для “неестественных ключевых запросов” выглядят более естественно в тексте, чем точные.

## 4. Разбавленное вхождение

Фраза разбавлена дополнительными словами. При этом однословник (однословный запрос) разбавить в контенте нельзя. Рассмотрим этот вид вхождения на примере ключевого слова “пакеты оптом”.

Приобретайте наши **пакеты полиэтиленовые оптом** и в розницу.  
Каждый месяц мы покупаем **пакеты для мусора, оптом** брать не хотим.

Для однословных запросов разбавленное, прямое, чистое и точное вхождения совпадают.

## 5. Морфологическое вхождение

Одно или несколько слов из ключевой фразы изменены по форме с помощью склонения или спряжения. Ниже представлен пример морфологического вхождения в текст ключевой фразы “доставка грузов”.

Как **доставить груз** в пункт назначения как можно быстрее?  
Срочная **доставка груза** позволяет сохранить качество скоропортящейся продукции.

Чем больше слов в ключевой фразе, тем больше имеется вариантов возможных их морфологических изменений.

## 6. Морфологическое разбавленное вхождение

Говорит само за себя. Означает изменение формы слов (склонение, спряжение) с их последующим разбавлением дополнительными словами. Для ключевой фразы “доставка грузов” можно привести пример:

Курьерская служба обеспечит **доставку документов и выдачу грузов**.

## 7. Синонимическое вхождение

Одно или несколько слов из ключевой фразы заменяются синонимами, жаргонами, сокращениями или аббревиатурами. Например, для ключевой фразы “сотовый телефон” синонимическим будет вхождение “мобильный телефон” или просто “мобилка”, “сотовик”.

Пример с сокращением для ключевого запроса “домен рф”:

В ближайшее время вы сможете зарегистрировать **домен Российской Федерации**.

Синонимическое вхождение может быть разбавленным.

## 8. Вхождение с опечаткой

В одном или нескольких словах используется опечатка. Например, ключевая фраза “брачное агентство” войдет в следующий текст с опечаткой.

Лучшее **брачное агенство** в городе.

## 9. Обратное вхождение

Слова в ключевой фразе меняются местами. Например, для запроса “Nokia купить” обратным будет вхождение “купить Nokia”. То же самое для многословных ключевых фраз, например, “брачные агентства москва”:

Город красивых женщин – это **Москва. Брачные агентства** здесь помогают женщинам избавиться от одиночества.

## 10. Сложное вхождение

Совокупность нескольких из вышеперечисленных преобразований. Например, для ключевой фразы “пакеты оптом” сложным вхождением будет:

**Оптовые заказы пакетов** принимаются только при заполнении бланка-заявки!

В данном случае использованы такие преобразования, как: разбавление, перестановка, изменение формы. То есть в тексте примера присутствует разбавленное, обратное морфологическое вхождение.

## Контент вашего ресурса

В этом разделе обсуждаем методы наполнения сайтов качественным контентом (содержимым), а также его влияние на ранжирование в поисковых системах.

### Ультиматум сайту: контент или конец

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

Время от времени, когда я обсуждаю поиск и социальные сети для получения новых покупателей и достижения других задач, все сходится к контенту.

Большинство компаний понимают необходимость быть в сети и иметь свой сайт. Для некоторых, [создание сайта](#) и его наполнение — это разовое событие. Бюджеты урезанные и **такие компании не желают тратить деньги.**

Для большинства компаний обновления сайта и контента очень редки: выпуск нового продукта и т. д. Владельцы сайта довольны сайтом, а управляющие тем, что не приходится регулярно следить за ним. IT персонал делает минимум для поддержания сайта (что обычно означает шаблонизацию сайта). По существу, такие типы сайтов "мертвые", когда дело доходит до [поискового продвижения](#).

Когда дело доходит до того, что нужен новый контент, большинство владельцев сайтов **смотрят негативно на эти идеи**, т. к. в это нужно вкладывать средства. Или они иногда обращаются к дешевым сервисам, которые не приносят никакого эффекта.

Для многих компаний очень трудно перейти от "мертвого" сайта к постоянно обновляемому, но это заставляет делать требования покупателей и действия конкурентов.

Когда маркетолог компании говорит, что у нас нет ничего нового для добавления — **это смертельный приговор для сайта.**

Бизнес, который напрямую связан с тесной работой с нуждами клиентов, требует времени для понятия проблем и их решения, поэтому он требует постоянного обновления контента — свежей информации для клиентов.

Если человек, ответственный за успех корпоративного сайта не имеет желания или умений перейти к активному развитию контента, то есть несколько вариантов: нанять человека, который этим займется либо обучит кого-нибудь из существующего персонала. Либо оставить все как есть. Трафик будет сокращаться, **потеря позиций ключевых слов и конец.**

Вступая в споры, в результате большинство владельцев бизнес сайтов соглашаются, что создание и продвижение контента стоит того. Чем полезнее уже опубликованные страницы, тем больше шансов, что они принесут бэклинки и улучшат позиции в поисковиках. В дополнение, увеличение поискового трафика означает увеличение объемов анализа и создание нового контента, который больше подходит запросам пользователей в связи с данными анализа.

Эффект от такой работы вы не увидите на следующее утро. Нужно время на составление плана, обучение и немного везения.

## Насколько плохи должны быть дела компании для перемен?

Активные компании, которые видят упадок естественного поискового трафика, сразу же пересматривают их текущую стратегию продвижения в интернете. Задайте себе несколько вопросов:

- Когда создание и продвижение контента целесообразно?
- Вы уверены, что контент, который вы создаете принесет максимальный результат?
- Какие объемы контента нужны?
- Как вы будете управляете контентом?
- Как будете продвигать?
- Каково будет форматирование контента, чтобы сделать его как можно более действенным и продуктивным?
- Определяете ли вы взаимодействия покупателей с контентом на и за пределами сайта?
- Как узнать [какой контент дает желаемый результат, а какой не работает совсем?](#)
- Как несколько отделов могут создать качественный рабочий контент?
- Как вы определяете стратегии развития контента ваших конкурентов?
- Какие стратегии создания и продвижения контента наиболее эффективны и конкурентоспособны?

Я так же призываю компании, которые запускают новые сайты, по-новому взглянуть на веб маркетинг контента. Не рекомендуется полностью делать сайт на Flash – это может стать камнем преткновения с точки зрения SEO.

Изучите вашу нишу и определите наиболее популярную структуру контента, темы и состав аудитории.

- Что избавит вас от конкуренции?
- Какие вложения вы можете сделать в продвижение контента, чтобы ваши затраты легко окупались?
- Какие технологии помогут вам в создании контента, управлении и его продвижения для достижения максимального результата?

Конечно, стоит ответить и на главные вопросы:

- Как ваша компания и сайт реализуют поставленные задачи?
- Сайт вашей компании "мертвый"?
- По каким причинам вы избегаете перемен?

[MyOST](#): Да, многие наверно скажут, для рунета это не применимо. Не возможно писать контент для очень многих тематик. Например продажа какого-либо оборудования, это ведь обычные технические параметры, что там можно написать?

Можно и даже нужно! Вы продаете сотовые телефоны - делайте обзоры!



Контент - это не только [текстовое содержание сайта](#), но и фотографии и видео. Сотовик - яркий пример, когда к многим моделям телефонов делается качественный обзор, который приносит не только бэклинки, но и тематический трафик, который можно конвертировать в продажи. С одной стороны довольно простой, с другой стороны - трудоемкий путь от простого магазина к тематическому portalу.

Ибо такой подход к работе, когда **генеральный директор интересуется всеми тонкостями**, можно пожелать каждой фирме, которая планирует действительно развитие бизнеса. На сайтах компании не только описания услуги, но и [аналитика](#), которую пишут не рерайтеры или копирайтеры, а профессионалы, порой даже директора!

Действительно, очень просто заказать работу копирайтеру, а не сделать ее самому, но в некоторых видах бизнеса **качественный материал могут написать только владельцы** или люди полностью в него погруженные.

У меня несколько клиентов в медицинской тематике - **меня к контенту даже не подпускают**, даже на "незначительные" изменения, т.к. тематика требует именно профессиональных текстов, а моя задача лишь адаптировать конечный материал и "насытить" его правильными запросами, в том числе и кучей [низкочастотной составляющей](#).

У вас небольшой бизнес по продаже б/у автомобилей? О чем тут можно писать? Какой контент нужен пользователям? - пользователям нужны [реальные фотографии](#), **реальные данные** о состоянии узлов автомобиля, **детальные фотографии** о повреждениях и экспертная оценка. Т.Е. нужно всего лишь взять цифровик и потратить 10-20 минут на то, чтобы у каждого автомобиля появились СВОИ фотографии.

Некоторые компании, наконец-то, взяли принцип работы американских и японских аукционов, где у каждой б/у машины есть детальный паспорт:



Аукционный лист - это детальная информация о автомобиле. Часть компаний додумались не только скан листа выкладывать, но и **фотать эти повреждения**. Если в листе указан скол на капоте авто - его фотографируют и выкладывают, ведь это совсем не сложно!

В конце концов, если у вашей фирмы нет достаточных финансовых возможностей - посмотрите что могут сделать всего несколько человек, у которых есть видео камера:



**Братья Генделевы** делают свои обзоры авто, на том уровне, на котором могут, но это авторский контент, который по любому будет популярен.

Все слова вроде "нашему бизнесу это не подходит" - это отмазки. Либо вы делаете качественный сайт с качественным контентом, либо сайт умирает.

Судите сами - кому в ТОПе нужен сайт-визитка? Какая полезная информация там может содержаться? Сотни и тысячи фирм выкладывают аналогичные сайты в сеть, по сути с "рерайтом" услуг. Дак попробуйте отличаться от них в выгодную сторону!

Попробуйте оторвать жопу от уютного офисного кресла и займитесь делом, займитесь наполнением своего сайта!

На данный момент я стараюсь не брать [в продвижение сайты](#), владельцы которых не готовы вкладываться в контент. Без развития сайта - этому бизнесу делать в интернете нечего.

Источник: [A Challenge: Content or Die](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Комментарии: [MyOST](#)

## Причины, по которым посетители покидают ваш сайт new

*Автор: [Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#)*

Что мотивирует людей нажимать кнопку "назад" при посещении вашего сайта? Почему они уходят так быстро и что можно предпринять в этом случае? Об этом [пишет Крис Лэйк](#) (Chris Lake) в блоге [econsultancy.com](#). Ниже приведён перевод этой замечательной заметки. Некоторые высказывания Криса могут показаться весьма дерзкими, однако, он хорошо показал отношение рядового пользователя к некоторым нюансам на сайтах.

Итак, **25 причин, по которым Крис Лэйк уйдёт с вашего сайта за 10 секунд**

После раздумий я понял, что существует намного больше негативных факторов, чем кажется на первый взгляд. По отдельности, некоторых факторов может быть недостаточно для того, чтобы посетитель ушёл с сайта, однако, в совокупности они оказывают очень плохое влияние.

Не так просто создать посетителю комфортные условия, каждый из сайтов имеет какие-то свои особенности. Однако, обратите внимание на те негативные факторы, которых можно избежать на сайте, устранить их, чтобы задержать посетителя и получить больше доверия.

Начнём с наиболее ужасных :)

## **1. Музыка на сайте.**

Она сводит с ума. Когда я захожу на сайт и сразу же подвергаюсь нежелательной какофонии неприятной музыки, я ухожу с него немедленно. Такие сайты очень сильно раздражают.

## **2. Попапы (всплывающая реклама).**

До сих пор встречаются на сайтах. Если вы хотите завалить меня попапами, то я пожалуй уйду. Чем быстрее вы мне покажете попап, тем быстрее я уйду. То есть, я отношусь ещё более-менее толерантно к попапам, которые появляются через 30-60 секунд, если контент при этом меня заинтересовал.

## **3. Баннер-заставка**

Я больше не посещаю Forbes ([www.forbes.com](http://www.forbes.com)), так как они любят баннеры-заставки. Информационная неделя должна быть переименована в заставочную неделю. Никто не любит ждать. Когда я кликаю на ссылку, то планирую сразу перейти к странице, а не перебрасываться на другую с огромной рекламой.

## **4. Пейджинг (постраничная навигация)**

Вы действительно хотите, чтобы я загружал 10 страниц для просмотра 10 изображений с коротким описанием или для прочтения списка топ10 на 10-ти страницах, если это можно прекрасно поместить на одной? Пейджинг это дешёвый трюк для увеличения количества показов рекламных блоков на сайте, это единственная причина, для чего просмотр информации делают таким неудобным.

## **5. Медленная загрузка страниц**

Не заставляйте меня ждать! У меня дорогой Интернет и очень плохо, когда ваши медленные страницы создают мне неприятности. Если мне, действительно, нужно посетить ваш сайт, я конечно же подожду, но если я зашел из любопытства, то скорей всего быстро покину его.

## **6. Реклама загружается раньше контента**

Это также плохо, как и медленная загрузка. Некоторые вебмастера размещают очень много рекламы перед контентом, таким образом, пока не загрузится первое, не загрузится и второе. Медленные рекламные сервера замедляют работу сайта. Вебмастера должны об этом знать.

## **7. Плохая навигация**

Плохо организованная навигация это один из смертных грехов, который вы можете заработать как веб-профессионал. Навигация должна быть интуитивно понятной, наглядной и простой. Навигацию на флеше делают самые страшные грешники.

## **8. Неописательные страницы и ссылки**

Я всего лишь хочу получить ответ на свой вопрос. Если мне не удаётся найти это просто и быстро, тогда я буду искать в другом месте. Ваша работа – помогать людям выискивать нужную им информацию. Как раз здесь нужен анализ и оптимизация.

## **9. Отсутствие ключевой информации**

Недавно я посетил сайт гостиницы Noxton для поиска стоимости жилья. После нескольких минут выискивания я понял, что никаких данных о стоимости комнат нет. Это поразительно. Только после бронирования комнаты можно получить её стоимость. Я перешёл на сайт гостиницы Zetter, по крайней мере тут имеется всё нужное для меня.

## **10. Требование немедленной регистрации**

Зачем? Почему сейчас? Может сначала подразнить меня чем-нибудь? Время это всё!

## **11. Много сверкающей ерунды**

Терпеть сверкающий свет можно только в ночном клубе. Да, он может привлечь внимание, но не то, которое вы ожидаете. Эти элементы, наверняка, сделаны в отчаянии завоевать хоть какое-то внимание и при этом очень раздражают. Есть только одно исключение из правил – если была специально выбрана эта тема оформления сайта посетителем.

## **12. Опечатки**

Опечатки и неграмотное письмо не дадут посетителю правильных сигналов.

## **13. Плохие шрифты**

Ни один здравомыслящий человек не покинет сайт непосредственно из-за эстетики шрифтов, но плохие варианты скажут лишь о том, что вы не прилагаете усилий. Таким образом, в совокупности с другими факторами, это плохо повлияет на опыт посетителя.

## **14. Узкие сайты**

Существуют сайты, разработанные для мониторов с разрешением 800x600 пикселей, которые меня огорчают. А вас разве нет?

## **15. Выравнивание страницы по левому краю**

Не могу объяснить почему, но сайты, которые выровнены по левому краю, а не по центру – это примерно 2002-ой год. Мне кажется это плохой особенностью.

## **16. Сайты-клоны**

Конечно, мне больше нравится стандартизация (например, чтобы возле корзины в интернет-магазинах была расположена ссылка на инструкцию), но это не значит, что дизайн нужно копировать с других сайтов. Кто хочет получить звание подражателя?

## **17. Устаревшая информация на главной странице**

Мне нравится видеть секцию новостей или блога на главной странице. Заголовков и дат было бы достаточно. Если последние “новости” были опубликованы в январе 2004-го, то я долго ещё не вернусь на этот сайт.

## 18. Мало пояснений

Когда я посещаю сайт впервые, я должен быть осведомлен в течение нескольких секунд о том, что это за компания и чем она занимается. Иногда я чешу затылок несколько минут. Опишите коротко и ясно на русском (в оригинале, английском) языке что это за сайт.

## 19. Жаргон

Я склоняюсь к тому мнению, что вам надо направить свои усилия туда, где не светит Солнце.

## 20. Проблемы с вёрсткой

Постоянно анализируйте сайт! Определите, какие браузеры больше всего используют посетители. В некоторых браузерах ваша вёрстка может сильно “поехать”.

## 21. Флеш

На мой взгляд flash-сайты это глупо, даже без других недостатков. Терпелив я лишь в исключительных случаях.

## 22. Нет страницы “О нас”

Многие сайты избегают страниц типа “о нас” по непонятным причинам. Иногда я посещаю сайт просто для того, чтобы узнать больше о компании и если такой страницы нет, то я теряю меньше, чем вы.

## 23. Сайты, содержащие только видео-ролики

Использовать видео для рассказа о своей компании или о специфических продуктах и сервисах хорошо для стартапа. Если у меня есть время и желание, возможно я посмотрю пару минут, но лучше, чтобы была текстовая версия (также это хорошо для seo).

## 24. Скучно и непрофессионально

В некоторых сайтах нет живости, нет личности и они одинаково скучны. Другие же очень отдалены от того, что от них ожидают. На обоих сайтах будут большие показатели отказов.

## 25. Страницы с плохим контрастом

Плохая цветовая схема сайта может затруднить чтение текста. И если ты не можешь ничего увидеть, то маловероятно, что останешься читать.

Имеется также много других факторов, почему люди уходят с сайта прежде чем они его действительно посетили.

## Usability для интернет магазина

*[Автор: Ryar](#)*

**Ryar:**

По [просьбе bumer](#) написал статью о usability для интернет магазина.

В статье использовались материалы мини книги Петра Понамарева [Usability чеклист Вашего магазина](#) и собственные наблюдения.

Для удобства чтения материал разбит на восемь частей, охватывающие все процессы в интернет магазине.

### **Часть первая. Общие принципы для всего магазина.**

- Логотип магазина.  
Всегда должен находиться в верхней части страницы, в одном и том же месте и быть хорошо заметным. На всех страницах, кроме главной, логотип является ссылкой на главную страницу.
- Номер телефона.  
Всегда находится всегда в одном и том же месте на страничке;  
Номер телефона указывается с кодом города;  
Хорошо заметен в первые несколько секунд просмотра страницы;  
Возле телефона всегда должна быть ссылка «закажите обратный звонок»;
- Поиск по сайту.  
Форма поиска находится в верхней части страницы, в шапке или боковой колонке;  
Форма хорошо заметна даже при беглом просмотре страницы;  
Возле формы поиска есть ссылка на расширенный поиск;  
Кнопка «найти» должна присутствовать обязательно;
- Основной фон магазина белый или светлый. Цвет шрифта контрастен фону.
- Все ссылки в контенте магазина подчеркнуты. Критично важные ссылки имеют всплывающие подсказки.
- Все изображения в магазине должны иметь тег alt
- Не используйте скрипты изменяющее вид курсора, не используйте скрипты типа «падающий снег», всплывающие без ведома пользователя окна и баннеры.
- Страница ошибки 404 должна выполнена в дизайне магазина и содержит ссылки на основные разделы магазина, карту сайта и форму поиска.
- Сайт должен корректно отображаться во всех популярных браузерах и иметь версию для мобильных телефонов.

### **Часть вторая. Базовая навигация магазина.**

- Меню каталога товаров всегда расположено вертикально;
- Вложенные пункты меню товаров должны отображаться без перезагрузки страницы;
- Меню каталога товаров должно иметь не более 8 пунктов.
- Пункты меню каталога товаров должны быть отсортированы либо по алфавиту, либо по группам товара.
- Меню каталога товаров должно содержать виртуальные категории «новинки», «распродажи», «лучшие товары» В которых товары подобраны по какому либо принципу.
- Навигация магазина расположена горизонтально.
- Для всех страниц магазина используются «хлебные крошки».
- Текущий пункт меню всегда выделен.
- Ссылки на страницы «варианты оплаты», «способы доставки», «ЧаВо», «Контактная информация» должны обязательно присутствовать.

### **Часть третья. Корзина.**

- Бокс корзины должен находиться на всех страницах магазина всегда в одном и том же месте.

- Бокс корзины должен быть заметен при первых трех секундах просмотра сайта.
- В боксе корзины, когда корзина пуста, может присутствовать информация о распродажах, акциях и специальных предложениях.
- При добавлении товара в корзину, по нажатию кнопки «купить» появляется сообщение о том, что товар в корзину добавлен.
- В боксе корзины при добавлении товара, происходит видимое изменение.
- В боксе корзины, всегда выводится список добавленного туда товара, с ценами, возможностью редактировать кол-ва товара и ссылкой «оформить заказ».

### **Страница корзины.**

- Страница корзины не содержит каталога товаров.
- Страница корзины не содержит рекламных баннеров, спец. предложений.
- На странице корзины отсутствует анимация.
- Для страницы корзины используется более крупный шрифт, чем на сайте
- На странице корзины есть информация о доставке.
- На странице корзины есть информация о том, как сделать заказ по телефону.
- На странице корзины есть информация о том, как задать вопросы или связаться с менеджером магазина.
- На странице корзины должна быть кнопка «вернуться к покупкам»
- Страница корзины работоспособна при выключенном JavaScript.
- Информация о скидках, бонусах и подарках считается автоматически в корзине и не требует от пользователя никаких дополнительных действий.

### **Часть четвертая. Процесс оформления заказа.**

- Оформление заказа должно происходить только на одной странице.
- Оформление заказа не должно прерываться, если пользователь не зарегистрирован.
- Не зарегистрированным пользователям для оформления заказа требуется указать только e-mail и номер телефона.
- В процессе оформления заказа предлагается несколько вариантов доставки.
- В процессе оформления заказа указывается максимум вариантов оплаты.
- По нажатию на кнопку «оформить заказ», покупателю показывается страница с информацией об успешно отправленном заказе и словами благодарности.
- По факту оформления заказа покупателю отправляется e-mail с благодарностями, подробным списком заказанных товаров, регистрационными данными, указанием выбранного способа оплаты и доставки, контактными телефонами менеджеров.
- Время реакции менеджера магазина на заказ не должно превышать 5 минут.

### **Часть пятая. Главная страница магазина.**

- Главная страница магазина должна содержать осмысленный заголовок магазина.
- Главная страница содержит краткий текст «о магазине», построенный на выгодах и (или) Уникальном Торговом Предложении (УТП)
- Главная страница содержит как минимум одно конкретное предложение о покупке товара.
- Главная страница содержит заметную ссылку на предложение помощи по выбору товара и оформлению заказа.
- Пункты меню оплата и доставка должны быть легконаходимы из любой точки страницы
- Главная страница не должна содержать рор-уп баннеров и всплывающих окон.
- Главная страница не должна содержать никаких звуков запускаемых без действий пользователя

- Главная страница содержит подробную контактную информацию (номер телефона, адрес, e-mail, ссылка на форму обратной связи и подробную контактную информацию). Необходимо давать ссылку на страницу с сертификатами товара.
- Если у вас есть офис или реальный магазин, на главной необходимо разместить информацию о магазине, с фотографией и ссылкой на карту проезда.
- Информационные сервисы (подписка, форма регистрация) должны находиться в верхней части экрана.

### **Часть шестая. Карточка товара.**

- Карточка товара содержит хорошо заметный заголовок - название товара.
- Для каждого товара должно существовать описание товара, написанное человеческим языком.
- Присутствуют технические характеристики.
- В технических характеристиках обязательно должны быть указаны вес товара, и размеры в упаковке.
- Обязательно должна быть указана цена товара за единицу.
- Цена товара должна быть хорошо заметна.
- Кнопка «купить» или «положить в корзину» должна быть хорошо заметна.
- Для каждого товара должна быть фотография.
- Дополнительные фотографии товара должны показывать товар со всех сторон, желательно фото товара в запакованном виде. Для некоторых товаров, размеры которых сложно определить визуально, нужно использовать фотографию с линейкой.
- На карточке товара отсутствует отвлекающие элементы (новости, реклама)
- Для разделения содержимого можно использовать вкладки.
- Для каждого товара должны быть определены «сопутствующие товары» с возможностью добавить в корзину вместе с основным товаром.

### **Часть седьмая. Каталог товаров.**

- Страница раздела и подраздела содержит: заголовок, краткое описание, список товаров с фильтрами.
- Пользователь должен иметь возможность сортировать товар в категории.
- Блок товара как минимум содержит: название товара, изображение товара, краткое описание товара, цену товара, значки и иконки акций и скидок, кнопку «купить» или «добавить в корзину».
- В разделах и подразделах содержатся ссылки на популярные разделы.
- Существует как минимум два альтернативных способа навигации по каталогу.

### **Часть восьмая. Регистрация.**

- Пользователю объясняется выгода регистрации. Текст, объясняющий выгоду, может находиться либо рядом с кнопкой «зарегистрироваться», либо на странице регистрации перед формой ввода данных.
- При ошибке в вводе данных ошибочный пункт выделяется цветом и текстовым сообщением.
- При ошибке ввода данных, форма не перегружается и введенные данные не нужно вводить повторно.
- При регистрации нужно спросить согласие на получение рассылки от магазина.

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

## Usability тестирование своими силами new

[Автор: Ryar](#)

### **Ryar:**

В продолжение предыдущей темы, расскажу о том, **как просто и практически без затрат** провести качественное Usability тестирование вашего сайта своими силами.

### **Для этого Вам понадобятся:**

1. Свободное помещение.
2. Компьютер или ноутбук.
3. Видеокамера или фотоаппарат с возможностью записи видео и звука. В процессе тестирования мы будем записывать на камеру действия пользователя на мониторе и его комментарии.
4. 5 человек, которые будут работать тестерами.
5. Блокнот для заметок.

### **Особенности подбора тестеров.**

Перед началом тестирования убедитесь, что все тестеры знают как пользоваться интернетом, и имеют некий опыт.

В идеале было бы здорово, что бы тестеры были из целевой аудитории вашего сайта.

### **Определяем цели.**

Определимся, что именно мы будем тестировать.

Если это магазин, то нам интересно будет выяснить следующие моменты:

1. Все ли понятно покупателям в процессе поиска и выбора товара
2. Понятен ли процесс оформления заказа
3. Понятна ли процедура оплаты товара
4. Насколько удобно пользоваться поиском по магазину.

### **Определение задач.**

На основании целей, определим задачи нашим тестерам.

Придерживайтесь правила, один тестер – одна задача. Важно перед началом тестирования объяснить тестерам, что в данном случае тестируется интерфейс сайта, а не умение тестера выполнять задачу.

Задачи могут быть примерно такими:

1. Подобрать в подарок mp3 плеер и оформить заказ.
2. Выбрать в категории «телевизоры» телевизор своей мечты и оформить заказ, оплатив с помощью кредитной карты.
3. С помощью формы поиска найти на сайте модель телефона для жены/мужа и оформить заказ, оплатив с помощью webmoney.

### **Как выглядит процесс тестирования.**

В момент тестирования важно что бы в помещении не было никого постороннего, только вы и тестер. Сажаем тестера за компьютер, включаем камеру на запись, открываем наш сайт и ставим задачу. От тестера требуется выполнить задачу, озвучивая свои действия и размышления, выполняемые в процессе решения задачи.

Ему запрещается обращаться к вам за помощью, все задачи он должен решить самостоятельно.

В это время вы в блокноте отмечаете те ситуации и страницы на которых у пользователя возникли затруднения а так же свои заметки по этому поводу. Можете не

Если за 10 минут тестер не смог выполнить задачу, тест прекращается.  
Отрицательный результат - тоже результат.

### **Итоги**

По итогам тестов у вас должен сложиться список ошибок юзабилити и проблемных мест, где у пользователей возникли проблемы.

Особенно обращайте внимание на те моменты, где затруднения возникли и нескольких тестеров.

По моему опыту использования этого метода, он позволяет увеличить конверсию магазина в среднем на 50%.

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

## **Как бесплатно наполнять свой сайт контентом**

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Прекрасный способ иметь регулярно обновлять контент на сайте - это добавить к нему блог. Поисковики очень ценят качественный контент. У постоянно обновляемого сайта гораздо больше шансов попасть на верхние позиции в выдаче. Поисковики буквально любят ваш сайт, если вы добавите к нему блог и будете регулярно добавлять в него материалы. Не забывайте в опциях своего блога указывать список сервисов для пинга, в которые будет поступать сигнал каждый раз, когда вы публикуете статью, что ускорит приход поисковых пауков на ваш сайт и его индексацию.

### **Шаг первый**

Добавьте блог на свой домен. Публикуйте качественный материал. Старайтесь не писать слишком короткие или слишком длинные посты. Желательно, чтобы это были не просто статьи, а в некотором роде разговор с читателями. Пройдитесь по популярным сайтам, форумам, блогам, каталогам статей, чтобы найти идеи. Идей можно найти массу, было бы желание. Соберите лучшие идеи и превратите их в пост на своем блоге.

Вы можете найти интереснейшие видеоролики на metacafe, youtube, google video, videojug и добавить их прямо в пост, а также добавить к ним комментарии.

Сейчас очень популярны сервисы вопросов и ответов, что даст вам массу идей для блога. Не нужно просто копировать. Найдите вопросы, на которые можете ответить, напишите ответы и превратите это в интересную статью на вашем блоге.

В какой бы сфере ни был ваш сайт, найдите популярный форум по своей тематике и участвуйте в нем. Вы можете написать пост о каком-либо популярном топике на форуме, используя вопросы и ответы с этого топика и добавляя свои мысли.

### **Шаг второй**

Первым делом вам нужно определиться с запросами, по которым вы хотите, чтобы ваш сайт находили в поисковиках. Старайтесь поначалу не выбирать слишком конкурентные запросы.

Поместите этот запрос в название своего блога, а также в начало и конец поста. Также выделите это слово жирным шрифтом. Для того, чтобы ваш пост занимал хорошие позиции в поисковиках, нужно, чтобы на него ссылалось определенное количество сайтов. Чем конкурентнее запрос, тем больше требуется ссылающихся сайтов.

В боковой колонке на вашем блоге должны отображаться последние записи. Это поможет поисковым роботам найти и проиндексировать все ваши материалы. Также хорошим тоном будет сделать вывод списка самых популярных материалов.

Блог - это не только эффективный способ добавлять содержимое на сайт. Это к тому же привлечет дополнительных посетителей, покупателей и клиентов. Сделайте на блоге такой же дизайн, как и на сайте, чтобы они выглядели одинаково и посетители это видели.

Раньше было распространено добавление статей на сайт, каждая статья создавалась на отдельной странице. Но обычно статьи не занимают высокие позиции в поисковиках, даже добавление метатегов и ключевых слов особо не помогает. С блогами все совершенно по-другому. Организуйте блог, регулярно наполняйте его качественным материалом, и поисковые системы вознаградят вас.

Автор: Karl Sultana

[Источник](#)

Перевод: Глобатор

## Контент – текстовое содержание сайта

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

Все страницы которые в ТОПе поисковиков имеют один общий признак: качественный текст. Никогда не позволяйте что бы другие важные **SEO факторы**: [ссылки](#), [пузомерки](#), перелинковка, фреймы и JavaScript, как-то отодвигали на второй план обязательное наличие на странице хорошего контента.



Я недавно заметил одну закономерность, все страницы которые на первых страницах поисковой выдачи Google в отличии от большинства других которые на более низких позициях СЕРПа, имеют качественные тексты.

Справедливости ради следует сказать, что большинство оптимизаторов незаслуженно недооценивают этот важный фактор ранжирования. Неужели Google оценивает страницы только по техническим параметрам и не имеет понятия о смысловой ценности страницы?

По всей видимости - нет.

## **Общие правила для хорошего контента**

Стоит отдать должное Google, он неплохо справляется со своей работой: находит страницы с качественным контентом и вознаграждает их высокими позициями в СЕРПе.

Я посмотрел пять страниц которые на первых позициях по пяти очень популярным поисковым фразам. Естественно что эти страницы получают большинство поискового трафика по своим продвигаемым запросам.

Страницы которые содержали текстовый контент (среди найденных мой страниц также были галереи с фотографиями) имели такие общие признаки:

### **Частое обновление контента.**

По крайней мере раз в несколько недель, но чаще всего раз в неделю или даже чаще.

### **Орфография и грамматика.**

Совсем немного или вообще без ошибок. Не было страниц на которых было бы более трех опечаток или больше четырех грамматических ошибок.

*Примечание:* проверить орфографию вы можете в программе Microsoft Word, но не все слова которые обозначены как содержащие ошибки являются таковыми, возможно это собственные имена которых нет в словаре программы. Может ли это значить что Google имеет систему проверки правописания? Я уже слышу недовольные возгласы по ту сторону экрана.

Я не могу с полной уверенностью ответить на этот вопрос, никто не знает алгоритмов ранжирования. Но предполагаю что Google не мог проигнорировать такую возможность для оценки "качества" страницы наравне с другими факторами.

### **Параграфы.**

В основном небольшие (1-4 предложения). Один или вообще нет длинных блоков текста.

### **Списки.**

С маркером или нумерованные.

### **Длина предложений.**

Также не очень длинные (10 слов или меньше). Длинные и средние предложения лучше разбросать по тексту вместо накопления их в каком-то одном участке текста.

### **Контекстная близость.**

Текст должен быть близким (релевантным) к поисковому слову или фразе, также желательно использовать синонимы.

## Небольшой анализ исследуемых страниц

Я также обратил внимание на некоторые другие **SEO факторы** исследуемых страниц.

### PageRank.

Средний показатель PageRank 4, а у одной страницы он вообще был нулевой. Естественно, можно предположить, что в алгоритмах ранжирования небольшой показатель этой [лузомерки](#) далеко не самый приоритетный фактор. Но если вы один из тех, кто гоняется за этой цифрой, тогда эта информация заставит вас задуматься.

### Фреймы.

Я был удивлен увидев, что на двух страницах из ТОПа использовались фреймы. С точки зрения юзабилити фреймы совсем не нужны. Также и для SEO - фреймы не очень нужны, они могут плохо отобразиться на ранжировании страниц вашего сайта если они перелинкованы на них. Могут быть и другие негативные последствия от их использования.

### Внутренние ссылки из JavaScript.

Еще одно удивительное открытие - это внутренние ссылки большинства сайтов были из JavaScript. Опять же, как и фреймы это далеко не самый подходящий вариант для вашего сайта с точки зрения SEO.

### Ключевые слова.

За исключением двух страниц, я не наблюдал никакой особой оптимизации страниц по ключевым запросам. А больше половины случаев ключевые слова встречались не чаще трех раз на странице, что означает о очень небольшой плотности их использования.

На некоторых страницах вообще не было ключевых слов. Поэтому я пришел к выводу что эти страницы попали в ТОП только за счет внешних факторов. Или возможно при ранжировании Google принял во внимание в комплексе весь сайт и эти страницы "выехали" в ТОП за счет других, более качественных страниц.

### Подзаголовки.

На большинстве страниц, подзаголовки или отсутствовали вообще или были представлены в виде картинок (графических элементов). Этого следует избегать. Google, по всей видимости, сквозь пальцы смотрит на такие "промахи" в дизайне.

### Ссылки.

Большинство исследуемых страниц содержало более 30 исходящих ссылок. Более того, на некоторых страницах количество не релевантных (ссылки на тематически далекие сайты) ссылок было значительно больше релевантных. Непонятно какие SEO преимущества пытались получить владельцы сайтов размещая на них не тематические ссылки. Но похоже что Google нет никакого дела к тому, что кто-то пытаетесь заработать на своем сайте.

## **Оригинальность.**

Большое количество страниц содержало "ворованный" контент, то есть просто скопирован и вставлен с других сайтов без каких либо изменений. Это был качественный, профессионально написанный текст, который похоже был в свободном доступе без каких либо копирайтов.

**Примечание:** на исследуемых сайтах было много рерайта. В любом случае, не было веб сайтов которые состояли из чистого рерайта. Присутствовал большое количество не оригинального контента без всяких изменений.

## **Советы по работе с контентом страницы**

### **Если вы неспособны самостоятельно составить тексты для вашего сайта.**

Наймите для этой работы профессионального копирайтера. В любом случае при проведении SEO кампании вам не обойтись без качественного контента. Из своего опыта работы в SEO индустрии, могу сказать, что не большой процент оптимизаторов могут писать хорошие тексты. У меня был случай когда ко мне обратился клиент с просьбой ре-оптимизировать его сайт.

Проблема состояла в том, что его сайт был хорошо оптимизирован и хорошо продвигался, даже был в ТОПе, ежедневно он получал огромное количество трафика. Но как показало мое исследование этой проблемы из-за плохого контента, почти все посетители покидали сайт и уровень конверсии был близок к нулю. Поэтому весь этот трафик был пустой тратой трафика.

### **Если вы решили самостоятельно написать контент.**

Тогда отдайте его на проверку профессиональному копирайтеру или корректору.

### **Часто обновляйте контент на вашем сайте.**

Важно как добавлять новые страницы, так и обновлять существующие. Если вы не можете позволить себе оригинальный контент, тогда используйте тот, что в свободном распространении (т.е. не защищен авторскими правами).

### **Используйте продвижение статьями.**

Это позволит вам получить дополнительную ссылочную массу. Также таким способом вы сможете повысить видимость вашего сайта и привлечь на него посетителей, как к первоисточнику. Страх получить санкции поисковика за "не оригинальность контента" при использовании контента который в свободном использовании (в отличии от двойного контента внутри одного сайта) безосновательный. Но нужно понимать, что *продвижение статьями* нужно использовать в совокупности с другими методами.

### **Если у вас достаточно "взрослый" сайт.**

Тогда инвестируйте больше денег в контент чем в дизайн, оптимизацию, наращивание ссылочной массы и *анализ поведения пользователей* на сайте.

Источник: [Google's SEO Advice For Your Website: Content](#)

Перевод и дополнения: [SEOM.info](#)

## Дубликаты контента – мифы и решение проблемы

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*

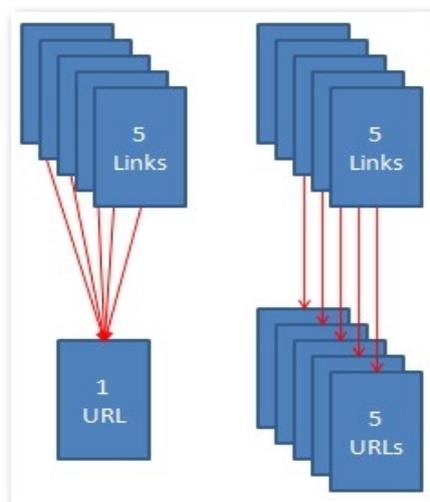
Долгое время существовало **сильное убеждение** что поисковые машины – в частности Google – **применяют санкции к сайтам которые содержат не оригинальный контент**, или имеют контент который очень распространенный (популярный) в сети.



И вот сейчас я хочу заявить вам, санкции за дублированный (т.е. не уникальный) контент - это миф.

**MyOST:** По поводу "мифа", что за дублированный контент санкций нет, как пишет автор - вот тут я в корне не согласен, на сегодняшний день - дублированный контент это бич современного SEO и главная причина многих проблем. Причем применительно это не только к Гуглу, но и к Яндекс в частности.

Давайте посмотрим на эту проблему шире. Если какая-то страница с контентом имеет **5 входящих ссылок** и эта страница размещена **только под одним URL'ом**, тогда весь ссылочный вес передается только одному URL.



А теперь представьте что эта **страница с контентом и входящими на нее ссылками висит на 5 разных URL'ах**, то теперь каждый из этих продублированных URL'ов **получит только 1/5 ссылочного веса**.

Все эти страницы только вместе имеют такой же ссылочный вес как только одна оригинальная.

Миф о санкциях поисковиков за не оригинальный контент произошел от неправильного понимания самой причины этого явления- распределения ссылочного веса.

**Идеальная ситуация для продвижения** - это когда один URL для одной страницы с контентом и одним набором ключевых слов. Я бы посоветовал интернет маркетологам сконцентрировать их усилия на оптимизации контента больше чем на попытках избежать его не уникальности.

## Причины появления дублированного контента

Много различных обстоятельств могут в результате привести к появлению двойного контента, но всех их объединяет одно: **Двойного контента не существует до тех пор пока нет на него ссылки.**

Если для сайта возникает проблема не оригинального контента, это означает что где-то появился этот контент но уже под другим URL'ом и на него есть хотя бы одна входящая ссылка.

Ссылки на URLы страниц с продублированным контентом могут появляться, если добавляются трекинг параметры в адрес страницы, если сайт с субдоменом не перелинкован правильно, когда в URL добавляются фильтрационные и сортировочные параметры, когда версия страницы "для печати" создает новый URL, и еще много других вариантов.

Еще хуже, что каждый из них может генерировать другие источники двойного контента, плодить сотни вариаций URL-адресов для одной и той же страницы с оригинальным контентом.

**Главная страницы (морда) может быть одним из примеров.** Иногда случается и такое - домен по умолчанию есть ссылкой на главную страницу, но кликая по навигационным ссылкам которые должны были бы привести на главную страницу, вы попадаете на нее но уже с другим URL, т.е. в результате получаете страницу с продублированным контентом.

Сайт "**Banana Republic**" имеет в индексе Google **18 версий домашней страницы**, и еще несколько которые не попали в индекс, вот смотрите сами:

<http://www.bananarepublic.com/>

<http://bananarepublic.gap.com/>

<http://bananarepublic.gap.com/?ssiteID=plft>

<http://bananarepublic.gap.com/?kwid=1&redirect=true>

<http://bananarepublic.gap.com/browse/home.do?ssiteID=ON>

И каждый из этих URL адресов имеет как минимум одну входящую ссылку.

Подумайте насколько больше было бы веса в морды этого сайта, **если бы все входящие ссылки вели на одну настоящую главную страницу**, вместо десятка ее клонов.

## Типы двойного контента

### Плохая канонизация

Недостаток канонизации самая распространенная причина двойного контента. Канонизация означает устранение копий страниц, а в SEO, это еще и концентрация всех входящих ссылок на одном URL адресе, для каждой страницы с контентом. Ниже показаны 10 примеров URL-адресов на одну и ту же страницу:

- **Каноничный URL:** <http://www.example.com/directory4/index.html>
- **Протокол клон:** <https://www.example.com/directory4/index.html>
- **IP клон:** <http://62.184.141.58/directory4/index.html>
- **Субдомен клон:** <http://example.com/directory4/index.html>
- **Путь к файлу клон:** <http://www.example.com/site/directory4/index.html>
- **Файл клон:** <http://www.example.com/directory4/>
- **Регистр клон:** <http://www.example.com/Directory4/Index.html>
- **Спец символы клон:** <http://www.example.com/directory%204/index.html>
- **Трекинг клон:** <http://www.example.com/directory4/index.html?tracking=true>
- **Наследственный URL клон:** <http://www.example.com/site/directory.aspx?directory=4&stuff=more>

Хотя в примере и не реальные адреса, но в своей практике я встречал достаточно сайтов которые имели внутри огромное количество вот таких клонированных URL адресов. Даже бывали случаи когда

ссылочный вес распределялся между одинаковых 1000 URL'ами. Оригинальная (первоначальная) страница была бы намного сильнее если весь ссылочный вес был направлен только на один URL.

Самый эффективный способ канонизации двойного контента это, сконцентрировать все входящие ссылки на оригинальную страницу через 301 редирект ее клонов.

## Каннибализация

Каннибализация - это когда две или больше страниц сайта оптимизированы под один и тот же набор ключевых слов.

Онлайн магазины попадают в эту петлю очень часто когда из соображений улучшения юзабилити сайта: фильтрация товара , сортировка товара , количество единиц показываемых на странице, рекомендовать другу по e-mail и т.д. генерируются страницы дубликаты, полностью или частично похожие на оригинальную страницу.

Технически они не 100 %-е дубликаты. Без этих страниц нельзя обойтись, они нужны для юзабилити сайта, поэтому делаем им 301 редирект на оригинальную страницу.

В этом случае владельцы сайтов имеют только два выбора:

- Делать разнообразный контент с разными наборами ключевых слов.
- Воспользоваться [каноническим тегом](#) (<link rel="canonical" href="http://seom.info/seo-book/" />) чтобы собрать ссылочный вес без перенаправления посетителей.

## Решение проблемы

Запомните, что 301 редирект это лучший друг SEOшника когда речь идет о двойном контенте или канонизации.

Если вы не можете использовать редирект потому что эта страница нужна для людей, тогда ваш второй друг это канонический тег, что бы аккумулировать ссылочную массу.

**Есть и другие способы для удерживания контента** — meta tag noindex, файл robots.txt тег disallow, и 404 ошибки — но они только закроют контент от индексации, но не предохранят его от утечки ссылочного веса.

[MyOST](#): Я думаю тут будет полезно прочесть предыдущую статью в блоге: "[Укажите Google какие параметры URL адресов игнорировать](#)".

Источник: [There Is No Duplicate Content Penalty](#).

Перевод: [SEOM.info](#)

## Определение дублированного контента

[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)

Происхождение дублированного контента в интернете может быть различным. Один и тот же документ физически на одних и тех же серверах может отличаться технически – разные форматы, кодировки, разбавлен картинками.



Большое количество документов в сети активно копируется и редактируется – ленты новостей, различного рода документация, прайсы, FAQ. Публикации ( в блогосфере посты) могут быть скопированы с нарушением авторских прав и отсинонимизированы с целью сделать их уникальными для поисковиков. Для чего это надо манмейкерам, вы прекрасно знаете.

Кроме того, индексация поисковиками страниц, генерируемых при помощи баз данных и различных движков порождает еще один распространенный класс малоотличающихся документов: форумы, страницы с описаниями товаров...

С полными повторами (с тупым копипастом) особых проблем нет: поисковикам достаточно сохранять в индексе контрольную сумму текста (что это такое, спросите в комментариях) и игнорировать все остальные тексты с такой же контрольной суммой. Уточню, что для каждого уникального текста существует свое уникальное значение контрольной суммы. Но этот метод не срабатывает для выявления легкого рерайта. Я бы даже сказал очень легкого рерайта – замена синонимами, вставка междометий, наречий и т.д.

Для решения этой задачи Андрей Бродер в 1997 году придумал название и довел до ума алгоритм «шинглов» (от латинского shingles, что в переводе означает черепица или чешуйки»). Вот его примерное описание.



Для каждого десятислова (количество слов можно варьировать) рассчитывается контрольная сумма (шингл). Десятислова идут «внахлест», с перекрыванием друг друга, чтобы ничего не потерять. А затем из всего множества контрольных сумм отбираются только те, которые делятся на одно и то же число, для примера 25. Ясно, что повтор даже одного десятислова – весомый признак дублирования контента. Если же повторов больше половины, то с определенной вероятностью, близкой к единице, можно утверждать, что найдена копия (в манмейкерстве копипаст) со всеми вытекающими. Ведь один совпавший шингл в выборке соответствует примерно 25 совпавшим десятисловам в полном тексте.

Развитие этого алгоритма позволяет определять процент перекрытия текстов и выявлять его источники. Это особенно актуально для блоггеров, посты которых вывешиваются на сплогах.

На вопрос, почему Yandex не всегда адекватно находит первоисточник, я могу ответить лишь одной фразой – нет ничего абсолютно совершенного. То что я описал выше – это идеал, к которому надо стремиться. На практике все сложнее. Если соберетесь это исправить, с меня пиво, баня и кальян 😊. А так же ссылка в блогролле. Думаю к тому моменту она будет еще весомее 🙏.

К чему этот пост. А к тому, как правильно рерайтить тексты. Синонимайзеры поисковики уже не принимают. А вот разбавление текста словами прокатывает очень даже хорошо.

## Уникальный контент – поприветствуем его величество

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Помните в древности, чем «лучше» был король, тем лучше было его королевство. Давайте вспомним Петра Первого, основателя горячо любимого мной Санкт-Петербурга. Уникальный был человек. Уникальный получился и город. А какое мощный толчок для развития получила в то время наша страна. Сколько реформ было произведено. Сколько инноваций появилось...



Прошу любить и жаловать! Его величество, Уникальный Контент блога [terehoff.com](http://terehoff.com) рад поприветствовать вас и выражает глубокое уважение к Вам, что Вы не сочли за трудность уделить свое время его прочтению 😊. К чему это я? А к тому, что тенденции сегодняшних поисковых систем таковы, что серпом начинает править прежде всего контент. На недавно прошедшей конференции **NetPromoter** один из гуру информационного поиска так и сказал, что в первую очередь для успешного индексирования и релевантного положения документа требуется **уникальный контент**.

**Уникальный контент** является одним из основных факторов внутренней оптимизации. Оптимизатор из Одессы Нодар Гиоргадзе, любезно согласившийся ответить на несколько вопросов для блога [terehoff.com](http://terehoff.com) в одном из ответов сказал очень интересную фразу: «чем менее правильно будет организована внутренняя оптимизация, тем больше денег вы потратите на внешнюю». Еще раз повторюсь, что фундаментом

внутренней оптимизации является прежде всего уникальный контент. Можете почитать [интервью с Нодаром](#) и узнать некоторые детали работы оптимизатора 😊.

К сожалению школьников и к счастью владельцев белых проектов, поисковые системы продолжают закручивать гайки. На одном из моих экспериментальных сайтов вылетело из индекса Яндекса 400 страниц из 600. Причем эти 400 вылетевших страниц – клонированные статьи. Клонирование производили мои хорошие знакомые из textprom. Можете почитать [интервью с их ответственным редактором](#) и узнать, чем же отличается качественный контент от контента.

А вот остальные 200 страниц, на которых размещен авторский копирайт вашего покорного слуги, стабильно держатся в индексе. Вывод только один – авторский копирайтинг – уникальный контент – продолжает править миром, то есть индексацией поисковых систем.

Недавно я решил провести эксперимент и попытаться добывать контент из буржунета, которого там в большом избытке 😊. В качестве переводчика решил использовать **translate.google.com**. Качество перевода у него не самое лучшее. Текст не всегда получается читабельным. Тем не менее, тьфу три раза 😊, страницы пока что неплохо индексируются. Эксперимент продолжаем. О результатах отпишусь.

Хотелось бы еще поделиться несколькими способами «добычи» **уникального контента** и проранжировать его с точки зрения качества для поисковиков.

1. Наиболее качественный контент рождается только посредством авторского копирайта. Характерный пример этому – блогосфера (имею в виду только живые блоги). Стоимость контента – ваше затраченное время.
2. Заказ контента на фабрике у специалистов, например у textprom.ru. Все что они мне присылали – индексируется просто замечательно. Стоимость контента у профессионалов начинается от 5\$ за 1000 символов.
3. Заказ контента на биржах копирайтеров – в большинстве случаев писать тексты вам будут или школьники/студенты, желающие «подзаработать». Насчет качества судить вам, могу лишь сказать, что чем больше стоит 1000 знаков, тем лучше качество. На подобных биржах существуют рейтинги копирайтеров, соответственно чем выше рейтинг, тем выше стоимость. Стоимость контента на подобных биржах начинается от 1\$ за 1000 символов.
4. Логи ICQ – чем вам не уникальный контент. Можно привнести немного автоматизации, удалить из текстового файла ненужные символы, например дату и время сообщений, и таким образом выкладывать в сеть. Вопрос в нравственности, выкладывать ли личную переписку или переписку других людей в сеть – решать вам. Однажды на работе по производственной необходимости мне пришлось ставить перехватчик ICQ сообщений для некоторых сотрудников. Могу сказать только одно, через несколько дней после чтения логов у меня чуть не уехала крыша от того, какие переговоры ведут люди на работе через ICQ 😊. Перехват сообщений отключил. Но и отключил ICQ тем, кто банально убивал в ICQ время. Цена вопроса – доступ к логам. Если вы системный администратор – то вам бесплатно 😊.
5. Как следствие из пункта 4 – можете выкладывать в сеть переписку по электронной почте. Свою или других людей. 99% что контент будет уникальный, вопрос опять-таки в нравственности. Цена вопроса такая же как и в предыдущем пункте.
6. Рерайт текста – при грамотном подходе этот метод хорош. Рерайтить можно самому или заказывать у профессионалов. Исходя из своего опыта хочу сказать, что рерайт для меня гораздо сложнее копирайта, поэтому я им практически не пользуюсь. Цена вопроса – ваше время или от 3\$.
7. Клонированные статьи. Качество клонирования может быть разное. Общий алгоритм примерно таков: весь текст разбивается на предложения, каждое предложение качественно рерайтится 5-10 раз. После это собирается текст, но номер каждого из рерайченных предложений выбирается в случайном порядке. Таким образом получается «почти» уникальный текст. Как показала практика, недавно такие статьи вылетели из индекса. Тем не менее попытка не пытка. За клонированием статей можете обратиться ко мне или в textprom. Цена вопроса от 30\$ за 1000 клонированных статей размером 1000 символов.

8. Автоматизированный скрипт «Кисточка». Суть алгоритма примерно в следующем: на основании ключевых слов скрипт бегает по сети интернет, ищет тематический контент, производит синонимацию, уникализацию и заполняет этим контентом ваши сателиты. Цена вопроса – стоимость самого скрипта. Точную цену можно найти в интернете.
9. Использование синонимайзеров. В исходном тексте некоторые слова заменяются синонимами. Раньше этот метод срабатывал. На сегодняшний день результатов эксперимента нет. Сюда хотелось бы добавить еще один не совсем легальный метод уникализации – замена символов аналогичными из других раскладок. Т.е. русскую букву «С» заменять на английскую «C» и так далее. Насколько я знаю, на серче в свое время писали, что этот метод срабатывал. Сейчас скорее всего он уже неэффективен. Цена вопроса – время + стоимость синонимайзера.
10. Покупка готовых статей на бирже XAP.RU и аналогичных. Стоимость статей говорит об их качестве. Бомж Без Колес в начале года сильно ругался, что эти статьи перестали индексироваться поисковиками. Значит метод уже перестал работать. Цена вопроса – от 0.09\$ за статью.

На этом сегодня хочу остановиться. Способов «добычи» уникального контента очень много. Я остановился на тех, с которыми немного знаком. Самый качественный контент, который позволяет при должной внутренней оптимизации привлечь трафик с поисковиков – это авторский копирайт. Ваш или другого профессионального копирайтера – это другой вопрос. Пишите лучше, качественнее, безошибочно, пишите полезные статьи, и будет вам трафик. А уж что делать с поисковым трафиком – тема отдельной публикации 😊.

## Как уникализировать контент для интернет магазинов и увеличить продажи

*[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)*

Интернет магазины как крупные, так и мелкие часто сталкиваются с тем, что [поисковые системы](#) выбрасывают страницы товаров из индекса. Все это, потому что все копируют текст друг у друга, много мелких интернет магазинов копируют товары у больших магазинов с огромным ассортиментом, не меняя текст товаров, ставят просто цену. И бывает что магазины, у которых скопировали текст, тоже вылетают из индекса поисковых систем, и сегодня я расскажу как сделать, что бы текст на странице товара был полностью уникальным.



На самом деле решение очень простое, и его можно посмотреть у лидирующих интернет магазинов по разным тематикам – **это отзывы к товару.**

На начальном этапе развития магазина можно посадить человека, или это делать самому, просто создавать под разными именами отзывы к товару. В это есть не один плюс, а больше:

- делает описание товара уникальным, и отлично индексируется в поисковых системах
- если отзывы положительные, то это дает возможность увеличить продажи данного товара
- можно написать мотивирующий комментарий, который точно увеличит прибыль данного товара
- если отзыв написать оптимизированным под нужные запросы, то так же можно естественно подняться в поисковых системах

**Давайте рассмотрим, как это применяют интернет магазины на практике:**

Отзывы о HP Presario CQ71-210SR (VE130EA)

WWWJD (2009-10-13)	Это КОМПАК Для путешествий, как по мне, тяжеловат (17 инчей рабочая область), и великоват. Разве что вас будут вояду возить и носить сумку с компом (не прилагается, а нужно еще купить на такого зверя немаленькая сумка), плюс мышшь захотите, плюс провода, беспроводный модем, флешки, внешний хард - вес получится приличный. У меня комп с такими габаритами дома стоит, ну еще на две недели на сессию беру, так как клавиша полномерная. А для поездок я нетбук использую. В принципе машинка хорошая - не для игрушек, конечно же. Если б с Линуксом шла (читай на сотку зелени дешевле) - цены б ему не было.	Полезен отзыв? 3
Быковец Артем Тарасович (2009-09-30)	Заинтересовала данная модель. Нужен для работы. Буду с ним много ездить. Как с батареей, прочность корпуса? Что можете сказать по интегрированной видяке? (нужен для работы в основной графический пакетах Адоб и Корел)	Полезен отзыв? 11
sasha (2009-09-30)	а дрова під XP є? матеріал корпуса який? якість монітора?	Полезен отзыв? 7

Так делает лидирующий в Украине интернет магазин электроники gozетка.ua, но в связи с большой посещаемостью там многие пользователи оставляют отзывы. Что само собой очень хорошо и для seo и для продаж.

**Мнения о товаре :**

Ваше имя: **Афина**(2009-10-12)  
Тема сообщения: **Ricci Ricci**  
Отзыв: Согласно с мнением, что без пробы покупать не стоит, запах сладкий и кому-то может показаться тяжеловатым. А мне очень нравится. Густой, роскошный, вкусный, мммм.... И что значит "ужасно стойкий"? Стойкий - это отлично! Иначе зачем тратить такие деньги?

Ваше имя: **Вероника**(2009-10-11)  
Тема сообщения:  
Отзыв: Не плохо... благородный запах!

Ваше имя: **Не покупай без пробы**(2009-10-07)  
Тема сообщения:  
Отзыв: А мне гнилые яблоки с мокрым венником. Ужасно стойкий.

Ваше имя: **Ева**(2009-10-07)  
Тема сообщения:  
Отзыв: Запах очень хороший, стойкий

Ваше имя: **Светлана**(2009-09-29)  
Тема сообщения:  
Отзыв: Очень стойкий, похож на Нину Претти, только поуще, сливочный, хорош будет зимой.

А так оставляют как пользователи в магазине парфюмерии.

Фишка с отзывами хорошо работает, и решает проблему с неуникальным контентом, единственное на это нужно потратить немножко времени, что в итоге вам принесет нужный результат.

## Особенности уникализации-оптимизации такого контента: фильмы, альбомы музыки **new**

[Автом: Kissme](#)

### **Kissme:**

На многих сайтах в сети уже принято за шаблон такое оформление фильмов выделенное жирным шрифтом:

**Название:**

**Жанр:**

**Год выпуска:**

**Перевод:**

**Формат:**

**Качество:**

**Размер:**

Я считаю это не правильным.

С жирным шрифтом следует поступать так:

**Название: Пираты Карибского моря: ржавый велосипед** - пример. НА странице должны быть выделены только важные слова!

**Жанр:** здесь тоже можно выделить **Боевик** - пример: иногда люди пишут такой запрос в поисковике:

### скачать боевик пираты карибского моря

Год выпуска:

Перевод:

Формат:

Качество: Здесь также можно выделить жирным **DVDRip** - также ищут по такому запросу **скачать пираты Карибского моря DVDRip**

Размер: Здесь не нужно. Уже по обычаю указывают размер фильма в названии.

Пример:

**Пираты Карибского Моря: ржавый велосипед 2010(DVDRip 700Mb)**

#### Примечание

Цитировать

Формат фильма выделять жирным шрифтом только тогда когда он не указан в названии!

Думаю что оформляя таким образом фильм вы оставите только нужные слова по которым смогли бы найти ваш фильм в сети.

Также вы можете просто изменить те слова.

#### Пример:

Фильм назван:

Рубрика:

Когда вышел:

язык перевода:

В формате:

Качество: для этого не подобрал :)

Занимает:

**Альбомы музыки можно оформлять по такому же принципу. Что и фильмы. Такое оформление просто убирает ненужные слова из описания и подчёркивает нужные. Также неплохо было бы выделить слова фильм, кино если это фильм и слова альбом, музыка, если это музыка**

Для проведения такой операции вам не особо нужны какие либо знания 😊.

**Важный момент! Важно не перегнуть палку под названием Поисковый спам. Слишком много выделений делать не рекомендуется.**

#### Также важно!

В самом названии материала не следует писать слова **Скачать и бесплатно**.

Оптимизируйте ваш сайт таким образом чтобы в Title перед названием было слово скачать.

Обязательно нужно описание(если движок ДЛЕ там все автоматом), в описании можно упомянуть такие слова как(если это фильм):**бесплатно, новый, фильм, без смс**.

**Вот примерно таким образом все это делается. Знание HTML кода это уже зависит от вас 😊**

#### Важный момент с движком DLE

Учтите что там описание формируется автоматически. В описание входят примерно первых два предложения или же 15-20 слов. Это тоже важно знать.

Взято из моей головы. В сети такого нет нигде. Только на этом форуме.

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

## На какой поисковый траф можно рассчитывать, зная позицию в выдаче

*Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)*

Вы занимаете определенную позицию в выдаче по какому-то запросу. Прилагаете массу усилий чтобы подняться в выдаче, но что конкретно вам это дает? На самом деле, зная позицию в выдаче, можно оценить какой поисковый трафик вы получите. Ниже представлена статистика [собранная](#) по 36389567 реальным запросам самых разных тематик.

Позиция	Переходы	% Перходов	разница с предыдущим	разница с №1
1	8220278	42.30%	н/а	н/а
2	2316738	11.92%	-71.82%	-71.82%
3	1640751	8.44%	-29.18%	-80.04%
4	1171642	6.03%	-28.59%	-85.75%
5	943667	4.86%	-19.46%	-88.52%
6	774718	3.99%	-17.90%	-90.58%
7	655914	3.37%	-15.34%	-92.02%
8	579206	2.98%	-11.69%	-92.95%
9	549196	2.83%	-5.18%	-93.32%
10	577325	2.97%	5.12%	-92.98%
11	127688	0.66%	-77.88%	-98.45%
12	108555	0.56%	-14.98%	-98.68%
13	101802	0.52%	-6.22%	-98.76%
14	94221	0.48%	-7.45%	-98.85%
15	91020	0.47%	-3.40%	-98.89%
16	75006	0.39%	-17.59%	-99.09%
17	70054	0.36%	-6.60%	-99.15%
18	65832	0.34%	-6.03%	-99.20%
19	62141	0.32%	-5.61%	-99.24%
20	58384	0.30%	-6.05%	-99.29%
21	55471	0.29%	-4.99%	-99.33%
31	23041	0.12%	-58.46%	-99.72%
41	14024	0.07%	-39.13%	-99.83%

Заметьте, что 46.6% людей не переходят ни по одной ссылке на странице выдачи. При этом первый в выдаче получает 42% всех переходов. Таким образом, быть первым в выдаче не просто престижно. Первый получает столько же трафа сколько и остальные 9 на первой странице!!!

75% переходов приходится на первые 5 позиций.

90% людей ограничиваются первой страницей SERP.

Зачем нужна вся эта статистика?

Зная свою нынешнюю позицию и видя своих конкурентов, вы можете оценить во сколько вам обойдется (денег и времени) занять более высокую позицию, а самое главное вы сможете оценить что вы с этого получите. Т.е. стоит ли овчинка выделки.

Так, например, поднявшись с 10-й позиции на 9-ю вы фактически уменьшите поисковый траф. Поднявшись с 10-й позиции на 8-ю вы не увидите изменений. Выйдя с 7-й позиции на 6-ю вы увеличите количество переходов по данному запросу на 15.34%... и так далее.

Стоит ли это усилий, или лучше сосредоточиться на другом запросе по которому можно попасть в первую пятерку, а может и стать первым? Решать вам. Главное что теперь вы можете **не просто гадать, а реально оценивать выгоды от оптимизации.**

## Получение дополнительного трафика

*[Автор: Игорь Иванов \(Sevab\)](#)*

Никакой успешный **онлайн бизнес** не возможен без хорошего интернет трафика. Все ваши усилия должны быть направлены на привлечение как можно большего количества посетителей. Качественные товары, скидки и специальные предложения и даже привлекательный дизайн бесполезны если никто не сможет их оценить.

Если вы захотите получить информацию об источниках трафика, вы, несомненно, увидите многочисленные платные предложения. Они обычно включают в себя **обмен трафиком, платные ссылки**, списки емэйлов и даже спам. Вы, конечно, можете использовать эти методы, но вполне вероятно они облегчат ваши кошельки достаточно быстро. **Бесплатный трафик** с поисковых машин всегда был главным источником качественного трафика.

Вот несколько подсказок которые помогут вам получить больше трафика.

1. Сделайте ваш сайт дружественным поисковым системам и постарайтесь получить **высокий рейтинг**. Обратите особое внимание на Google и Yandex. Это самые **популярные поисковые системы** на сегодня, и если вы преуспеете с ними, другие **поисковые машины** также дадут вам **высокий рейтинг**. Изучите требования, которые предъявляют сайтам эти поисковые системы. **Оптимизированные сайты** обычно ранжируются выше и соответственно получают более высокие места в результатах поиска, а это принесет вам больше трафика.

2. Выбирайте правильные **ключевые слова** и **ключевые фразы**. Например если вы играете в шахматы и хотите поделиться своими знаниями с посетителями вы можете выбрать следующие ключевые слова и ключевые фразы: шахматы, ход конем, у меня все ходы записаны и так далее. Неплохо найти фразы, которые подходят сайту в целом а не только к определенным секциям или отдельным статьям.

3. **Имя домена** должно отражать тематику сайта и конечно включать ключевые слова. Начинающие обычно используют какие-нибудь сленговые слова или смачные фразы в названиях доменов. Это неправильно, так как не даст вам дополнительного трафика. Когда кто-нибудь набирает фразу в поисковой машине, поисковик в первую очередь обращает внимание на соответствие запроса и имени домена.

4. **Название страницы (Title)** это лучшее место для ключевых слов. Убедитесь, что главная страница сайта содержит **ключевые фразы**, характеризующие его в общих чертах. Затем добавьте специфичные ключевые фразы на остальных страницах сайта. Когда вы добавляете ключевые слова в название страницы, не вставляйте туда все подряд. Название страницы должно выглядеть естественно и отражать главную тему сайта. Все названия страниц должны быть разными. Это очень важно, потому что если у всех страниц сайта одно и то же заглавие, нет никакого шанса получить хорошие позиции в поисковых машинах.

5. Когда вы создаете страницы, не используйте имена страниц ни имеющие отношения к тематике сайта. Например, для нашего шахматного сайта страницы как chess1.htm, chess2.htm самые худшие примеры. Google и Yandex ищут **уникальный текст**, поэтому нужно им дать его. Посетите такой сервис как Google Blogger и заметите, как названия постов автоматически конвертируются в урлы. Делайте тоже самое – включайте ключевые слова в названия страниц.

6. Еще одна деталь, которая может творить чудеса. **Н теги** очень важны для поисковых роботов, и их добавление может быть очень полезным. Еще раз, вы можете увидеть как это делать в блоге Гугл. Когда вы делаете название страницы, включите его в **Title** и **H1** теги. Используйте **H2** теги по всей странице.

7. Проверьте все страницы вашего сайта и оптимизируйте их в соответствии с вышеуказанными пунктами. Будьте уверены, это значительно улучшит позиции вашего сайта и поможет получить **больше трафика**.

## Железный метод увеличения поискового трафика

*Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)*

Данный метод не то чтобы простой, а очень-очень простой, но в то же время он очень эффективен 😊

Что-то похожее уже было в посте "[Оптимизация старых постов](#)", поэтому можете считать этот пост дополнением к той статье. Сам метод я посмотрел [здесь](#).

1. Просмотрите статистику и найдите фразы, которые приносят достаточно много посетителей на сайт (естественно, в сравнении с другими фразами).
2. Проверьте позиции сайта по этим фразам в поисковых системах.
3. Отметьте все слова и фразы, по которым ваш сайт занимает место во второй десятке в выдаче, и выделите из них самую популярную (ею вы займетесь в первую очередь).
4. Поставьте на страницу, привлекающую посетителей по этой фразе, несколько ссылок с других страниц сайта (чередуйте якоря ссылок). Как минимум, поставьте ссылку с главной страницы.
5. Подождите, пока поисковые боты обработают изменения на сайте, и страница попадет в топ.

Конечно, для положительного эффекта внутренних ссылок может и не хватить (в этом случае добавьте внешних), здесь все зависит от вашей конкретной ситуации, но автору статьи удалось таким образом вытянуть сайт клиента на первую страницу выдачи, и по данному запросу на сайт стало приходить в 10 раз (!) больше народа. Всего несколько внутренних ссылок и какой эффект.

## Поисковая оптимизация страниц

*[Автор: Игорь Иванов \(Sevab\)](#)*

Интернет наводнен тысячами так называемых поисковых машин, которые действуют как пауки, посещая миллионы веб. страниц и доставляя информацию обратно к Yandex, Yahoo, Google или другим ботам. Эти данные используются для **ранжирования сайтов**, поэтому очень важно подготовить сайт к посещению этих поисковых пауков. Вот только некоторые подсказки, которые могут вам помочь улучшить поисковую оптимизацию.

Первое и самое главное – поисковики видят сайты не так как люди. Они сканируют текст страниц, включая метаданные. Для вас как для владельца сайта очень важно убедиться, что код ваших интернет страниц не содержит ошибок. Наиболее важные детали мы рассмотрим ниже:

**Заглавие страницы (Page Title)**. Когда вы посещаете какую-либо веб. страницу и смотрите на голубую полосу сверху браузера, вы видите там **название страницы**. Ваша цель сделать уникальные и релевантные названия для каждой страницы. Убедитесь что названия (Titles) отражают **содержимое страницы** и не повторяется по всему сайту.

Сегодня, любой пользователь без опыта программирования может редактировать отдельные страницы, используя различные программы известные как редакторы веб. страниц. В случае если вы используете редактор наподобие Dreamweaver, вы можете легко изменить название страницы, кликнув "View" -> "Toolbars" -> "Document". Другой способ - "Modify" -> "Page Properties" и затем вы увидите тонкую полосу, где вы можете написать название страницы.

**H1 текст. H1 тег** означает заглавие и самое первое название на странице, которое видят посетители. Если у вашей страницы много названий вы можете использовать их для каждого параграфа, но с другими тегами, например h2, h3 и так далее. Запомните, тег H1 должен быть один!

Пользователи Dreamweaver могут изменить свойства текста в поле format, которое обычно находится внизу экрана. Если вы не видите его, попробуйте "Window" – "Properties".

**Ключевые слова** или **ключевые фразы**. Как было упомянуто в предыдущих статьях, ключевые слова очень важны для всех видов сайтов. Это словосочетания, которые пользователи вводят в поисковую машину, чтобы получить необходимую информацию. Ваша цель определить **ключевые фразы** наиболее близкие тем, которые смогут вам принести значительный трафик.

Ваша стратегия состоит в том, чтобы определить точные **ключевые слова** и может быть следующей. Вначале подумайте обо всех ключевых фразах, наиболее точно описывающих ваш проект. Например, если ваш сайт посвящен шахматам. Вы можете выбрать следующие ключевые слова и фразы: шахматы, мат (конем?), шах, Каспаров, Карпов, дебют, эндшпиль, комбинация, Россия чемпион и так далее.

Далее, выберите наиболее важные ключевые слова, которые как вы думаете, более популярны чем другие. Постарайтесь уложиться в 5 – 15 ключевых фраз. Вы должны включить их в вашу страницу в тег

**Keywords.** Конечно, посетители не увидят эти слова и фразы, но поисковики их проиндексируют. Если вы пользуетесь Dreamweaver, вы можете вставить ключевые слова, кликнув меню Insert в главном окне, а затем "Head Tags" и "Keywords".

**Описание страницы.** Используйте короткие описания страниц. Не более 15-20 слов, описывающих содержимое вашей веб. страницы. Например, относительно шахмат вы могли бы сочинить что-нибудь в этом роде – Лучшая команда по шахматам Алтайского края это шахматисты школы номер 4 города Рубцовска под руководством тренера Вартанова Эдуарда Саркисовича.

Вы можете спросить, почему описание столь важно. Ответ прост: часто поисковые машины используют эти описания в результатах поиска. В этом случае пользователи увидят эти описания. И от того насколько они информативны, зависит посетят ли они ваш сайт или нет.

Пользователи Dreamweaver могут редактировать описания в меню Insert и подменю "Head Tags" – "Description".

**Картинки с альтернативным текстом.** У некоторых сайтов они есть, у других нет, но в любом случае, использование альтернативного текста (ALT) для картинок очень важно. Этот текст невидим пока вы не наведете курсор на картинку. Если там есть **alt текст**, вы увидите описание как подсказку. Поисковики всегда видят этот текст, поэтому очень важно использовать ключевые слова ключевые фразы в этих описаниях.

В Dreamweaver вы можете выбрать картинку и кликнуть "Properties". Там вы увидите ALT окошко, где вы сможете вставить ваше описание.

**Подгонка содержимогом страницы к ключевым фразам.** Как вы уже знаете, ключевые слова помогают поисковым машинам понять о чем идет речь на вашей веб. странице и соответственно ранжировать ваш сайт. Однако, главные ключевые фразы как "Чемпионат по шахматам" могут быть найдены на многих других сайтах, а значит, использование только ключевых слов не сможет улучшить ваши позиции в поисковиках. Вот почему вы должны уделять главное значение содержанию страниц.

Ваша главная цель это показать поисковым машинам, что у вас релевантное содержимое, отражающее предложенные ключевые слова. Это сделать очень просто – убедитесь, что самые важные ключевые слова упомянуты один или два раза в первом параграфе текста.

## Как создать идеально оптимизированную страницу?

*Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)*

### Часть 1

Практикующие SEO не раз слышали, да и часто сами себе задавали этот вопрос. К сожалению, готового ответа на этот вопрос нету. Не потому, что оптимизация – это трудная и нерешаемая задача. Готового ответа нету в силу постоянно меняющихся и дополняющимся новыми фильтрами алгоритмы. Все больше и больше приходится учитывать при оптимизации десятки факторов. Поэтому, в этой статье я постараюсь максимально раскрыть тему об “идеальной” оптимизации страницы. Почему именно страницы, а не сайта в целом? Ответ прост. Страница – основная базовая единица сайта. Если проблемы будут в ней, то с сайтом тем более.

## “Идеально” оптимизированная страница

Для примера возьмем:

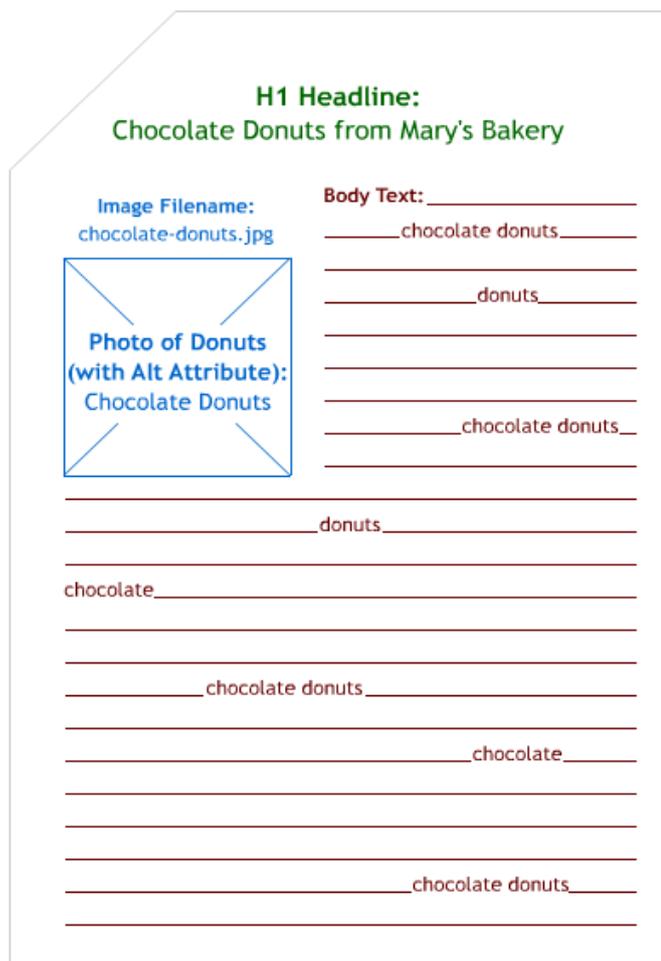
- Ключевую фразу: **chocolate donuts** (шоколадные пончики)
- TITLE страницы: **Chocolate Donuts | Mary's Bakery**
- Meta Description (описание): **Mary's Bakery's chocolate donuts are possibly the most delicious, perfectly formed, flawlessly chocolately ever made**

## The "Perfectly" Optimized Page

(for the example keyword phrase "chocolate donuts")

**Page Title:** Chocolate Donuts | Mary's Bakery

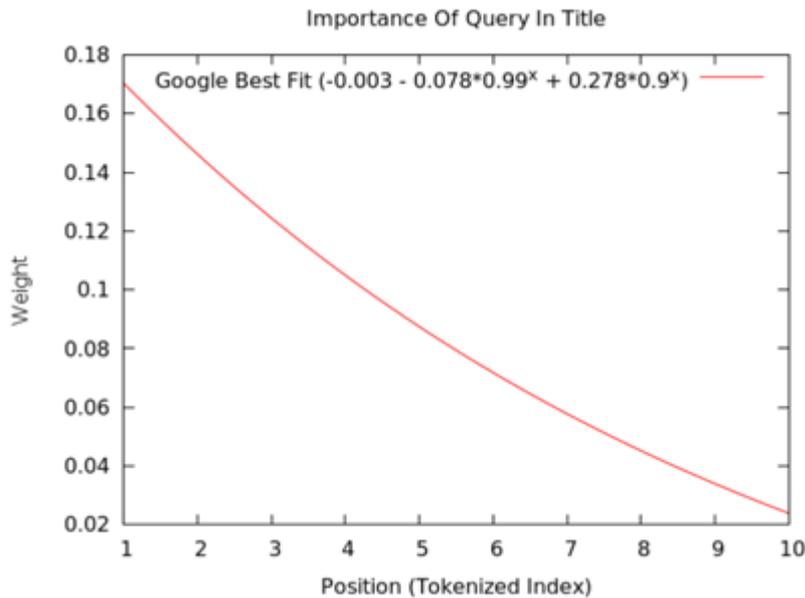
**Meta Description:** Mary's Bakery's chocolate donuts are possibly the most delicious, perfectly formed, flawlessly chocolately donuts ever made.



**Page URL:** <http://marysbakery.com/chocolate-donuts>

## HTML <HEAD> тэги

**TITLE** - самый важный ключевой элемент на странице. В заголовке страницы желательно использовать самые важные ключевые слова или фразы. Причем, эти ключевые слова или фразы должны располагаться в начале предложения. Ниже приведет график (построенный на данных исследования), показывающий взаимозависимость веса (*Weight*) ключевого слова от его положения (*Position*) в заголовке:



Очевидно, что использование ключевого слова или фразы с первых же слов в заголовке влияет на высокую степень корреляции (сопоставления) с высоким рейтингом этого ключевого слова или фразы.

**Meta Description** – хоть и не используется основными поисковыми движками для ранжирования, тем не менее Meta Description имеет важное место для целевого использования ключевого слова или фразы. Ведь именно фрагменты описания мы видим в результатах поиска. Также, описание влияет на рейтинг кликов, тем самым повышая трафик.

**Meta Keywords** - на сегодняшний день, я не рекомендую использовать этот тэг для своих сайтов. Связано это, уже из истории и практики, с злоупотреблением ключевых слов или фраз. Хотите, чтобы поисковики учитывали ключевые слова? Оптимизируйте контент страницы, а не мета тэг.

**Meta Robots** – хоть и не является необходимым, Вы должны быть уверены, что в нем не содержится директив, которые могут запретить поисковым роботам попасть и проиндексировать страницу.

**Rel “Canonical”** – используется на больших сайтах со сложной структурой. Если сайт маленький, все равно советуется использовать [этот тэг](#). Его основная задача, указать поисковику единственно правильный (канонический) URL страницы, тем самым исключая дубликаты. О нем подробнее поговорим в одной из следующих статей.

## URL

**Длина** -чем короче URL, тем больше он нравится поисковику и тем больше шансов, что он будет взят на тематически связанные сайты.

**Ключевые места** – чем ближе ключевое слово или фраза к доменному имени, тем лучше. Например [site.com/keyword](#) превосходит по рейтингу [site.com/folder/subfolder/keyword](#). Это наиболее рекомендуемый метод оптимизации ссылки (хоть и не массовый).

**Субдомены vs страниц** – несмотря на то, что субдомены могут иметь в своем названии конкретные ключевые слова, тем самым располагая нужное нам ключевое слово в самое начало ссылки, предпочтение больше отдается папкам и подпапкам, а не субдоменам.

**Разделители слов в ссылке** – дефиз “-” по-прежнему считается королем всех разделителей слов в ссылке. К слову, в названиях файлов, например, графических, слова также лучше разделять дефисом. Это связано с тем, что поисковики активнее индексируют картинки, где слова разделены дефисом.

## <BODY> тэги

О них и о других важных элементах страницы мы раскроем тему в [следующей статье](#).

## Часть 2

Приступим к рассмотрению второй части статьи о создании идеально оптимизированной страницы.

## <BODY> тэги

**Количество повторов ключевых слов** – невозможно точно определить, какое количество ключевых слов или фраз необходимо на странице. Но практика показала такие результаты: 2-3 повтора с на маленьких страницах, 4-6 повтора на более длинных страницах. В целом, это порядка 5%-7% ключевых слов от всего текста страницы, т.е. на 1000 символов – 50-70 символов ключевых слов. При нормально оптимизированных страницах сайта, такого количества ключевиков достаточно.

**Плотность ключевых слов** – как алгоритмический компонент, плотность ключевых слов – это полный миф, несмотря на то, что он задевает даже великие светлые умы SEO специалистов. Не существует формулы, по которой можно было измерить актуальность плотности ключевых слов.

**Комбинации ключевых слов** – вариации ключевых слов на странице влияют на ее ранжирование в глазах поисковиков. Вариации создают “контекст” главного ключевого слова страницы. В прошлой статье есть картинка, на которой наглядно показаны использование вариации ключевой фразы “chocolate donuts” в тексте.

**Заголовок H1** – долгое время считалось, что тэг H1 имеет большое значение в оптимизации страницы. Последние данные по исследованию корреляции (сопоставление) показали, что тэг H1 имеет низкую степень корреляции даже при высоких рейтингах (по факту, почти равных нулю). Все же, мы советуем правильно использовать тэг H1 как заголовок страницы и, желательно, он должен начинаться с ключевого слова или фразы.

**Заголовок H2/H3/H4/Hx** – по весу ниже чем H1. Должны применяться только в случае необходимости. Например, разметки текста. Для SEO они не несут никакой существенной ценности.

**Атрибут ALT** – этот атрибут очень важен. Он влияет на SEO и придает вес ключевым словам и фразам. Исследования показали, что ALT достаточно надежно держит высокую корреляцию ранжирования. Поэтому, мы настоятельно рекомендуем использовать графические изображения/фото/иллюстрации на важных ключевых словах или фразах, прописанных в атрибуте ALT тэга <img>.

**Название картинки** – трафик с изображений может быть основным в некоторых случаях, а также естественным способом поиска информации. Поэтому в именах графических файлов используйте осмысленные названия, а не просто цифры или набор букв. Поисковики умеют читать названия файлов.

**Bold/Strong** – выделение жирным шрифтом ключевых слов в тексте оказывает незначительное влияние на SEO. Больше такое выделение подходит для целевого использования, т.к. позволяет выделить зрительно важные ключевые элементы текста.

**Курсив/Подчеркнутый** – на удивление курсив и подчеркивание имеют большую силу влияния на SEO чем bold/strong.

**Внутренние анкорные ссылки** – влияют. Внутренние страницы получают дополнительный вес.

**HTML комментарии** – тоже самое, только для внешних сайтов. На то они и комментарии.

## Внутренние ссылки и расположение в структуре сайта

**Глубина клика** – чем более конкурентоспособные и значимые выражения используются в ключевых словах и фразах, тем более выше в структуре сайта они должны быть. Следовательно, меньше кликов нужно будет сделать для достижения такой страницы.

**Число/процент внутренних ссылок** – более связанные (перелинкованные) страницы имеют тенденцию к более высокому ранжированию.

**Ссылки в контенте vs статичной навигации** – поисковые системы, кажись, начинают признавать место ссылки на странице. Таким образом, используя ссылки в стиле Wikipedia, а не в статичной навигации, Вы извлечете большую пользу для своего сайта. И не забывайте, что Google учитывает только первую ссылку, которую он встретит в коде.

**Ссылки в сайдбарах и футерах** – последние проведенные исследования показывают, что Google может абсолютно обесценить ссылку, расположенную в футере. Ссылки в сайдбаре страдают меньше от поисковиков. Для статичной навигации используйте лучше верхние части сайта (в том же сайдбаре).

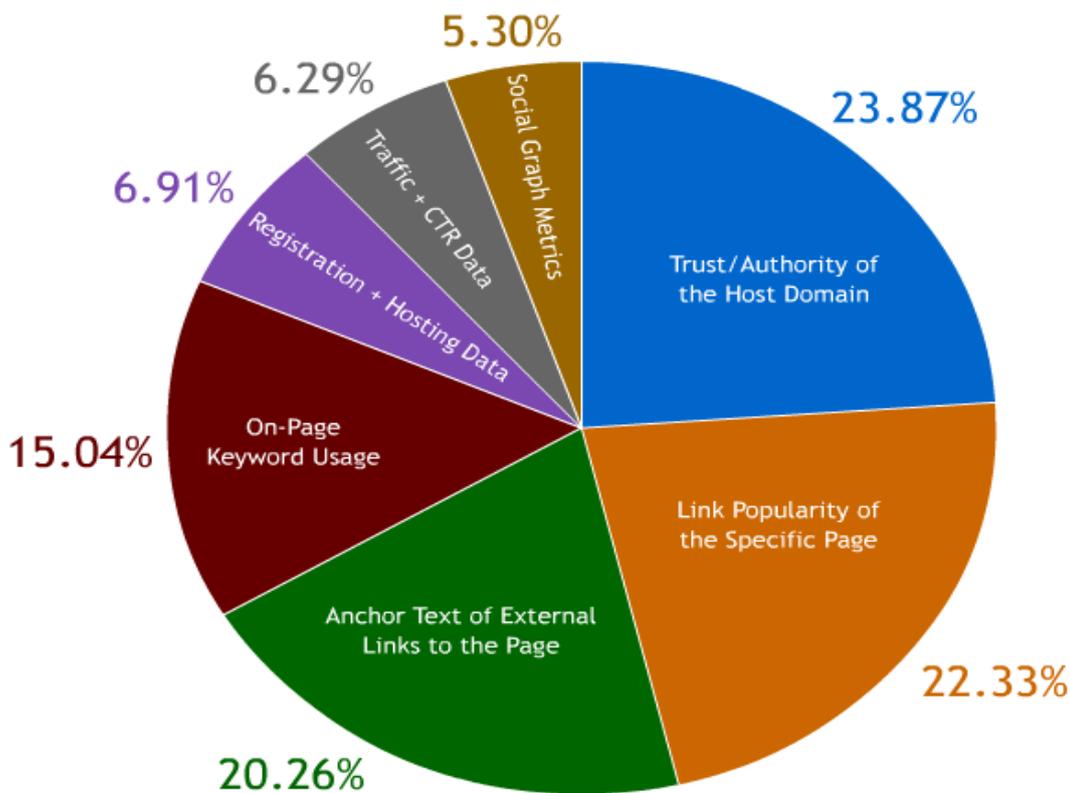
## Архитектура страницы

**Расположение ключевого слова** – важные ключевые слова предпочтительнее размещать в первых словах (50-100) текстового содержания страницы. Как правило, в первом абзаце. У поисковых движков есть некоторое предпочтение страницам, которые используют ключевые слова как можно ближе к началу страницы.

**Структура контента** – для поисковика нету большой разницы, как построен текст. Хотя многие веб-мастера используют четкий формат страницы текста (вступление, основная часть, примеры, заключение). Это важнее для читателя, чем для поисковика.

## Components of Google's Ranking Algorithm

(According to 72 SEOs Surveyed for SEOmoz's Biennial Search Ranking Factors)



Реально оценить качество внедряемой оптимизации можно путем тестирования страницы и ключевиков. Однако, примите к сведению, что 20% самых важных частей страницы и элементов (заголовки, внутренние ссылки и т.д.) дадут Вам 80% ценности оптимизации.

Содержимое картинки (в порядке убывания по %):

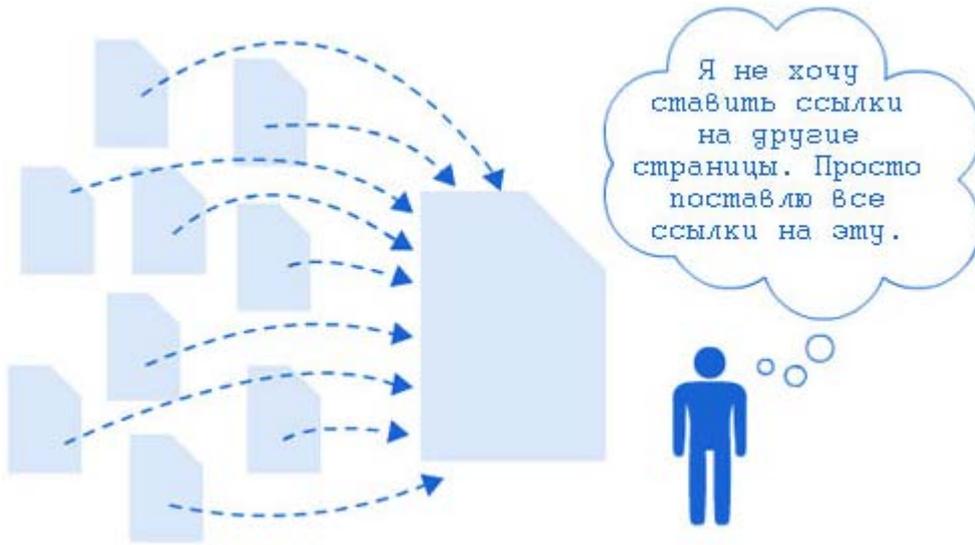
1. **Trust/Authority of the Host Domain** (Траст/Авторитетность домена) – 23.87%
2. **Link Popularity of the Specific Page** (Ссылочная популярность конкретной страницы) - 22.33%
3. **Anchor Text of External Links to the Page** (Анкорный текст внешних ссылок на страницу) – 20.26%
4. **On-Page Keyword Usage** (Использование ключевого слова на странице) – 15.04%
5. **Registration + Hosting Data** (Регистрация + данные о хостинге) – 6.91%
6. **Traffic + CTR Data** (Трафик + данные по CTR) – 6.29%
7. **Social Graph Metrics** (Социальная метрика) – 5.30%

## Оптимизации страниц под множество запросов

*Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)*

Несмотря на относительную простоту задачи, она по-прежнему ставит в тупик даже опытных специалистов поискового продвижения. Речь идет о способе оптимизации контента под поисковые системы: разбивать список ключевиков на множество отдельных страниц, либо группировать их, с последующим использованием на малом числе страниц. В последнем случае требуется производить меньший объем работы с построением внутренних ссылок и оптимизацией сайта (как для поисковых

систем, так и для удобства пользователей), чем в сравнении с расположением ключевиков на множестве страниц.



### Два вопроса, ответив на которые, вы значительно приблизитесь к решению проблемы

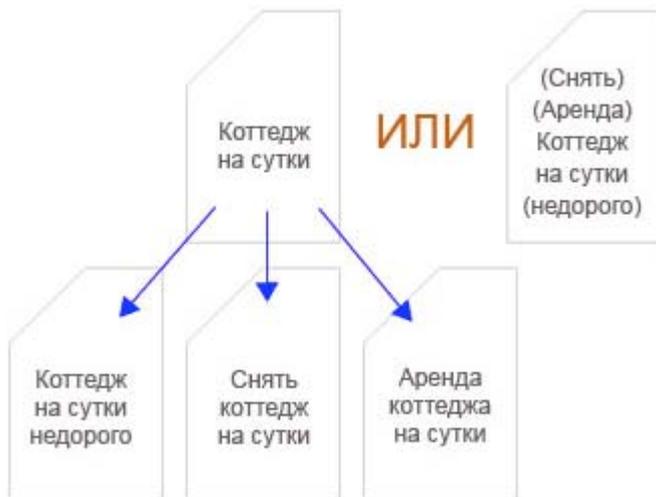
Для того чтобы дать обоснованный ответ и наверняка определиться с типом используемой стратегии оптимизации контента вашего сайта, следует ответить для себя на 2 вопроса.

1. Как много ключевых слов несут одинаковый смысл для посетителя?
2. Насколько высока конкуренция выбранных ключевых слов/фраз?

**При ответе на первый вопрос** вы сможете определить для себя способ разбиения всего списка ключевиков на группы «по интересам». При поиске в интернете пользователи практически всегда интересуются конкретным ответом на конкретный вопрос. Оптимально, если этот ответ будет дан на отдельной странице и раскрыт более-менее полно. Чем больше разнородной информации предоставляется на одной странице, тем ниже конверсия посетителя в вашего потенциального клиента. Помните, что конверсия на уровне 10% для 10-го результата поисковой выдачи лучше, чем конверсия 0.5% для первой позиции (согласно статистике AOL).

Позиция	Процент кликов	Пронгрыш первой позиции в X раз
#1	42.1%	N/A
#2	11.9%	3.5X
#3	8.5%	4.9X
#4	6.1%	6.9X
#5	4.9%	8.5X
#6	4.1%	10.4X
#7	3.4%	12.3X
#8	3.0%	14.0X
#9	2.8%	14.8X
#10	3.0%	14.1X
#11-20	10.1%	N/A
#21-1,000	1.2%	N/A

С другой стороны, иногда владельцы сайтов пытаются чрезмерно сильно разбить список ключевых слов по отдельным страницам. При этом в таких ключевых словах (фразах) основа остается одинаковой. Например:



Здесь мы видим фразы на одну и ту же узкую тематику, которые уточнить практически невозможно. Конечно, число запросов достаточно высоко, если же обратиться к статистике [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru), то можно заметить, что по каждой из этих фраз есть минимум 10 уточняющих, каждая из которых запрашивается вплоть до 100-300 раз ежемесячно. Поэтому некоторые оптимизаторы могут пожалеть плечами и подумать про себя: «Почему бы не создать по отдельной странице под каждую из этих фраз и стащить к себе весь трафик?». Конечно, можно идти и таким путем, но каково будет качество страниц сайта, написанных под каждый из этих ключевиков? Это переливание из пустого в порожнее, посетителю просто будет не интересно читать такие тексты.

Более того, судя по опыту [randfish \(SEOMoz.org\)](http://randfish(SEOMoz.org)), подобные эксперименты частенько заканчиваются плачевно – поисковые системы негативно относятся к такому искусственному наращиванию страниц, повышая в результатах выдачи статьи, оптимизированные сразу под несколько схожих ключевых фраз одновременно ввиду их большей естественности.

**Для ответа на второй вопрос** требуется быть в курсе хотя бы примерного уровня конкуренции в тематике ключевых слов. Если конкуренция высока, то имеет смысл создание большого числа страниц, оптимизированных под отличающиеся друг от друга узкотематические запросы (не как в примере выше – имеющих одну основу). В случае, когда каждое ключевое слово закреплено за определенной страницей, гораздо проще соблюсти требования по выведению страницы в топ поисковых систем: включить ключевик в метатеги Title и Description страницы, употребить его качественно в тексте большее число раз, использовать в заголовке (тег H2) и пр.

Также не стоит забывать про грамотную перелинковку страниц сайта, которая в этом случае производит осязаемый эффект, благодаря качественной фокусировке и снабжению важных страниц большим статическим весом, перетекающим с остальных страниц сайта. Все эти меры способны значительно увеличить эффективность продвижения, и благодаря только одному качественно написанному и оптимизированному контенту сайта вкупе с грамотной перелинковкой, удастся выйти в ТОП поисковых систем по низкоконтентным запросам, а иногда и по среднеконтентным.

## Плюсы и минусы двух противоположных методов построения SEO контента

Концентрация ключевых слов на одной странице (малом числе)

### Плюсы

- Гораздо проще получить ссылки на одну страницу, чем на множество.
- Требуется меньше времени и усилий на создание контента.

- Проще увеличить статический вес нужной страницы.
- Одна страница, оптимизированная под очень близкие ключевые слова гораздо лучше ранжируется, чем множество страниц, оптимизированных под каждое из этих ключевых слов.

### **Минусы**

- Стратегия плохо работает в случае высококонкурентных ключевых слов.
- В случае использования множества ключей на одной странице, ухудшается качество текста.

Разбиение списка ключевых слов на множество отдельных страниц.

### **Плюсы**

- Отлично зарекомендовавший себя подход при продвижении под высококонкурентные и среднеконкурентные поисковые запросы.
- При достаточной смысловой уникальности текстов, является хорошим способом увеличить число страниц сайта.
- Зачастую, некоторые группы ключевых слов просто невозможно использовать на одной странице.

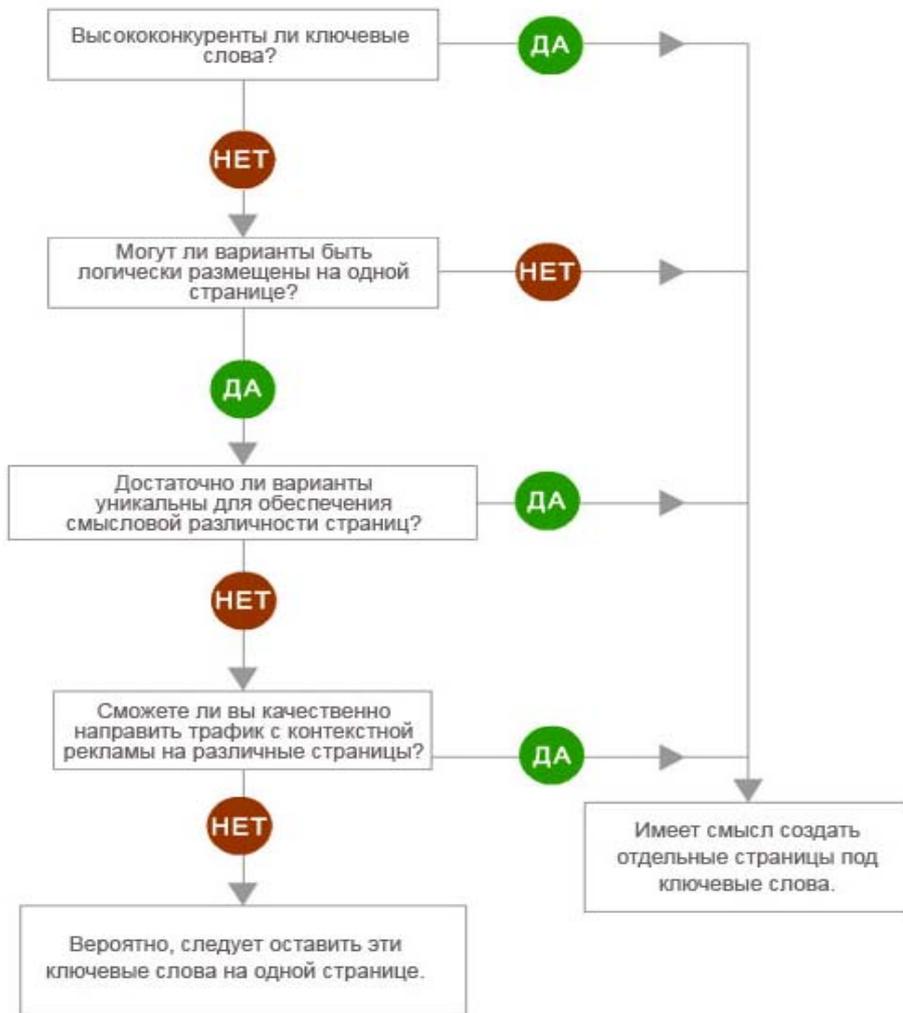
### **Минусы**

- Повышенные трудо- и времязатраты.
- Сложнее произвести внутреннюю перелинковку сайта и обеспечить внешними ссылками все нужные страницы.
- Поисковые системы плохо относятся к множеству страниц сайта, оптимизированных под схожие ключевые слова.

### **Выводы**

Какой можно сделать вывод из вышесказанного? Чтобы расставить все точки над *i*, удобно составить схему действий по выбору стратегии оптимизации контента.

## Следует ли разбивать ключевые фразы по отдельным страницам?



Итак, если ключевое слово высококонкурентно, лучше оптимизировать под него отдельную страницу. Причем, не только потому, что вы сможете максимально оптимизировать страницу под это ключевое слово, учитывая все особенности построения SEO контента, но и потому, что внутренние и внешние ссылки на страницу могут быть проставлены более узко и точно под конкретные ключевые слова/фразы. При таком подходе вы сможете конкурировать со страницами, оптимизированными под конкретные ключевые слова, и проиграете, если попытаетесь отказаться от точной фокусировки.

По материалам [www.seomoz.org](http://www.seomoz.org)

## Типы поисковых запросов. Изучаем цели аудитории

Автор: [Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)

Информационный мотив пользователя — это основной принцип, заложенный в классическом алгоритме информационного поиска. Однако, мотивы пользователей часто могут быть не информационными, а, скажем, транзакционными или навигационными или другими.

В 2002-ом году Андрей Бродер в своей работе "A taxonomy of web search"<sup>[1]</sup> классифицировал поисковые запросы на три основных типа:

### 1. Навигационные

Целью пользователя является найти определенный сайт.

### 2. Информационные

Цель в данном случае – найти требуемую информацию на одном или нескольких сайтах.

### 3. Транзакционные

Целью является немедленное выполнение какого-нибудь действия: купить или заказать продукт, скачать документ, загрузить файл и т.д.

К настоящему времени выделяют еще несколько типов запросов: **общие запросы**, которые сложно отнести к какому-либо из вышеперечисленных типов и **мультимедиа**, появившиеся из-за большого роста интереса пользователей к различным видам медиа.

Далее рассмотрим каждый из этих видов отдельно, а также определим, какую роль они играют в продвижении сайта.

## Навигационные запросы

Когда пользователи поисковых систем используют их для навигации к интересующим страницам, ищут определенный сайт, то вводимые ими запросы можно назвать навигационными. Например,

### однокласники

Во многих случаях русские пользователи помнят название сайта на русском языке, но не помнят, как он пишется на транслите или английском. Также часто навигационными запросами являются бренд-запросы, вроде **microsoft com** или **devaka** :)

Навигационные запросы используются для нахождения какой-либо информации **на конкретном сайте**, поэтому добавлять подобные запросы в семантическое ядро, если они не относятся к вашему сайту (в запросе не присутствует название компании, например), не имеет смысла. Даже если по навигационному запросу, касающегося другого сайта, вы выйдете на первую позицию, кликабельность сайта в поисковых результатах будет очень низкой.

Вот ещё некоторые примеры навигационных запросов:

### МГУ

сайт дом 2

### севастополь официальный сайт

домашняя страница билайн

### типы запросов devaka

На продвижение навигационных запросов в различных целях выделяют бюджет лишь некоммерческие организации. [Конверсия](#) навигационного запроса очень велика лишь в случае, если искали именно ваш сайт.

## Информационные запросы

В данном случае пользователя интересует ответ на вопрос, в независимости на каком сайте он находится. Пользователь будет кликать, практически, на все сайты из топа, пока не найдет качественный источник информации, который поможет ему решить проблему или найти нужный ответ.

К информационным можно отнести запросы пользователей, содержащие в себе вопросы: когда, где, как, зачем, почему и т.п. или же подразумевающие в себе содержание этих вопросов. Например,

### **что такое грамотная перелинковка**

как установить счетчик на сайт

**добавить сайт в поисковик**

rel canonical

Также информационные запросы могут содержать слова “инструкция”, “советы”, “отзывы” и т.д.

### **asus wl300g отзывы**

принципы работы поисковых систем

**самые богатые люди интернета**

Если в вашем ядре присутствуют информационные запросы, то целевыми для них лучше выбирать внутренние страницы со статьями, страницы блога или новостей, скорее всего пользователи хотят видеть после клика именно их.

В случае с информационными запросами, пользователь хочет почитать, посмотреть и редко что-то более. Для коммерческих сайтов продвигать подобный тип запросов имеет смысл лишь для увеличения доверия к своей компании, построения репутации квалифицированных специалистов или просто людей, которые в теме последних тенденций на рынке данного товара или услуги. Для некоммерческих сайтов с помощью продвижения информационных запросов можно хорошо зарабатывать на контексте, так как именно они смогут привести максимальное количество трафика.

## **Транзакционные запросы**

При вводе подобных запросов пользователи ищут тот сайт, где они могут совершить какую-либо интересующую транзакцию. Например,

**кондиционеры panasonic в москве**

доставка пиццы

**посуда центер купить**

подписаться на рецепты

**фотошоп скачать**

ubuntu 10.10 torrent

При выборе окончательного сайта пользователь может руководствоваться разными соображениями: сравнивать качество продукта или версию программы, сравнивать цену на услугу или товар и др. Для многих пользователей совершить транзакцию дело очень ответственное, поэтому они сначала могут подробнее ознакомиться с разными разделами сайта, а также с другими сайтами, прежде чем принять решение и совершить действие.

Транзакционные запросы часто являются самыми конкурентными, но при этом и приносят именно целевую аудиторию, готовую совершить покупку или заказать услугу. Таких посетителей лучше всего направлять на страницу, где он может выполнить непосредственно искомую транзакцию, без чтения длинных инструкций или статей. Чем больше кликов пользователь должен совершить для совершения интересующего действия, тем более вероятно, что он совершит это действие на других сайтах.

## **Общие запросы**

Общие запросы сложно отнести к каким-либо другим видам. Они могут быть как информационными, так и транзакционными, мотив пользователя по ним определить сложно. К примеру, это такие запросы, как:

**воздуховоды**

установка окон

**свадебные платья**

В случае со свадебными платьями, какой-то процент посетителей захотят взять их напрокат, другие приобрести, а третьи посмотреть варианты свадебных платьев в фотографиях. Часто под категорию общих запросов попадают однословные ключевые слова без уточняющих фраз.

Обычно, конверсия общих запросов намного ниже, чем конверсия транзакционных, так как всё же какой-то процент из них являются информационными.

По необразованности клиентов, которые заказывают продвижение общих запросов для своего коммерческого сайта, общие запросы имеют большую конкуренцию. Но тут некоторым приходится жертвовать, так как все же среди пользователей найдутся те, которым понравится товар и они совершат его покупку или заказ.

Для увеличения юзабилити и, соответственно, конверсии сайта, необходимо для общих запросов показывать страницу, на которой представлены не только информация о товаре (услуге), но и возможность совершить какое-либо действие, на случай, если запрос является более транзакционным.

## Мультимедиа запросы

Существует множество видов различных медиа: аудио, видео, фото, онлайн-презентации и др. Часто люди ищут что-нибудь из этого, чтобы сейчас же послушать или посмотреть. В коммерческих тематиках мультимедиа запросы вводятся для поиска видео-инструкций, предварительного прослушивания аудио-альбомов, поиска фотографий товаров и так далее.

Примерами мультимедиа запросов могут служить:

**клип майкла джексона песня земли**

**котята обои на рабочий стол**

**фотографии причесок**

**установка ванны видео**

**фото ковка ворота**

Можно сказать, что мультимедиа запросы являются частью информационных, но выделенны в отдельный тип из-за большого их количества и для решения, какого рода информацию предоставить пользователю по такому виду запросов.

Например, поисковые системы при вводе большинства мультимедиа-запросов [предоставляют пользователям не только текстовые сниппеты](#), но также набор фотографий, превью видео с YouTube или других видео-сайтов. По некоторым из этих запросов можно определить, какой именно тип медиа ожидается пользователем в ответ на его вопрос, но в других случаях тип медиа определить невозможно. Примером для последнего утверждения являются имена кино-звезд или певцов.

На целевой странице для мультимедиа запросов необходимо размещать медиа-контент, ожидаемый пользователем, либо же несколько типов медиа, если из запроса определить вид ожидаемого медиа невозможен.

Продвигать подобного рода запросы сложно, так как первые места обычно заняты нетекстовыми блоками с различных популярных мультимедиа-сайтов.

## Заключение

При составлении ядра поисковых запросов необходимо учитывать особенности вашей будущей аудитории, изучить её, провести тестирование, проанализировать, по каким запросам [именно ваш сайт](#) принесет вам максимальную конверсию.

Коммерческим сайтам необходимо основной упор делать на транзакционные запросы, как наиболее эффективные для осуществления продаж. Остальные виды запросов хорошо использовать для особого позиционирования себя на рынке товаров или услуг, формирования репутации и бренда.

При продвижении сложных запросов, типа мультимедиа или общих, необходимо на целевой странице посетителям показывать несколько блоков, в соответствии с разными мотивациями зашедших на эту страницу посетителей.

В любом случае необходимо знать, какой мотив подтолкнул человека посетить ваш сайт и действовать в соответствии с этим мотивом, а не в противоречие с ним.

### Полезные документы по теме:

1. [A Taxonomy of Web Search.pdf \[166.22KB\]](#)
2. [Building Taxonomy of Web Search Intents for Name Entity Queries.pdf \[1.61MB\]](#)

## Влияет ли Sitemap на индексацию?

*[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)*

Вы много слышали о Sitemap, но на сколько он эффективен, когда речь идет о скорости индексации новых страниц?

Вы будете очень удивлены, но отсылка Sitemap действительно прекрасно работает. Подробно результаты экспериментов представлены на графиках:





Как видно из графиков, среднее время, через которое бот Google посещает новые страницы, при отправлении карты сайта составляет всего 14 минут, без отправления карты – 1375. Для Yahoo 245 минут с картой и 1773 минуты без Sitemap соответственно.

Есть мнение, что если не отправлять Sitemap, то это помогает выявить проблемы со структурой сайта. Конечно, если вы не уверены в структуре ссылок сайта и подозреваете, что могут быть проблемы с «естественным» нахождением ботом новых страниц, то, не отправляя Sitemap, вы сможете обнаружить эти проблемы. Однако, если в структуре сайта вы уверены, то такая мелочь как отправка Sitemap поможет в десятки раз ускорить индексацию новых страниц.

## Ошибки поисковой оптимизации

В этом разделе поясняются основные SEO ошибки и даются пути исправления погрешностей, влекущих за собой неприятные последствия для ваших ресурсов.

### Основные ошибки поисковой оптимизации

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

Ниже представлен список наиболее распространенных ошибок, которые совершают вебмастера при оптимизации сайтов под Яндекс, Google или любую другую поисковую систему. Ознакомьтесь с ними, чтобы впредь не наступать на чужие грабли.

#### 1. Игнорирование SEO

Это самая большая ошибка. Если вы сделали сайт для себя и он вам нравится, тогда речи о SEO быть не может, однако, если вы делали сайт для других, что более вероятней в нашем коммерциализованном мире, и хотите привлечь заинтересованную к вашей тематике аудиторию, тогда не игнорируйте SEO, приложите все усилия, чтобы как можно более оптимальней использовать возможности Интернет-сферы.

#### 2. Неосведомленность о правилах нахождения в индексе поисковика

Если вы хотите, чтобы ваш сайт находился и хорошо ранжировался в поисковой системе, необходимо сперва ознакомиться с её правилами. Многие вебмастера жалуются, — “мой сайт забанили, что мне делать?”. Прежде всего, надо прочесть [руководство для вебмастеров](#) в Google и [советы вебмастеру](#) от Яндекса. Начинать любую SEO кампанию, не зная правил поисковых систем, это все равно, что стараться понравиться какому-либо человеку, не зная его вкусов и мировоззрения.

#### 3. Недоделанный сайт

У вас сайт находится на стадии разработки и при этом вы уже начали SEO кампанию? Не делайте такой ошибки. Целью любой SEO кампании является привлечение целевой аудитории (и её удержание или конверсия), а не просто занятие хороших позиций в результатах поиска. Если посетители придут к вам с поисковых систем и не найдут то, что искали, то вы потеряли потенциального клиента и в следующий раз он может зайти на ваш сайт, но уже с более низким уровнем доверия. В этом случае вы неэффективно тратите свой бюджет на раскрутку сайта.

Одно из правил SEO гласит — **сначала оптимизация, потом раскрутка**. Сделайте сайт таким, чтобы при его посещении процент отказов был минимальным. Даже [при проведении технических работ](#) старайтесь делать пребывание посетителей на сайте информативным. Сделайте все возможное, чтобы посетитель обязательно вернулся к вам и рекомендовал ваш ресурс своим друзьям и знакомым.

#### 4. Спешка и ориентация на роботов

Правильно говорят, — “Поспешишь – людей насмешит”. Проверьте ваш сайт сами, попросите друзей, чтобы они потестили его и указали на все недостатки. У вас не должно быть на сайте битых ссылок, картинок и несуществующих страниц. Все формы должны работать, а верстка не расползаться в других браузерах. Навигация на сайте должна быть удобной и весь контент доступен из переходов по внутренним ссылкам.

Если на сайте будут какие-нибудь вещи, которые могут не понравиться посетителям, то, вероятнее всего, это не понравится также и поисковику. Поэтому, не спешите раскручивать сайт, убедитесь в том, что он юзабелен и поисковые системы поймут именно то, что вы хотели им сказать на своих страницах.

## 5. Переизбыток ключевых слов

Зачастую, оптимизируя сайт под поисковики, сеошники совершенно забывают о посетителях, пикая страницы ключевыми словами и делая их нечитаемыми...

### Издательство книг

Мы знаем, **как издать книгу!** В сфере книгоиздания "Литкон-Пресс" работает более 10 лет. Поэтому мы точно знаем, **сколько стоит издать книгу** тем или иным тиражом, **что нужно, чтобы издать книгу, как подготовить книгу к печати, как напечатать книгу и как продать тираж!**

Старайтесь создавать полезное и информативное содержание страниц, уместно используя ключевые слова. Если вы занимаетесь SEO, то должны знать, что [плотность ключевых слов не важна для хороших позиций](#) и более того, переизбыток ключевых слов может считаться за поисковый спам.

## 6. Использование тегов не по назначению

Теги H1-H6 предназначены для указания заголовков. Самый главный и весомый из них, это тег H1, в него надо поместить название страницы, которое включает в себя также и необходимые ключевые слова. Например, если у вас имеется страница со статьей и комментариями к ней, то в H1 необходимо поместить название статьи, а не хлебные крошки (путь, например, "Главная » Лучшие статьи"), помещая при этом само название в теге параграфа.

Используйте теги по назначению, помещайте в наиболее значимые из них более значимую информацию, по которой, вероятней всего, эту статью будут искать.

## 7. Привлечение друзей для цитирования ваших материалов

Некоторые владельцы сайтов просят своих знакомых: "я сделал классный сайт, напиши обзор о нем в своем блоге" или "размести пожалуйста постовой на мою новую статью". Не надо просить друзей это делать. Если ваш новый сервис или статья действительно заслуживают внимания, то друзья сами об этом напишут и поставят нужные анкоры в ссылку, таким образом вы увидите естественную обратную связь и сможете принять правильное решение по поводу дальнейших планов касательно сайта.

С другой стороны, если вы будете ссылаться на ваш сайт лишь с одних и тех же ресурсов, то это будет выглядеть в глазах поисковиков (и, аналогично, пользователей) навязчиво и вы не заслужите [такого доверия](#), как если бы на вас ссылались различные ресурсы, а не только друзья. То же самое касается социальных закладок. Google и Яндекс не дают хорошего веса плохо модерлируемым ссылкам, которые могут проставлять любые пользователи.

## 8. Размещение ссылок на своих друзей по их просьбе

Ссылайтесь лишь на те ресурсы, которые вы рекомендуете своим читателям, чтобы избежать в дальнейшем проблем с фильтрами поисковиков. Если друзья вас просят разместить на них ссылку или обменяться постовыми, то подумайте дважды. Вы, в первую очередь, делали свой сайт не для друзей, а для других целей (чаще всего для бизнеса), поэтому, "дружба дружбой, а служба службой". Отучайте их от подобных просьб.

Исключением могут быть однотематические ресурсы и простановка ссылок в специальном разделе "друзья сайта" или "полезные материалы".

## 9. Неслежение за статистикой посещений

Обязательно необходимо [поставить счетчик на сайт](#) для постоянного слежения и сбора статистики посещений. Если вы не знаете, что пользователям интересно, какие у вас на сайте страницы входа и выхода, какие из них пользуются большей популярностью, каков показатель отказов и так далее, то вы не сможете эффективно проводить раскрутку. Благодаря статистике, вы всегда сможете узнать, в какой момент ваш материал стал популярным, по каким причинам или наоборот, почему произошло падение трафика. Анализируя эти данные, вы можете принимать правильные решения.

## 10. Прекращение раскрутки на полпути

SEO это не магическая формула, применяя которую вы добиваетесь моментального успеха. **SEO это долгий и кропотливый труд.** Поэтому, не останавливайтесь на полпути, опуская руки. Продолжайте действовать и рано или поздно вы [добьетесь успеха](#).

Существуют также и другие **ошибки поисковой оптимизации** (например, использование чрезмерного количества рекламы на сайте или дублированного, неуникального контента, черная оптимизация, [прогон по каталогам](#)), о которых вы можете узнать из личного опыта многих вебмастеров и оптимизаторов, читая форумы и, конечно же, этот блог :)

## Технические ошибки оптимизации сайтов

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

В данной статье затронут **технический аспект оптимизации** сайтов и основные недочеты, требующие исправления в первую очередь (см. также статью [Основные ошибки поисковой оптимизации сайтов](#), где описаны общие ошибки оптимизации).

Результаты аудита большинства сайтов показывают, что многие вебмастера допускают одни и те же ошибки в техническом плане. Эти недочеты влияют на продвижение сайта по-разному, одни виды ошибок не позволяют поисковым роботам быстро индексировать страницы сайта, другие дают потенциальную уязвимость для конкурентов использовать эту техническую особенность для своих коварных целей, третьи же ошибки могут в последствии сыграть негативную роль в плане продвижения и позиций. Ниже описаны наиболее часто встречаемые технические недоработки и методы их исправления.

### Доступность домена по разным адресам

Когда один и тот же ресурс доступен по разным URL-адресам, например, с префиксом www и без этого префикса, и при этом они не склеены между собой, возникает проблема дублированного контента. Поисковые роботы в данном случае могут посчитать, что по одному из адресов контент не уникален и поместить его в дополнительные результаты поиска. Не всегда выбранный поисковиком адрес дубля устраивает владельца сайта, поэтому следует избегать этой ошибки, склеивая между собой основной домен с неосновным зеркалом или со всеми алиасами домена.

### Как проверить наличие ошибки?

Введите в адресную строку браузера адрес сайта с www. и без www. Если сайт доступен и в первом и во втором случае и при этом в файле robots.txt не прописана директива Host, тогда вы не выбрали основной домен для продвижения.

### Как исправить ошибку?

Необходимо в файле robots.txt всех зеркал добавить директиву Host с указанием основного домена, например.

```
User-Agent: Yandex  
Host: www.maindomain.ru
```

Где домен www.maindomain.ru (без http) является выбранным вами основным доменом. См. также статью [о продвижении сайтов с помощью зеркал](#).

К тому же следует [поставить 301 редирект](#) с неосновного домена на основной. Таким образом, при вводе, например, адреса <http://maindomain.ru/articles/> в браузер, пользователя должно редиректить на основной домен <http://www.maindomain.ru/articles/>.

## Доступность главной страницы по разным адресам

Главная страница сайта должна быть доступна лишь по основному адресу <http://www.maindomain.ru/>. Если она доступна также и по другим адресам, например, <http://www.maindomain.ru/index.php>, то возникает ошибка дублированного контента, из-за которой возможно падение позиций сайта при удобном стечении обстоятельств (сочетании других факторов).

### Как проверить наличие ошибки оптимизации?

Необходимо ввести в браузер адрес с [index.php](#) или [index.html](#), например,

<http://www.maindomain.ru/index.php>

Если страница доступна и нет редиректа на основной домен, то ошибка существует. Также найти дубли главной страницы можно, введя в кавычках её TITLE в поиске Яндекса или Google, анализируя результаты выдачи.

### Как исправить ошибку дублирования главной страницы?

Для исправления этой ошибки следует также использовать [301-ый редирект](#) с дублей на основной домен, либо отдавать 404-ую ошибку (страницы не существуют). До этого следует из результатов поиска удалить все дубли (например, это делается с помощью [панели для вебмастеров](#) в Google). Редирект, при использовании `apache` и `mod_rewrite`, можно сделать следующими строками:

```
RewriteEngine On
RewriteCond %{REQUEST_URI} ^/index\.(.+)$
RewriteRule ^.*$ http://%{HTTP_HOST}/ [R=301,L]
```

## Большой уровень вложенности страниц

Не совсем технический аспект, но часто эта ошибка оптимизации возникает из-за неправильной работы CMS (нехватки каких-либо модулей).

При индексации контента сайта, поисковый робот ходит по внутренним ссылкам со страницы на страницу по определенному алгоритму и своему расписанию. Документ с большим уровнем вложенности (более 3-4, то есть те страницы, которые доступны в минимум 3-4 и более кликах по ссылкам от главной) поисковики дают минимальный приоритет, что означает, что до этих страниц очередь переиндексации может прийти не скоро и старый контент может оставаться в индексе поисковых систем месяцами или даже годами. Это логично, так как страницы с большим уровнем вложенности обычно менее приоритетны для пользователей и имеют низкую вероятность посещения, а соответственно, и малый статический вес (ничтожный по сравнению со страницами 2-3 уровня вложенности).

### Как найти страницы на сайте с большим уровнем вложенности?

Для поиска таких страниц можно использовать бесплатный инструмент [Xenu Link Sleuth](#), который также позволит найти и другие ошибки.

### Как исправить ошибку больших уровней вложенности?

Следует не допускать на сайте наличие подобных страниц и разделов. Если их возникновение неизбежно, тогда используйте стандартные средства перелинковки: html карту сайта, облака ключевых слов, древовидное меню, разделы “похожие статьи” для статей и новостей и другие методы [перелинковки](#).

## Наличие несуществующих страниц

Известная ошибка, когда для несуществующих документов выдается главная (или другая) страница сайта с 200-ым кодом ошибки, а не с 404-ым. В данном случае, опять же, может возникнуть проблема дублированного контента.

### Как определить наличие ошибки?

Ввести в адресную строку браузера любую несуществующую страницу анализируемого сайта, например,

<http://yandex.ru/not/exists>

Если в HTTP заголовках выдается **HTTP/1.1 404 Not Found**, то все нормально, сайт отдает 404-ую ошибку. Если же в заголовках присутствует 200 ошибка или 304-ая (Not Modified), то следует исправить этот недочет.

### Как исправить ошибку?

Необходимо для несуществующих страниц выдавать соответствующий код, чтобы поисковый робот не добавлял их в индекс. Обычно это настраивается в используемой CMS. Если у вас нет таких настроек, тогда проверьте .htaccess файл или обратитесь к разработчикам вашей системы управления контентом.

## Другие технические ошибки оптимизации

Также существуют некоторые другие, менее популярные технические аспекты, которые не учитываются оптимизаторами или вебмастерами при продвижении сайтов. К ним относятся:

### — Ошибки в движке сайта

Формирование дублей, добавление параметров сессий в URL-адреса, неверные коды ответов страниц, ошибки в .htaccess-файле.

### — Открытые серверные логи

Увеличивают количество неинформативных страниц в индексе поисковой системы, уменьшая доверие к сайту и скорость индексации важного контента.

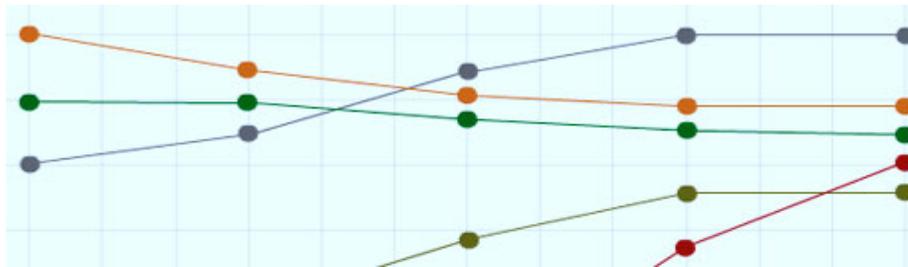
### — Низкая скорость отдачи страниц

Скорость отдачи страниц пользователю является одним из факторов ранжирования с недавнего времени. Чем больше вы заботитесь о пользователях, тем больше доверия получаете и от поисковых систем.

Анализируйте свои сайты самостоятельно или [заказывайте аудит](#), выявляйте технические ошибки и устраняйте их. Успехов в оптимизации!

## Сайт для людей, а не для поисковиков

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*



Если вы уже какое-то время связаны с поисковой оптимизацией, тогда наверняка слышали **старый совет**:

*Если сайт сделан для людей, тогда поисковику он тоже "понравиться".*

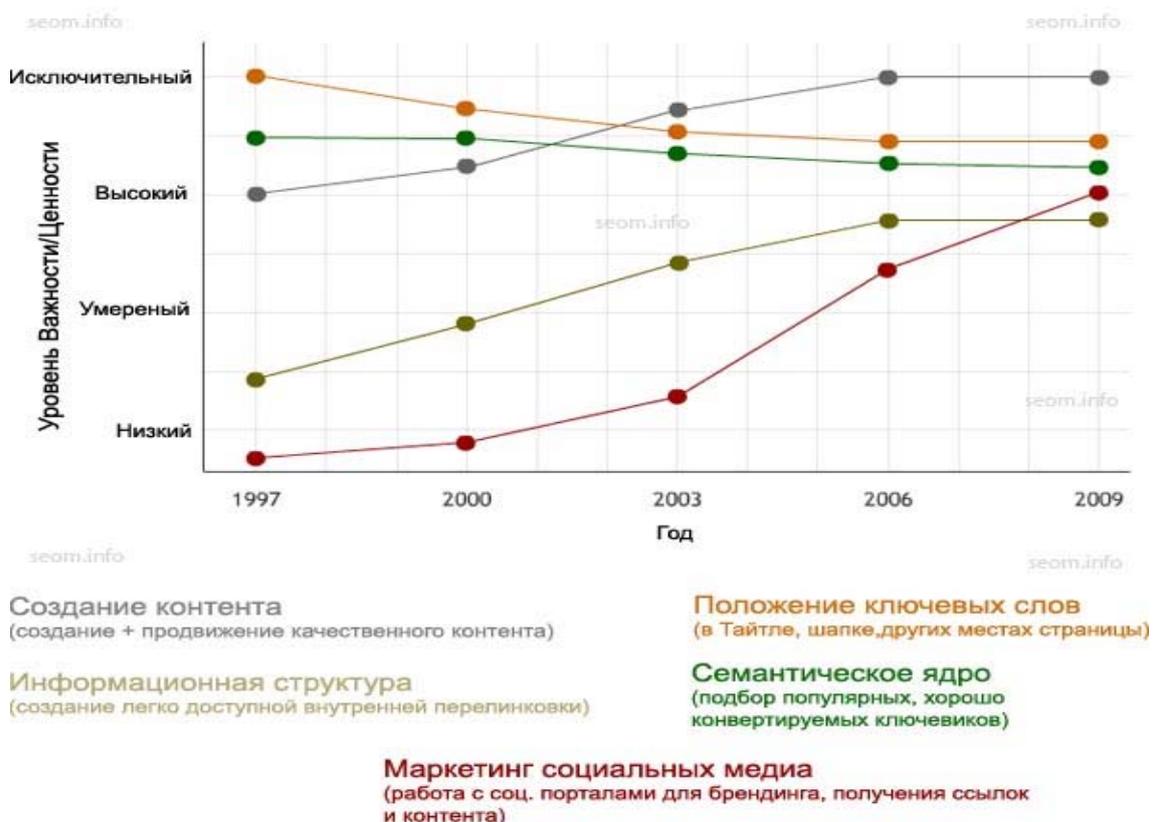
**И исходя из этого:**

*сайты сделанные под поисковику, а не для людей, считаются теми что пытаются манипулировать поисковой выдачей (черное/серое seo) и в конце концов попадут под фильтры или в бан !*

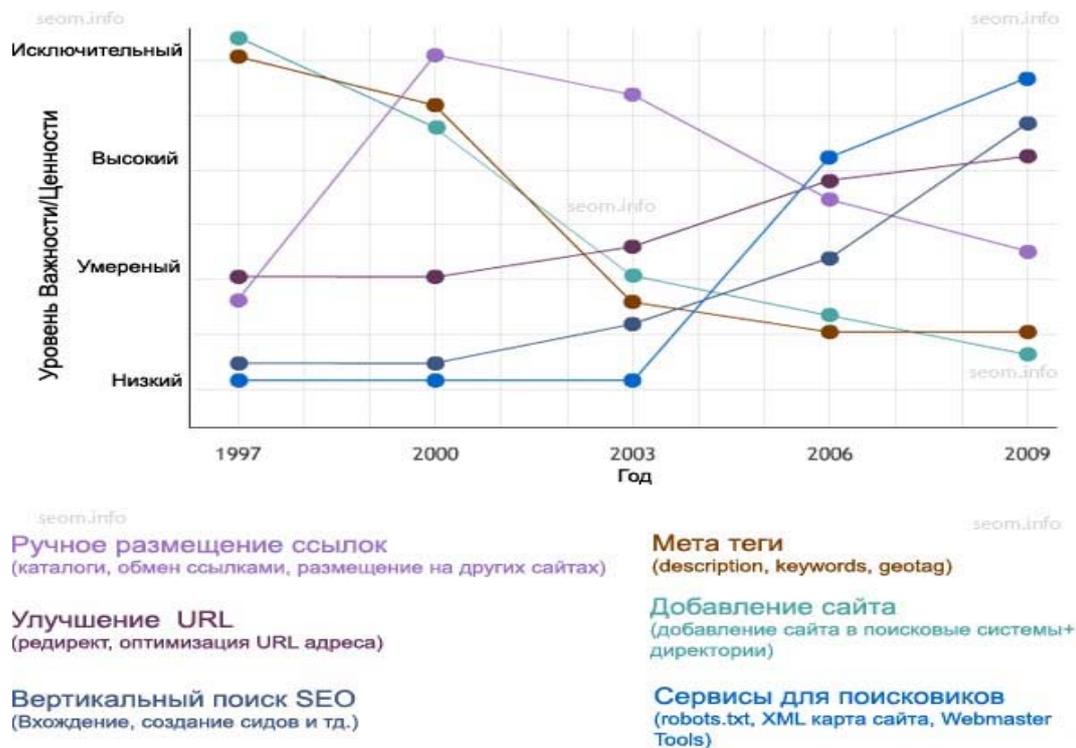
Мое мнение, что оба этих высказывания, **в корне неправильные и обманчивые.**

Когда я начал исследовать данный вопрос, я думал что возможно раньше эти высказывания были актуальными, но изучив этот вопрос более основательно я пришел к выводу что даже и это не так:

### Относительный уровень важности / ценности SEO тактики ориентированной на пользователей, в промежутке времени



### Уровень важности SEO тактики ориентированной на поисковику, в промежутке времени



(пожалуйста имейте ввиду: что схемы на подобии этих всегда были моим личным мнением)

Когда я следовал принципу "делай для людей, а не для поисковиков" результат моей работы то возрастал то падал, так я пришел к мысли что это был не совсем хороший совет.

Если посмотреть в прошлое, я почти уверен что на семинарах или в беседах с клиентами я сам упоминал это общее заблуждение.

Теперь я прямо могу заявить следующее - [SEO](#) это задание которое требует пристального внимания к тому чего хотят посетители и поисковые машины. Без этого вы не сможете сделать [эффективное продвижение](#).

Вы только подумайте, сколько разных вещей мы проделываем с сайтом, которых мы бы никогда не делали, не существовай поисковых машин:

- **Title тег:** Возможно мы бы что-то в нем прописывали, но разве наполняли его ключевыми словами, делали уникальным для каждой страницы, заморачивались какими знаками разделять слова? Что-то я в этом сильно сомневаюсь.
- **Мета теги:** Нет. Даже нет смысла с этим заморачиваться.
- **XML карты сайта:** Я более чем уверен ни один человек не будет просматривать этот файл чтобы делать навигацию по сайту.
- **SEO инструменты для Вебмастеров:** Без поисковиков, их просто бы не существовало.
- **Семантическое ядро:** Я думаю это бы напоминало копирование рекламы- думай Злой Человек.
- **Положение ключевых слов:** Зачем заботиться о положении ключевых слов, кроме как для поднятия конверсии?
- **Улучшенная структура URL-адресов:** В этом нет никакой надобности - посетители при любом URL будут получать контент.
- **Доступные ссылки:** До тех пор пока вас не волнуют >2% посетителей которые не видят Flash, продолжайте делать ссылки на контент вашего сайта из различных приложений.
- **Robots.txt и Мета роботы:** Нет поисковиков, нет смысла управлять поисковиком.
- **Наращивание ссылочной массы:** Бесплезно для получения целевых посетителей, зачем заморачиваться?
- **Работа с вертикальными поисковыми системами:** Это пустая трата времени.
- **Структура информации:** Это можно делать только из-за посетителей. Для других целей это бесполезно.

- **Редирект:** Без поисковиков, мы можем использовать любой удобный для нас способ - java скрипт, meta обновление, 302 редирект - для пользователей они имеют небольшую разницу.
- **Rel="Nofollow":** Внутренний или внешний, он уже не нужный атрибут.

Я думаю, что основная проблема с "сделано для людей", что поначалу это кажется вполне логичным и не лишенным смысла.

Но так только на первый взгляд, если исследовать этот вопрос глубже, используя знания и опыт, то все совсем иначе.

У многих посетителей складывается мнение что я против сайтов для людей - хочу уверить, что это не так.

Веб-сайты создаются в первую очередь для людей, посетитель - это центральная фигура на которую должен ориентироваться вебмастер при создании сайта.

В своей статье я хотел акцентировать внимание на оптимизации сайта, при которой центральной фигурой являются поисковые машины, собственно для которых все и делается ( XML карты сайта, анкоры ссылок, перелинковка, использование различных SEO сервисов и инструментов, и т.д.)

Таблицы и схемы вверху, я сделал с целью показать что "SEO ориентированное на людей" - это упущенные возможности.

Разве вы можете себе позволить это улучшение?

Оригинал: [Terrible SEO Advice: Focus on Users, Not Engines](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Как не надо продвигать сайт

[Автор: Brabus](#)

### Brabus:

Предлагаю в этой теме писать о горьком опыте в продвижении сайтов, наверняка такого много у кого случилось, сделал а результат отрицательный. Пишите, дадим шанс остальным не наступать на те же грабли.

Начну с себя.

Наставил на сайт счетчиков, рейтингов штук 10 в подвал сайта, сайт 300 страниц.

Получилось исходящих ссылок аж 3000, результат обнуление pr2.

Думаю что именно из за этого.

### Sevab:

Добавлю свои прошлые неприятности.

- 1) Большое количество внешних ссылок на главной странице (понижение ПР).
- 2) Кнопки на большое количество социальных закладок с прямыми ссылками на всех страницах. Причем делал на яваскрипт, но гугл все равно его читает. Понижение ПР и трафика.
- 3) Переоптимизация. Слишком частое повторение ключевиков на странице. Понижение трафика.
- 4) Страница под линко-помойку. ПР и трафик.

Ссылки можете проверить на нашем сайте на странице [Проверка обратных ссылок](#).

А подробно можно в [Yahoo site explorer](#).

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Продвижения по словам с ошибками

[Автор: Kerol](#)

### **Kerol:**

се наверное видели при неправильно набранных словах гугл все таки некоторые результаты показывает.. Это работа продвижения или ПС так сама делает?

Стоит ли продвигать сайт по словам с ошибками или в неверной раскладке? Каким образом?..

### **Chiliec:**

Попробуйте ввести в яше или гугле слово в неверной раскладке. Например, **jgnbvbpfbz**. Обе ПС скажут что вы ошиблись. А вот слова с ошибками продвигать можно. Довольно часто запрос, написанный с ошибкой, оказывается таким же или более популярным, нежели написанный верно. С другой стороны, показывать посетителям сайта безграмотный текст как основную информацию в ответ на запрос – неправильно. Это может создать превратное впечатление о сайте. Слова с ошибками следует размещать так, чтобы пользователи на них практически не обращали внимания или вообще не видели.

### **Sevab:**

Обязательно стоит. Я например, в описаниях seo инструментов (начиная с главной страницы сайта) специально использую если не слова с ошибками, то обязательно сленговые (иногда не словарные, но не матерные 😊).

### **rav:**

Все же стоит сначала посмотреть, как поведет себя поисковая система, автоматически исправит слово и выведет результаты без ошибки или выведет результат поиска для слова с ошибками.

### **ASSARUM:**

Сленговые выражения, не протокольную речь использовать для продвижения нужно, но вот по поводу продвижения ключевиков с использованием слов с ошибками считаю не совсем корректным и вредным для вашего же сайта. Так как грамотность в тексте всегда бросается в глаза читателю, а если посетитель будет с завидной постоянностью видеть ошибки? Как вы думаете он будет относиться к ресурсу?

### **Kerol:**

при вводе с ошибками показывается сайт по тематическому запросу. Исправлений система не предлагает (неверная раскладка и одна ошибка) И ссылка на достаточно раскрученный сайт. т.е. есл оптимизировать под все варианты можно получить траф..

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Цифры, числа... Берем врага количеством

В этом разделе обсуждаются количественные методы раскрутки сайтов. В каждой статье приведены несколько (десятков) способов продвижения ресурсов.

### 5 причин ставить внешние ссылки у себя на сайте

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

В сети очень много дискуссий, особенно в SEO и интернет маркетинге, среди средних и крупных организаций о том, следует ли ставить ссылки на другие сайты со своего сайта. Речь идет о прямых ссылках без использования редиректов. Люди побаиваются внешних ссылок по следующим причинам:

- нанесение вреда репутации – такое к сожалению иногда бывает;
- ущерб их рейтингу в глазах поисковых систем;
- перетекание веса авторитетности страницы (PageRank в Google);
- внешняя ссылка – это дыра, через которую уходят посетители с вашего сайта.



На мой взгляд, эти причины необоснованны, чтобы не оставлять ссылки на другие сайты. Установка ссылок являются общепринятой практикой в Интернете. Посмотрите тот же Яндекс-каталог, сколько в нем прямых ссылок на другие ресурсы. Это значит, что с практически нулевой вероятностью они нанесут вред вашей репутации и репутации вашего сайта. Даже если у вас на сайте стоят ссылки на не совсем СДЛ ресурсы или сателлиты, которые изначально предназначены для продажи ссылок, ваши посетители простят вам эту “оплошность”, особенно если это старая ссылка.

Во многих случаях поисковые системы учитывают, что даже самые лучшие сайты иногда ссылаются менее трастовые сайты. Взять тот же развлекательный сайт fishki.net. Обратите внимание, сколько на

главной странице внешних ссылок. С другой стороны ходят слухи, что у администрации фишек с поисковиками заключен некий договор об отмене штрафных санкций. Но это все слухи...

Что касается перетекания PageRank через внешние ссылки – это правда. Скоро я опубликую теоретическую статью, в которой расскажу особенности расчета авторитетности страницы. Так вот, через внешние ссылки авторитетность передается другим страницам и тут ничего не поделаешь. С другой стороны, если вы дарите кому то свой вес, то будут дарить его и вам. Может быть дарить не совсем правильное высказывание. Назовем это явление обменом авторитетности. В моем посте про [возраст блоггеров, которых я знаю](#), в настоящее время более 160 прямых внешних ссылок в самом тексте поста, а также более 100 комментариев. Получается, что вес этой страницы разбазаривается на 160 с лишним блогов. Но, примерно треть этих блоггеров поставили прямые ссылки на этот пост. В итоге вес, отданный каждому блоггеру гораздо меньше, чем полученный от него. А суммарный отданный вес гораздо меньше суммарного полученного.

Заключительный аргумент про то, что через внешние ссылки посетители покидают сайт и редко возвращаются – тоже миф который очень легко развеять. Подумайте о самых популярных, наиболее часто используемых услугах на веб-сайтах – поисковых системах. Возьмем к примеру Yandex и Google. Сколько раз в день мы пользуемся ими для поиска нужной информации? Сказать много – не сказать ничего. Сколько раз мы переходим с сайтов поисковиков на другие сайты, но в итоге для поиска информации опять возвращаемся к поисковику? Возьмите для примера социальные сети, только не наши, а англоязычные. Например [stumbleupon](#). Если попадете на главную страницу будучи незарегистрированным пользователем, что увидите десятки картинок-ссылок на интересные и популярные сайты. Вот вам характерный пример того, как пользователи, уходя через внешние ссылки все равно возвращаются к тому сайту, с которого начали путешествие. Чтобы продолжить просмотр других интересных сайтов. Самое главное здесь в сайте первоисточнике – это сделать так, чтобы пользователи сами к нему возвращались. Тогда через внешние ссылки они никогда не покинут сайт навсегда.

Итак, все аргументы против разгромлены. Теперь приведу аргументы за использование внешних ссылок.

1. **Внешние ссылки дают вам дополнительные трафик с трекбеков.** Не буду останавливаться на том, что такое трекбек. На эту тему достаточно информации в сети. Но суть в том, что оставляя внешние ссылки на сайты подобной тематики, вы можете рассчитывать на обратную ссылку в трекбеке. Особенно это актуально в блогосфере.
2. **Внешние ссылки делают ваш сайт более ценным,** масштабируемым независимо от его размеров и потенциальной аудитории. Невозможно даже в рамках узкой тематики описать все нюансы требуемой предметной области. Вы просто физически не сможете ее охватить. В сети довольно много сайтов, на которых есть отдельная страница, называемая полезные ссылки или подобным образом. Если сайт содержит много полезной и уникальной информации, то полезные ссылки будут информативными. Поисковики за них точно не накажут 😊.
3. **Поисковые системы могут наградить вас за полезные внешние ссылки.** Возможно это может показаться смешным, но это так. Я думаю Yandex не понизит авторитетность одной из страниц вашего сайта, если на ней будет стоять ссылка на Yandex 😊. Или на Yandex-каталог. Сайты с одинаковым трастом спокойно обмениваются друг с другом прямыми ссылками. Существует так же мнение, что если сайт с меньшим трастом ссылается на другой сайт с большим трастом, то ожидать каких либо отрицательных санкций с поисковых систем не стоит. Если обратиться к примеру в блогосфере, “зеленые” блоги часто ссылаются на более авторитетные и при этом не получают санкций со стороны поисковиков. И это нормальное явление.
4. **За внешние ссылки вы как правило получаете обратные ссылки.** Об этом я уже немного писал, но остановлюсь подетальнее. Как показывает моя практика, поставив 160 ссылок с одной страницы на различных блоггеров в течение недели я получил более 500 обратных ссылок на свой блог в целом. Причем с различных ресурсов. Получается, что отданный ссылочный вес вернулся втройне! Чем не повод ставить внешние ссылки?
5. **Внешние ссылки стимулируют позитивное участие других пользователей** в ваших проектах и взаимодействие. В сети находится большое количество самых разных людей, многие из них хорошие и талантливые профессионалы. Если вы поставите ссылки на их блоги, сайты, то в знак благодарности они могут дать вам настолько ценный совет, что цена ссылки по сравнению с отдачей от использования этого совета будет ничтожной. Характерный пример – SE форум, который я недолюбиваю в последнее время, но иногда бываю там. Если у пользователя форума

большое количество сообщение, высокая репутация, то из ссылки в своей подписи он может извлечь значительную выгоду. Как? Это уже другой вопрос. Но администрация форума разрешает использовать ссылки в подписи, таким образом разрешает внешние ссылки на другие ресурсы. Правда эти ссылки закрыты от индексации, но это уже другой вопрос. Ссылки в подписи – это скорее всего источник целевого трафика, который лишним не бывает. Хотя я не являюсь активным участником этого форума, 2-3 человека в день ко мне приходят с него.

Я думаю все описанные за и против позволят вам самим принять решение, ставить ли внешние ссылки на другие ресурсы или нет. Мое мнение – ставить надо. Вопрос только на какие сайты, какой тематики. Если же вы их своего сайта сделаете закрытое заведение, то на вас так же перестанут ссылаться. А вам оно надо? Мне нет 😊. Ссылаюсь я, ссылаются на меня. Закон сохранения ссылочного веса 😊. Так его и назовем 😊.

## 5 способов увеличить продажи при продвижении сайта

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

Этот пост про то, как можно увеличить продажи с продвигаемого сайта.

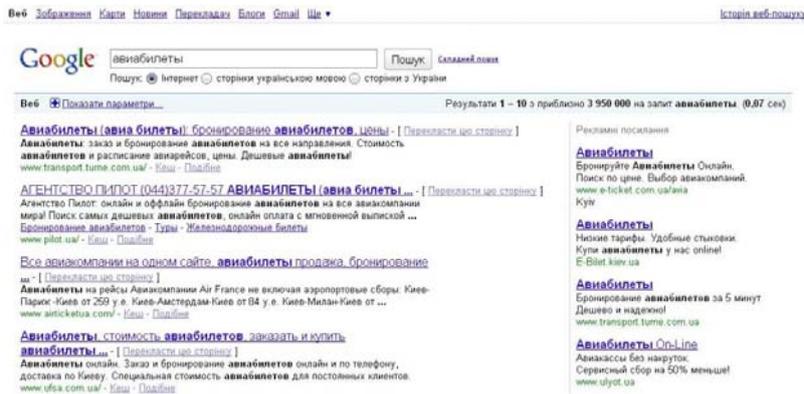
Такие методы ориентированы на сайты, которые продают услуги или товары. Довольно часто приходится тестировать разные штуки, и вот встречайте 5 наработанных способов увеличить продажи при продвижении.



### 1. Телефон в title

Такое встречается не так часто, но могу сказать точно, что это работает. Давайте объясню почему, да потому что пользователи, которые ищут услуги или товар в поисковых системах иногда не заходят по ссылкам самого сайта, если видят номер телефона.

**Выглядит это примерно так:**



## Что бы увеличить нужно нажать на картинку

Хоть сайт, в котором находится телефон не на первом месте, но имея телефон в title, он имеет большое преимущество.

Это не всегда относится ко всем тематикам, возможно, вы не хотите, что бы к вам обращались по телефону, а заказывали и делали заявку онлайн, то тогда такого не стоит делать.

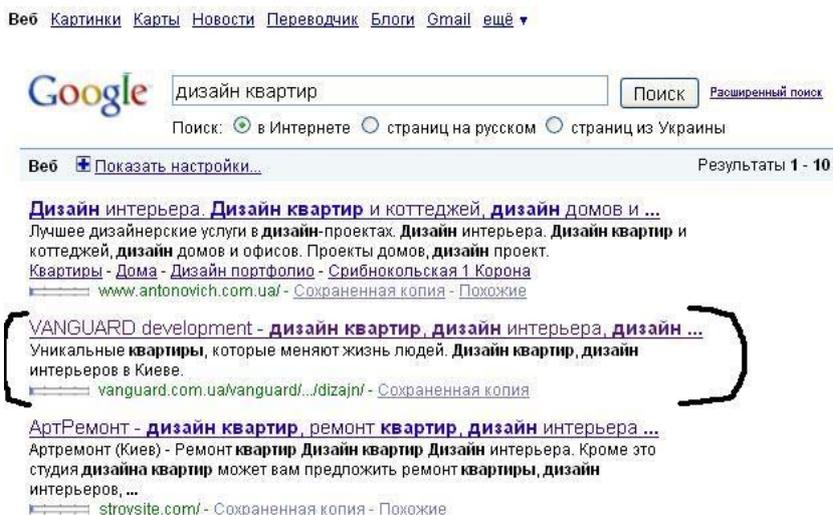
Но как показывает практика **только 20-30% пользователей Украины и возможно чуть больше России делают заказы онлайн**, остальные звонят, что бы заказать по телефону.

Думаю, еще пройдет немало времени, что бы все было как на западе, там процентное соотношение совсем наоборот.

## 2. Продающий текст в description

Это проверенно уже не один десяток раз для разных сайтов. В этом теге не стоит прописывать одни ключевые слова, прописав там толковый продающий текст, который ярко выделяет вас среди конкурентов значительно можно повысить продажи.

Выглядит это примерно так:



## Что бы увеличить нужно нажать на картинку

Одна строчка в description может увеличить количество заходов по ссылке, а так же продажи самого сайта.

**Очень толково к этому подходят компании по продвижению сайтов:**

Веб [Картинки](#) [Карты](#) [Новости](#) [Переводчик](#) [Блоги](#) [Gmail](#) [ещё](#) ▾

Google   [Расширенный поиск](#)  
Поиск:  в Интернете  страниц на русском  страниц из Украины

Веб [Показать настройки...](#) Результаты 1 - 10

**Раскрутка сайта.** Поисковая оптимизация и продвижение сайтов SEO №1 ☆  
**Раскрутка сайта** от лидеров рынка! Уже более 300 клиентов сделали правильный выбор. Комплексное продвижение, маркетинговая оптимизация, аудит и консалтинг.  
[Контакты](#) - [Услуги](#) - [Портфолио](#)  
[www.seo-studio.com.ua/](http://www.seo-studio.com.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

**РАСКРУТКА САЙТА: ПРИВОДИМ КЛИЕНТОВ!** оптимизация, продвижение ... ☆  
**Раскрутка сайта:** поисковая оптимизация, продвижение и поддержка сайтов. Цена от 1200грн. Мы знаем как **раскрутить сайт** и привести клиентов!  
[www.web-promo.com.ua/](http://www.web-promo.com.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

**Раскрутка сайта, продвижение сайтов и интернет реклама от ...** ☆  
**Раскрутка сайта** от рекламного агентства ИДЕАЛ - это 100% гарантия качества. Оплата производится за результат. Услуги контекстной рекламы и продвижение ...  
[ideal.kiev.ua/](http://ideal.kiev.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

**Раскрутка сайта, продвижение сайтов, интернет реклама, SEO** ☆  
Продвижение сайта в Google и Yandex, поисковая оптимизация, **раскрутка сайтов**, реклама в Интернете, контекстная реклама, рассылка по доскам объявлений, PR.  
[www.semantika.com.ua/](http://www.semantika.com.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

Обычно в description пишут конкурентное преимущество, или уникальное предложение компании. Про это не стоит забывать. Так же можно еще поставить номер телефона и в самом теге description. Лишним это не будет, а шансы повысить продажи это дает.

### 3. Продвижение картинок в основную выдачу

Я уже писал про [продвижение картинок](#), и про то, [сколько это занимает вывести их в топ](#), но не так давно протестировал для одного сайта по продаже услуг.

Если ближе к сути, то по многим тематикам как [Google](#) так и [Яндекс](#) выводи картинки перед выдачей или после первой тройки ссылок в выдаче. Первое что это дает – увеличение трафика на сайт, второе продажи.

Выглядят картинки примерно так:

Веб [Картинки](#) [Карты](#) [Новости](#) [Переводчик](#) [Блоги](#) [Gmail](#) [ещё](#) ▾

Google   [Расширенный поиск](#)  
Поиск:  в Интернете  страниц на русском  страниц из Украины

Веб [Показать настройки...](#) Результаты 1 - 10

**ЛЕСТНИЦА** для дома, **лестницы** своими руками. **Лестницы в Украине ...**  
**Лестницы** межэтажные для дома по низким ценам в Украине. Модульная **лестница** на косоурах своими руками - это просто, удобно, надежно.  
[www.lestnitca.com/](http://www.lestnitca.com/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

**Лестницы и ограждения лестниц | Дизайн лестницы для дома ...**  
Комплекующие для производства **лестниц** и ограждений. Производитель **лестниц**. Лестничная компания Украина. Деревянные **лестницы**, Винтовые **лестницы**, ...  
[www.titaniumstairs.com/](http://www.titaniumstairs.com/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

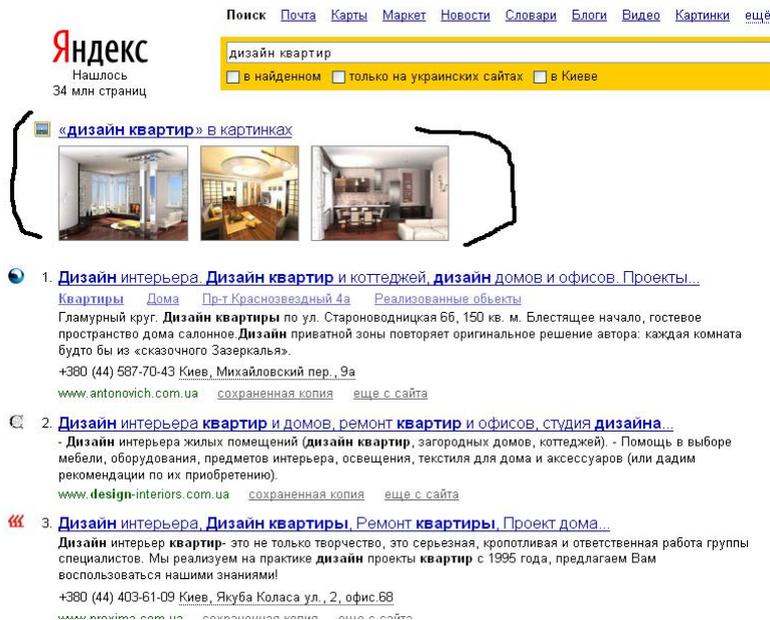
**Лестницы «Ягер»: винтовые, деревянные, мотыльковые лестницы ...**  
**Лестницы «Ягер»:** винтовые, деревянные, мотыльковые **лестницы**, **лестницы** на больцах, **лестницы** по индивидуальному проекту.  
[www.jager.com.ua/](http://www.jager.com.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

**Картинки по запросу лестницы** - [Пожаловаться на изображения](#)

**Металлические лестницы Киев, лестница изготовление, лестницы любой ...**  
**Лестницы** под заказ, **лестницы** металлические, **лестница** деревянная, **лестницы** любые, металлические изделия. СПД Янковский - производитель **лестниц**.  
[prestig.biz.ua/](http://prestig.biz.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

**Лестницы: винтовые, деревянные, маршевые лестницы Киев. Немецкие ...**  
Поставка и монтаж **лестниц** по всему Киеву и Украине. Винтовые, деревянные, маршевые **лестницы**. Гарантия качества и долгодетия – немецкие **лестницы** KENNGOTT.  
[kenngott.com.ua/](http://kenngott.com.ua/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

Так это выглядит в поисковой системе [Google](#), тоже самое можно наблюдать и в Яндексе:



Как видите, в [Яндексе](#) по тому же запросу картинки отображаются перед основной выдачей.

Итак для того что бы получить максимальный эффект, нужно вывести в топ 2 вида картинок:

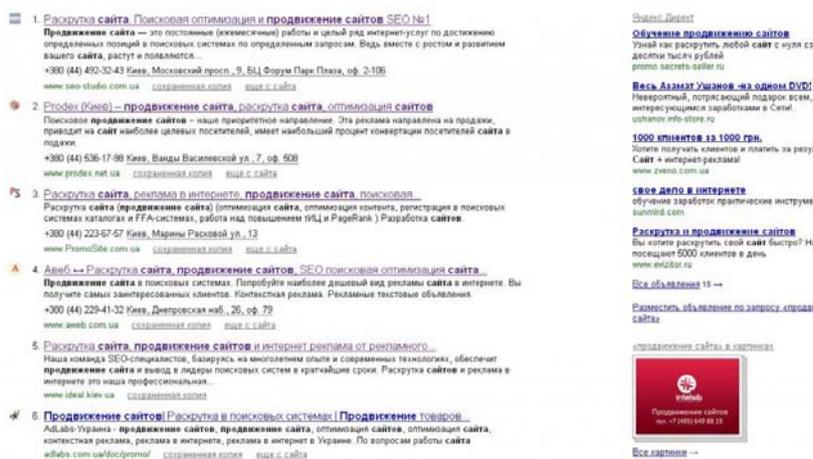
- красивую картинку, которую отображает ваш товар

Тут очень важно действительно подобрать броскую картинку, что бы получить больше заходов.

- картинку с номером телефона и названием сайта

Это вариант употребляют пока мало, но он также эффективен, и увеличивает шансы продаж ваших товаров и услуг.

**Картинка с номером телефона выглядит примерно так:**



Сейчас сам тестирую вывести в топ картинку с номером телефона по очень сложно коммерческому запросу в Google, и будет интересно отследить эффект.

#### 4. Добавляем сайт на Google Maps

Это касается поисковой системы Google, так как они выводят результаты в основную выдачу поисковика. Про то, как [добавить сайт в Google Maps](#) прочитайте по ссылке.

**Выглядит это примерно так:**

Google парфюмерия Пошук Складний пошук

Пошук  Інтернет  сторінки українською мовою  сторінки з України

Веб  Показати параметри... Результати 1 – 10 з при

[Інтернет магазин MakeUp: Парфюмерія, духи, декоративна косметика](#)  
... - [ [Перекласти цю сторінку](#) ]  
Інтернет магазин духів, декоративної косметики, **парфюмерии** и косметики по уходу.  
Огромный ассортимент, лучшие цены. **Парфюмерия** и косметика доставляются ...  
[makeup.com.ua/](#) - [Кеш](#) - [Подібне](#)

[Elite-parfum - Интернет магазин, элитная парфюмерия Киев, Духи ...](#) - [ [Перекласти цю сторінку](#) ]  
Elite-parfum - Интернет магазин, элитная **парфюмерия** Киев. Духи, туалетная вода,  
оригинальная **парфюмерия** с бесплатной доставкой по Киеву и по всей Украине!  
[Женская парфюмерия](#) - [Контакты](#) - [О компании](#) - [Vkontakte](#)  
[www.elite-parfum.com.ua/](#) - [Кеш](#) - [Подібне](#)

[Парфюмерия, духи, подарки, туалетная вода, интернет магазин парфюмерии](#) - [ [Перекласти цю сторінку](#) ]  
Купить духи, духи, **парфюмерия**, купить **парфюмерию**, парфюм, туалетная вода, духи  
магазин, духи шанель, элитная **парфюмерия**, **парфюмерия** интернет, ...  
[marsella.com.ua/](#) - [Кеш](#) - [Подібне](#)

Результаты поиска бизнесу за запросом **парфюмерия недалеко від Києв** - [Змінити розташування](#)

**A** [Online Магазин Компании Tahitian Noni в Украине - morinda.kiev.ua](#)  
Вишняковская улица, Киев - (044) 229 9539  
[Докладніше >](#)

**B** [Алл-парфюм магазин - aroma.kiev.ua](#)  
Депутатська вул. 7, оф.2 - (044) 237 02 36  
[Докладніше >](#)

**C** [Интернет магазин парфюмерии - elite-parfum.com.ua](#)  
г. Киев Бульв. Леси Украинки 18, Киев - (0443621987  
★★★★★ [Рецензії: Бтощо >](#)

[Більше результатів недалеко від Києв >](#)

[Парфюмерия, духи, туалетная вода, купить духи Киев, женская ...](#) - [ [Перекласти цю сторінку](#) ]  
Интернет магазин **парфюмерии**: духи, туалетная вода, купить духи Киев, женская  
**парфюмерия** киев, купить **парфюмерию**, продажа **парфюмерии**,  
[www.best-aromat.com.ua/](#) - [Кеш](#) - [Подібне](#)

[Духи и парфюмерия. Интернет магазин духов и парфюмерии, туалетная](#)  
... - [ [Перекласти цю сторінку](#) ]  
Интернет магазин духов и **парфюмерии** в Киеве. Оригинальные духи и элитная  
**парфюмерия**. Огромный ассортимент духов мировых брендов.  
[duhi.kiev.ua/](#) - [Кеш](#)

Как видите еще один способ добавить телефон и информацию о компании. А это дает еще шансы на увеличение звонков и соответственно продаж. Там так же можно добавить отзывы об услугах и товарах компании.

Тут можно попросить это сделать ваших клиентов, либо сделать самим за них. Отзывы должны быть продающими и мотивирующими, а еще правдивыми.

## 5. Выводим в топ дополнительную страницу

В данном случае есть не один способ, но давайте я примерно покажу, что я имею в виду.

Веб [Картинки](#) [Карты](#) [Новости](#) [Переводчик](#) [Блоги](#) [Gmail](#) [ещё ▾](#)

Google seo семинар Поиск Расширенный поиск

Поиск  в Интернете  страниц на русском  страниц из Украины

Веб  Показать настройки... Результаты 1 - 10

[Seo семинар в Киеве 27 марта. Семинар по раскрутке сайтов №1](#)  
Записываясь на **семинар** по SEO, Вы автоматически записываете себя в чемпионы по продвижению сайта и привлечению клиентов на него. ...  
[seo-seminar.com.ua/](#) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

[Этот день семинара стал самым полезным днем за несколько лет | Seo ...](#)  
Огромная ценность **семинара** в том, что он полностью состоит из практики! Для меня, как почти "нулевого" в вопросе продвижения – это очень важно Читать дальше ...  
[seo-seminar.com.ua/otzyv1/](#) - [Сохраненная копия](#)

[Дополнительные результаты с сайта seo-seminar.com.ua](#)

[Семинары и тренинги по раскрутке сайтов, seo семинары и курсы seo ...](#)  
Преподаватели SeoStudy – это профессионалы практики, которые имеют за плечами огромный опыт и нужный багаж знаний, что бы донести слушателям **семинаров** и ...  
[seostudy.com.ua/](#) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)

Как видите, на первом месте идет главная продающая страница сайта, а на втором месте в дополнительном результате вторая страница этого же сайта, только с реальным отзывом. Такое значительно может увеличить продажи, точно проверенно.

Отзывы очень важны для потенциальных клиентов и покупателей, и поэтому не стоит забывать и про такое.

По очень сильным запросам такое достаточно сложно сделать, но можно, что и многие давно применяют на практике и увеличивают эффективность продвижение сайта и его продажи.

## Продвижение сайта – 5 самых грубых SEO ошибок

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Сегодня хотелось бы рассказать про самые грубые ошибки в SEO, которые крайне нежелательно допускать. Казалось бы, они безобидные, но их наличие может привести к катастрофическим результатам.



В данной публикации я хотел бы перечислить пять самых грубых ошибок SEO, которые иногда совершают вебмастеры.

- 1. Неуникальные заголовки у различных страниц сайта!**  
Эта ошибка совершается на многих сайтах, и даже крупные SEO компании допускают этот промах. Заголовок веб-страницы - это отличный способ рассказывать живым посетителям вашего блога и роботам поисковых систем, какую информацию содержится на ваших страницах. Это прекрасная возможность использовать ключевые слова, чтобы передать основной семантический смысл вашей веб-страницы. Если у вас много страниц на сайте, то оптимизируйте каждую страницу под конкретный запрос. Это даст вам возможность получить целевых посетителей с поисковиков, причем абсолютно бесплатно!
- 2. Отсутствие грамотной перелинковки и удобной навигации!**  
Если вы используете JavaScript, графические карты и Flash для создания навигации, то вы можете забыть о мобилизации своих SEO преимуществ. Ваша навигация, как руководство по карте, которая упрощает поисковику просмотреть и проиндексировать как можно больше страниц вашего сайта. Если навигация удобна, то поисковики найдут максимальное количество страниц. Если навигация недоступна для них, то даже если у вас есть тысячи страниц, но они не были непосредственно связаны с вашей домашней странице или некоторые внешние страницы, они не будут проиндексированы поисковыми системами.

3. **Дизориентация – неправильные ключевые слова!**

Люди тратят тонны денег на SEO, чтобы получить внешние ссылки с необходимыми анкерами, чтобы обеспечить релевантность ссылочного ранжирования. Но они не всегда понимают, что без внутренней оптимизации не обойтись. Используйте на страницах необходимые ключевые слова, выделяйте их тегом <strong>, вставляйте ключевики в заголовки. Будьте уверены в том, что ключевые слова, которые Вы хотите цели. Оцените, по каким запросам конкуренты находятся выше вас! И используйте ключи этих запросов на страницах своего сайта!

4. **Отсутствие ключевых слов в анкерах ссылок!**

Заметьте - есть ли разница, какая ссылка будет приятнее скушана поисковиками:  
**Читаем [интервью с Михаилом Шакиным](#)**

или **Интервью с Михаилом Шакиным можно прочитать [тут](#).**

Естественно, что для поисковиков будет «приятнее» первый вариант, и по запросу «Интервью с Михаилом Шакиным» будет гораздо весомее первый вариант ссылки! Причем даже если это ссылка на одну из внутренних страниц вашего сайта! Кстати говоря, по запросу в Яндексе «интервью с Михаилом Шакиным» мой блог второй по счету. И только за счет внутренней оптимизации и правильно составленных анкоров ссылок!

Не используйте в тексте ссылок «тут», «**нажмите здесь**», «**переход на эту страницу**» и другие подобные штампы, чтобы направить посетителей на свои важные веб-страницы. Вместо «тут», чтобы узнать побольше о жизни Глобатора в Америке, используйте «Жизнь Глобатора в Америке». Это очень важно, чтобы ваши основные ключевые слова присутствовали в анкоре ссылок!

5. **Отсутствие карты сайта и sitemap.xml!**

Вы значительно облегчаете жизнь поисковикам если в корне вашего сайта есть карта сайта в формате xml, а они в свою очередь в знак благодарности облегчают вашу жизнь, наиболее полно индексируя ваш сайт! Для [terehoff.com](http://terehoff.com) карту сайта можете посмотреть по ссылке [sitemap.xml](#). Посредством sitemap.xml они могут сканировать все важные страницы вашего сайта без каких-либо проблем. Создайте карту сайта – отдельную страницу и сделайте на нее ссылку с каждой страницы. Поисковики будут вам только благодарны!

Пробегитесь по вашему сайту и убедитесь, что вы не совершали таких ошибок SEO.

## 7 секретов успешного сайта

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Если вы хотите, чтобы ваш сайт достигал намеченных вами целей, будь то увеличение посещаемости, вывод в топы поисковиков или получение прибыли, вы должны уделять внимание каждой детали. Вы должны быть уверены, что сайт эффективно развивается. Далее я приведу *7 простых секретов успешного сайта*.

### 1. Не используйте страницы приветствий

Страницы приветствий – это страницы, на которые вы иногда попадаете при заходе на какой-либо сайт. Обычно они имеют красочное изображение и приглашение войти на сайт вроде “Добро пожаловать” или “Вход”. Избегайте таких страниц – в действительности они раздражают посетителей и побуждают их уйти с вашего сайта. Посетители должны видеть содержимое сайта с первого взгляда.

### 2. Не используйте назойливой рекламы

Абсолютное большинство посетителей игнорируют рекламу на сайтах. Старайтесь вместо навязчивых баннеров использовать качественные и интересные материалы, а рекламу неназойливо внедрять в них. В итоге посетители гораздо охотнее будут кликать по ссылкам.

### **3. Навигация должна быть простой и понятной**

Вы должны сделать такую навигацию, чтобы даже ребенок мог ориентироваться на вашем сайте. Избегайте выпадающих меню на скриптах или flash. Если посетители сразу не поймут, как ориентироваться на сайте, они просто уйдут.

### **4. Посетитель должен понимать, в каком разделе находится**

Когда посетитель делает несколько переходов вглубь вашего сайта, сделайте навигацию так, чтобы он понимал, в каком разделе находится. Это облегчит поиск информации на сайте, и в итоге вы получите увеличение посещаемости и просмотров страниц.

### **5. Текст должен легко читаться**

Разбивайте текст на небольшие параграфы. Если на странице много текста, разделите его на короткие блоки, иначе посетители просто уйдут.

### **6. Не используйте звуки на сайте**

Если посетитель собирается задержаться на вашем сайте, чтобы почитать интересный материал, не используйте звуки или мелодии, иначе это может его раздражать. Если вы все-таки хотите использовать звуковые эффекты, то сделайте так, чтобы посетитель мог контролировать громкость или полностью выключать их.

### **7. Старайтесь, чтобы сайт соответствовал веб стандартам**

Вы должны сделать свой сайт так, чтобы он соответствовал принятым веб стандартам и правильно отображался в различных браузерах. Если ваш сайт отлично смотрится в *Internet Explorer*, но неправильно отображается в *Mozilla Firefox* или *Opera*, то вы потеряете много посетителей.

Следуйте этим 7 простым пунктам, и вы сделаете свой сайт действительно качественным, эффективным и полезным для посетителей.

Автор: Alexa Peters

[Источник](#)

Перевод: Глобатор

## **7 признаков покупных ссылок**

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Часто получаю вопросы о том, как определить покупные ссылки при анализе внешних ссылок конкурентов. Это сделать довольно просто, так как покупные ссылки обладают несколькими признаками. Я решил собрать признаки покупных ссылок и сделать из них список.

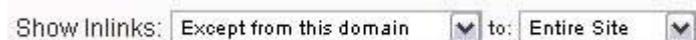


Наверняка вы знаете (на всякий случай напишу), что внешние ссылки лучше всего смотреть с помощью [Сайтэксплорер Yahoo](#) - он показывает намного больше ссылок, чем другие сервисы. Для того, чтобы добраться до списка внешних ссылок, нужно сделать четыре клика - внешние ссылки показываются не сразу, об этом часто забывают, и в итоге смотрят список внутренних страниц либо общий список внешних и внутренних ссылок.

В опциях нужно выбрать Inlinks (Внешние ссылки):



И затем Excerpt from this domain (чтобы не показывались ссылки с самого сайта) и Entire Site (для показа ссылок на все страницы сайта):



Например, смотрим внешние ссылки моего любимого почтового сервиса [gmail.com](#) по [этой ссылке](#).

Опять я увлекся, и чуть было не забыл, о чем начинал писать 😊. Итак, приступим к признакам покупных ссылок.

## 1. Размещение блоками

Покупные ссылки часто размещаются блоками по 2-5 и более штук в боковых колонках или нижних частях сайтов. Для владельцев сайтов это наиболее простой и легкий вариант.

## 2. Разные тематики ссылок

Один из самых явных признаков покупных ссылок - это разношерстность их тематик. Например, когда на музыкальном сайте вы встречаете ссылки о металлочерепице, магазине детской одежды, грузоперевозках и т.д., то можно с уверенностью сказать, что эти ссылки покупные.

### 3. Повторение ключевых слов

Часто покупные ссылки содержат ключевые слова, которые повторяются несколько раз. Например, “купить одежду, купить одежду недорого, купить одежду Москва”.

На мой взгляд, перечисление ключевых слов в текстах ссылок излишне. Естественные ссылки никогда не будут содержать ключевую фразу несколько раз, это прямой признак покупных ссылок.

### 4. Подписи блоков со ссылками

Часто блоки с покупными ссылками, даже если в них по одной ссылке, подписаны заголовками “Реклама”, “Спонсоры”, “При поддержке”, “Наши друзья” или похожими.

### 5. Околоссылочный текст

Околоссылочный текст - это текст до или после активной ссылки. Он бывает доссылочный, например:

*блог о продвижении сайтов [shakin.ru](http://shakin.ru)*

И послессылочный:

*[shakin.ru](http://shakin.ru) - блог для любителей продвигать свои сайты*

У естественных ссылок есть либо доссылочный текст, либо послессылочный, либо текста вокруг ссылки вообще нет. Исключение - когда ссылки размещаются в тексте (статьи, посты и т.д.). У покупных же ссылок зачастую есть текст как до ссылки, так и после нее. Этот момент нужно учитывать при составлении текстов ссылок. Ориентир на схемы естественных ссылок - залог успеха для составления эффективных текстов ссылок при продвижении сайта.

### 6. Текст ссылки в виде адреса сайта

Часто при составлении текстов ссылок адрес сайта вообще не используется (хотя встречаются исключения). А зря. Как будет ставить ссылку обычный интернет пользователь на понравившийся ему сайт? Наиболее популярные схемы естественных ссылок такие:

*Вот интересный сайт по урокам Фотошоп <http://globator.net/>*

*<http://globator.net/>*

*[Форум по Photoshop](#)*

*<http://planetaphotoshop.ru/> тут есть конкурсы Фотошоп*

Адрес сайта в текстах ссылок нужно обязательно использовать. В целом я делаю 20-30% ссылок с текстом в виде адреса сайта.

Я уже [писал](#), что поисковики учитывают ключевые слова в тексте рядом со ссылкой, поэтому их использование в околоссылочном тексте рядом с адресом сайта положительно влияет на рост позиций.

### 7. Разные ссылки на разных страницах

Даже если покупные ссылки размещены по одной, определить их можно, если сравнить один и тот же участок сайта на разных страницах. Открываете одновременно несколько страниц одного сайта и если в одном и том же месте сайта размещены разные ссылки, то эти ссылки - покупные.

Конечно, покупные ссылки могут быть размещены не только в боковых колонках и нижней части сайтов, но и в самом контенте. Это могут быть платно размещенные посты и постовые ссылки на блогах, платные статьи и пресс-релизы, контекстные ссылки внутри текстов и т.д.. Конечно, не всегда можно сразу определить, платно ли размещен тот или иной материал, но если в нем чувствуется хоть нотка рекламности, то уже можно подозревать, что материал размещен платно.

В этом случае можно написать письмо владельцу сайта на контактный e-mail и узнать условия размещения и расценки. Вам может пригодиться эта статья: [Как избежать подвоха при платном размещении статей навсегда](#).

Умение сразу определять покупные ссылки поможет вам выявлять, используют ли конкуренты вашего сайта покупные ссылки, и если используют, то какие.

## 7 способов превратить Ваш сайт в Линкомагнит

*Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)*

**Наращивание обратных ссылок** может быть достаточно непростым занятием, так как играет всё более важную роль в комплексе SEO-услуг, а поисковики всё более жёстко дискредитируют ссылочных брокеров. (Sphinn.Ru: Это только в Рунете SAPE и её коллеги процветают, а на западе покупка ссылок чётко позиционируется, как Black Hat SEO). В свою очередь, наращивание естественных ссылок нередко занимает очень много времени, и даже иногда может просто разочаровывать.

Недавно я помог моей жене в запуске нового сайта по теме фитнеса, на котором проверил некоторые основные теории и техники линкбилдинга. Я был крайне удивлён, когда она получила множество положительных ответов с других ресурсов на своё предложение поставить ссылку на свой сайт, так как её сайту всего-то 2 недели от роду. Неужели это ещё возможно – запросить незнакомых людей по e-mail и получить обратную ссылку? Оказывается да, особенно, если ваш сайт «ссылко-привлекателен»(Link Worthy)!

**Как же сделать сайт ссылочным магнитом?** Ниже следуют несколько советов, которые помогут вам в этом.

**1. Внешнее представление:** первое впечатление значит очень много, тем более, в онлайн. Люди, которые поставят ссылку у себя на ваш ресурс, по сути пригласят своих посетителей, включая поисковых ботов, на ваш сайт. Если ваш сайт выглядит как что-то “слепленное из того, что было” или может заспамить посетителей, то шансы положительного исхода крайне малы.

Это не значит, что вам нужны миллионные затраты для продвижения сайта. Посмотрите на наш сайт DailySEOTip. Мы делаем его чистым и аккуратным. Аккуратность в данном случае играет важную роль для сайта, первоочередная цель которого – обмен информацией. Насколько хорошо ваш сайт внешне соответствует вашему бизнесу?

**2. Персонализация.** Одна из причин, почему моя жена получила столь широкую поддержку при обращении по e-mail, в том, что её сайт имеет много личного. Её сайт является блогом, он содержит информацию об авторе и её фотографию, также её фотография присутствует на каждой странице. Это формирует у посетителя тёплое ощущение, как будто он знает автора блога лично.

Не только блог формирует личное отношение, но и каждое письмо, отправленное по электронной почте. Проверьте, имеет ли ваш e-mail связь с вашим сайтом, особенно если вы представляете более менее крупный бренд. Читатель, кликнувший по ссылке на ваш ресурс, должен мгновенно ассоциировать вас с вашим сайтом, ведь тогда ему будет труднее вам отказать.

Не только блогам стОит поработать над персонализацией. Многие бизнес-сайты содержат фото своего руководства, сотрудников клиентской службы или просто раздел “Сотрудник месяца”. Как насчёт размещения на сайте страницы «О компании» (“Meet Our Team”) с групповым фото? Кстати, погуглите запрос “о компании”, это может породить у вас в сознании новые идеи оформления этой страницы.

Кто представляет ваш сайт или бизнес? Сайт с элементами персонализации будет взаимодействовать с посетителем не просто как сайт, но на уровне человеческого общения.

**3. Интерактивность.** Возможности интерактивного общения сделает ваш сайт намного более привлекательным. Безусловно, для блога интерактивность неотъемлема с его возможностями для комментирования, системой меток и голосованиями.

Посмотрите для примера на DailySEOTip.com. Одна из нашей целей – организовать чёткое взаимодействие с посетителями через комментирование, что оценит любой человек, посетивший наш блог. Лично для меня при посещении блогов ShoeMoney или TechCrunch первым критерием оценки статьи являются отзывы прочитавших; большинство записей в этих блогах привлекает сотни комментариев.

Интерактивность вашего сайта даст вашим посетителям способность выразить своё мнение по освещаемым темам, проголосовать или отреагировать с помощью других инструментов привлечения ваших потенциальных клиентов.

Тот, кто потенциально может поставить ссылку на ваш ресурс, также может “влииться”, что повысит шансы позитивного ответа на вашу e-mail-просьбу об установлении ссылки.

**4. Присутствие.** Конечно, вы можете персонализировать ваш сайт, но можете ли вы действительно предоставить различные способы контакта с вами? Обязательно чётко организуйте страницу “О нас”, телефоны, адреса, которые совпадают с указанными в e-mail (кстати, обязательно используйте полную подпись при отправке электронной почты) – всё это один из основных столпов естественного линкостроения. Несмотря на всю очевидную важность, очень многие сайты пропускают эти столь важные этапы.

Разместите также ссылки на свой LinkedIn или FaceBook профайлы. Это продемонстрирует для вашего посетителя серьёзность отношения к своему сайту, к своей репутации и бизнесу в целом.

**5. Хорошая компания** (ваши исходящие ссылки). Потенциальный “линкодатель” захочет проверить, на кого вы ссылаетесь, поэтому отнеситесь внимательно к исходящим ссылкам вашего сайта. Я бы рекомендовал связаться и поставить исходящие ссылки на качественные ресурсы вашей тематической ниши – используйте для этого каталоги Yahoo или Best of the web (Sphinn.ru: в Рунете очевидно для этих целей лучше использовать каталог Яндекса).

Увидев столь серьёзные исходящие ссылки, линкодатель убедится, что вы серьёзно подходите к своему сайту, действуя на долгосрочную перспективу.

Будьте предельно внимательны и даже придирчивы, формируя профиль обратных ссылок. Если он состоит преимущественно из ссылок из гостевых книг, статейного спама и бесплатных каталогов, то это понизит ваш авторитет не только в глазах потенциального линкодателя, но и в глазах дяди Гугла.

(Sphinn.Ru: На Сёрче недавно в очередной раз бушевали дискуссии о том, понижают ли авторитет ресурса или его позиции в выдаче «тощие» ссылки. Лично я считаю, что нет. А Вы как думаете?)

**6. Авторитет в социалках.** Один из важнейших аспектов блоггинга и социальных медиа в том, что предельно просто можно продемонстрировать, кто заходит на ваш сайт через виджеты MyBlogLog, TwitterCounter, FaceBook или Google Friend Connect. Эти виджеты значительно повышают авторитетность сайта.

Посмотрите для примера на DailySEOTip.com – около каждого поста аватар (генерируемый сервисом Gravatar – обязательно в нём зарегистрируйтесь). Это демонстрирует впервые зашедшему посетителю или потенциальному линкодателю, кто читает ваш сайт. Допустим, ваш сайт посвящён венчурному капиталу и ваш виджет MyBlogLog показывает, что Guy Kawasaki недавно побывал на вашем сайте. Это достаточно высоко оценит любой посетитель.

**7. Направленность ресурса:** релевантность – это ключ. Вы, вероятно, уже заметили, что я постоянно намекаю на то, что ваш сайт должен стать именно ресурсом – источником полезной релевантной информации. Приглашайте экспертов вести блог у вас на сайте, сделайте терминологический словарь, опубликуйте страницу региональных партнёров.

Например, допустим, что ваш бизнес планирует привлечь внимание целевых групп посетителей из Филадельфии. Предположим, ваш бизнес – системы охраны домов. Ваш бизнес физически находится в Пенсильвании, но это упоминается лишь в качестве почтового адреса на странице контактов.

Я бы посоветовал добавить на сайт разделы с информацией о безопасности и преступности в регионе Филадельфии, справочник телефонов полиции, пожарников и службы спасения, статьи об успешном применении автоматизированных систем охраны домов. Теперь вы имеете геотаргетированный и предельно релевантный к вашему бизнесу раздел.

При обращении к местным вебмастерам и блогерам с просьбой о проставлении ссылки на ваш сайт, не просите их просто поставить ссылку на ваш ресурс. Ни в коем случае! Предложите им почитать разделы вашего сайта!

Теперь переходим к чему-то, что не только достойно линкования, но и достойно упоминания в новостях.

\* отправляйте ваши пресс-релизы в местные СМИ

\* отправляйте электронные сообщения на сайты пожарной охраны (Sphinn.ru: весьма смутно себе представляю сайт пожарной команды в Рунете, но, поживём-увидим)

\* отправляйте ваши новости на сайты городских правительственных органов

\* —на сайты гражданских сообществ и ассоциаций

\* — бойскаутам, в церкви и другие местные организации

Идя таким путём, вы возможно получите экстремально ценные ссылки с .edu и .gov – сайтов, что по другому было бы сделать просто невозможно.

**Подведём итоги: чем более релевантный, интерактивный и персонализированный сайт вы создаёте, тем легче будет увеличивать число внешних обратных ссылок.**

## Восемь хитростей, используемых SEO-консультантами

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

В самые первые годы существования интернет-маркетинга, самый частый вопрос об оптимизации для поисковых систем, который мне задавали, был «SEO? Что это такое?», сегодня я всё чаще слышу: «SEO? Да, мы пробовали, но это не помогло.»



Когда у меня появляются новые клиенты по поисковой оптимизации, мне очень часто приходится разгребать беспорядок, оставленный в их головах оптимизаторами или SEO-конторами, с которыми они имели дело до меня.

Уже нет ничего необычного в том, что начинаешь работу над проектом с удаления линкосвалок, снятия дорвеев («входных страниц»), исправления корявой «оптимизации», очищения от беспорядочной учи ключевиков, переписывания заголовков и описаний, которые едва понятны поисковым системам и переписывания контента, едва понятного посетителям.

Большинство SEO-специалистов определяют SEO как процесс увеличения объёма или качества трафика на сайт с поисковых систем по «естественным» или непроплаченным поисковым запросам.

Я вижу проблему иначе. SEO это:

- увеличение или улучшение трафика на страницу (а не на сайт) с поисковых систем естественным путём;
- максимизация результата и прибыли от инвестированных средств.

И ещё: халявы в SEO нет. Конечно, это может принести огромный доход, но это требует вложений, времени и правильного планирования.

Оптимизацию нужно понимать иначе чем максимизацию. Каждая страница сайта – это потенциальная точка конверсии. Каждое слово и каждая частичка всего вашего веб-пространства должны быть аккуратно обработаны с учётом этого факта. SEO посылает трафик не вообще на сайт, а на конкретную страницу, которая тесно связана с тем, что Вы хотите в итоге получить.

Запомните, поисковые машины находят, индексируют и показывают страницы, а не сайты. И пока некоторые думают, что SEO — это что-то вроде Святого Грааля, факты показывают, что это, на самом деле, всего-навсего коммерческий инструмент.

Главная итоговая цель SEO — принести коммерческую выгоду для бизнеса, а не сгенерировать трафик, который, тем не менее, может быть одной из поставленных задач.

Трафик – это первоначальное «Как». Конверсия, регистрация, пожертвование — это «Зачем».

К сожалению, есть много SEOшников, которые пользуются несведущими владельцами сайтов, подсовывая им туфту и подрывая репутацию SEO-индустрии.

Ниже собраны восемь самых распространённых хитростей, к которым прибегают некоторые недобросовестные SEOшники, чтобы обмануть Вас.

### **Хитрость №1. «Тратьте весь свой рекламный бюджет на SEO.»**

Несмотря на то, что SEO может принести фантастическую прибыль, реальность такова, что алгоритмы поисковых систем могут измениться и Ваш бизнес может измениться так, что SEO уже не будет для Вас наилучшим инструментом. Поэтому, дважды подумайте, перед тем, как вложить в SEO основную часть Вашего рекламного бюджета. Не забывайте об альтернативных способах привлечения клиентов, таких как контекстная реклама, email-маркетинг, онлайн-купоны, и продвижение в социальных медиа (SMO).

### **Хитрость №2. «Продвижение сайта в поисковых системах нужно сосредоточить на главной странице.»**

Каждая страница Вашего сайта — это потенциальная входная страница. Люди бродят по поиску, поэтому используйте ключевые слова и торговые предложения на страницах так, чтобы всё время предлагать пользователю максимально подходящую его запросам информацию.

Пусть каждая страница Вашего сайта будет оптимизирована под конкретный описываемый предмет. Выделение своих ключевых запросов для каждой страницы помогает, как пользователям, так и

поисковым системам, особенно тем, в которых пользователь имеет возможность просматривать все страницы с Вашего сайта.

Каждая страница может превратить посетителя в покупателя. Зачем же помещать номер телефона только на странице с контактной информацией, когда покупатели ходят по всем страницам сайта?

### **Хитрость №3. «Мы продвинем Ваш сайт в 2000 поисковых систем»**

Google, Яндекс, Rambler \* — этого вполне хватит. Менее известные поисковые системы, как правило, используют базу своих более популярных собратьев, а значит, если Вас находят в последних, то будут находить и в первых.

На самом деле, самые авторитетные поисковые системы уже давно в этом бизнесе и достаточно хорошо находят сайты самостоятельно.

Нет нужды в добавлении, нет нужды платить за добавление.

### **Хитрость №4. «Оптимизируем и продвинем Ваш сайт всего за \$29.95 в месяц.»**

За такую сумму бессмысленно ожидать профессионализма и хороших результатов.

SEO — это долгосрочное предприятие, основанное в первую очередь на стратегии. Необходимо сначала выполнить базовые работы, проставлять качественные ссылки на свой ресурс, постоянно анализировать, что-то улучшать. Это попросту не дешёвое занятие. Оно не бывает в промышленных масштабах, как бы этого ни хотелось некоторым компаниям.

Говорит ли это о том, что небольшие компании с ограниченным бюджетом не могут этим заниматься?

Нет. Это говорит о том, что небольшие компании с ограниченным бюджетом должны осознавать предполагаемые сроки и выяснить, является ли SEO наилучшим решением их задач.

Подумайте о постепенном улучшении вашего интернет-бизнеса с помощью рекомендаций, новых продуктов, рекламных акций, сотрудничества с другими компаниями, постоянного обновления контента, и т. д. Это поможет Вам в планировании бизнеса.

Или, если Вы настаиваете на оптимизации, направьте больше усилий на стартовые действия, поиск менее конкурентных, но высокочастотных ключевых запросов.

### **Хитрость №5. «Мы не можем сказать Вам, что именно делаем — это коммерческая тайна»**

Ничего, кроме нескольких интересных находок, за годы работы в этой области, вы не обнаружите, здесь нет по сути ничего секретного. SEO-специалистам платят не за их невероятные знания, а за их опыт работы с поисковыми системами и успех, который они принесут сайту. Им платят за наиболее подходящее решение в рамках задач и возможностей клиента.

Если они не могут или не станут рассказывать о том, что именно они делают, причина этого, возможно, в том, что они сами не знают что делают и пускают Вам пыль в глаза.

### **Хитрость №6. «У нас есть знакомый в Google».**

Этот пункт нравится мне больше всего, главным образом потому что у меня тоже есть знакомый в Google. У меня также есть знакомый в пивном баре, но это не освобождает меня от уплаты за пиво. У меня также есть знакомый в Telstra, но я каждый месяц оплачиваю счета за телефон.

Поверьте, Google не пожертвует честностью своей поисковой выдачи только потому, что кто-то знает кого-то. Это глупо!

## **Хитрость №7. Неразбериха с ключевыми словами.**

Ключевые слова — основа SEO.

Создание качественного и полезного контента положительно скажется на Вашем сайте больше, чем любой другой фактор. Пользователи отличают хороший контент и делятся им с другими.

Правильное использование профессионального сленга, важных ключевых слов и популярных ключевых запросов очень важно.

А фишка вот в чём: понимание или непонимание различий между популярными ключевыми запросами и ключевыми запросами, которые максимально приближены к решению о покупке, может в корне изменить прибыль от Вашего сайта.

Например.

Работая над продвижением туристического агентства в Австралии, мы искали ключевые слова, пытаюсь определить самое главное. Мы остановились на выборе между «Travel» и «Tour».

Несмотря на то, что слово «travel» искали в четыре раза чаще, мы выбрали «tour», предварительно выяснив с помощью контекстной рекламы то, что пользователи, искавшие «tour» были на 70 процентов более склонны к приобретению услуг.

На каждого человека, который ищет «seo», возможно найдётся 10, которые задают более расплывчатые запросы, например «Как продвинуть свой бизнес в Google?»

Попробуйте отыскать те запросы, по которым Вы видите возможность продвинуться. 20-ое мест по запросу «страхование» не принесёт ничего. 2-ое или 3-е место по запросу «страхование домашних питомцев» будет более плодородным.

## **Хитрость №8. «Мы гарантируем 1-ое место в выдаче!».**

Никто не может точно предугадать. Никто. Почитайте, что пишет об этом [Google](#) (англ).

В SEO не может быть никаких гарантий на позиции, привлечённый трафик или что-либо ещё. Рассматривайте SEO как рекламный бизнес (это в принципе он и есть, только в интернете). Лучшие рекламщики никогда ничего не гарантируют, также как доктора и адвокаты. Вы нанимаете этих специалистов, исходя из своих требований, их прошлых успехов, их опыта. SEO ничем не отличается.

Хорошие SEO-специалисты таковы благодаря годам обучения и тестирования, знанию наиболее необходимых действий для достижения результата. В общем, если кто-то гарантирует Вам что-либо, то это то, что Вы будете терять ваши заработанные Вами деньги.

\* — В оригинальном тексте указаны Google, Yahoo and Bing, что не совсем подходит для Рунета, поэтому переводчик заменил их на более привычные Google, Яндекс и Rambler.

Автор статьи — Lucio Ribeiro [http://twitter.com/lucio\\_ribeiro](http://twitter.com/lucio_ribeiro)

Оригинал: [The eight scams peddled by SEO consultants](#)

## 9 экспертных SEO советов для маленького бизнеса

*Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)*

Игнорируя поисковые системы, Вы действуете на свой страх и риск. Сегодня, когда так много людей совершают покупки в интернете, поиск поставщиков для ведения своего бизнеса, а также получения трафика являются неотъемлемой частью интернет маркетинга.

Для решения такой непростой задачи Вы либо прибегните к помощи специалистов в SEO, либо будете всем заниматься сами. В первом случае Вы платите за работу другим, во втором Вы экономите деньги, но тратите свое время. Не зависимо от варианта, я согласен с утверждением, что “Чем больше Вы знаете свой предмет, тем более точные и важные вопросы сможете задать и тем более квалифицированных специалистов сможете нанять”.



В прошлом месяце был проведен веб-бинар в Verizon Small Business Center на тему “Совершенствование SEO опыта”. Были опрошены 9 профессионалов в области SEO и соц-медиа, имеющих опыт и понимание стратегий в сфере малого бизнеса. Ниже приведены выборки из интервью:

1. **Aaron Wall** из [SEOBook](#) о выборе доменных имен: “Начните с выбора описательного имени домена. Вы захватите больше рынка, плюс бренд будет иметь описательный URL. Это нравится как ПС так и людям. Посмотрите на премиум домены. Да, их начальная цена намного выше, но в итоге она окупается в разы”. Aaron продолжает: “Большой ошибкой является разделение сайта или блога на несколько узко тематических сайтов. Доверие и репутация бренда растут быстрее на одном сайте, чем на нескольких”.

2. **Matt McGee** из [Small Business Search Marketing](#) о разработке надежных сайтов: “Доверие – это фактор №1 в SEO. Заработайте доверие посетителей (за счет большого содержания) и ПС начнут следовать их примеру. Создайте себя в качестве эксперта – пишите отличный и дельный контент, так чтобы посетители сами хотели вернуться к Вам на сайт или обменяться ссылками. Придерживайтесь долгосрочной стратегии. Уточняйте информацию, следите за новостями по Вашей теме в интернете. Пишите уточнения”.

3. **Robert Brady** [RighteousMarketing.com](#) о платном поисковом маркетинге: “Когда дело доходит до платных объявлений, речь должна идти об актуальности ключевых слов, текста объявлений и отражения потребностей потребителя. То, что находится на целевой странице, должно точно соответствовать объявлению. Ваши целевые страницы просто обязаны выполнять те обещания, которые обещаете в рекламном объявлении. Это способствует увеличению конверсии. Правильное использование ключевых слов стимулирует на нажатие по рекламе на 50% больше”.

4. **Vedran Tomic** о [SEO Rabbit](#) об оптимизации для местных предприятий: “С целью привлечения клиентов из Вашей страны, включите те слова на Вашем сайте, которыми пользуются жители Вашей страны для описания Вашего бизнеса. Если Ваш бренд раскручивается в определенном географическом регионе, опишите подробно это на Вашем сайте. Получите ссылки с местных предприятий, поставщиков, СМИ и прочее. Создайте объявления во всех возможных местных “желтых страница”, справочниках. Поощряйте клиентов рассмотреть Ваше дело”.
5. **Tamar Weinberg** из [Techipedia.com](#) о социальных медиа: “Социальные медиа сайты очень популярны. Создавайте тематические группы и сообщества. Зарегистрируйте аккаунт на Twitter и публикуйте новости о продвигаемом продукте. Также создавайте обратные ссылки на соц группы”.
6. **Marty Lamers** из [Articulayers.com](#) о создании содержимого веб-сайта : “Если Вы создаете копию сайта, то стоит обратить внимание на следующее: включайте целевую фразу или слово обязательно в заголовок страницы, используйте множественные числа слов или синонимы, в теле контента. Создайте сильный по сравнению с копией контент, наполнив его большим числом ключевых слов и фраз”.
7. **Debra Mastaler** из [LinkSpiel.com](#) о разработке линк билдинг кампаний: “Важно понимание Вашего рынка и демографии, чтобы знать как и где продвигать Ваш товар. Смотрите популярные новостные каналы, связываетесь с информационными агентствами на предмет выявления тенденций и идей для содержания сайта. Используйте на сайте ссылки типа “перейти к” для более подробного ознакомления с определенными типами информации. Не выкладывайте все фишки на главной странице”.
8. **Will Spencer** [MemeBridge.com](#) о ссылках на Ваш сайт: “Ссылки на Ваш сайт с других сайтов имеют решающее значение. Разнообразьте источники ссылок: тематические каталоги, каталоги статей, баннеры, пресс-релизы, маркетинговые статьи, гостевые посты и прочее”.
9. **Diane Vigil** в [DianeV.com](#) о важности сильной технической базы: “Выбирайте надежный и качественный хостинг с 24/7 тех поддержкой. Убедитесь, что именно Вы являетесь владельцем домена и что домен доступен как по www так и без www (редирект настроить надо). Регулярно создавайте резервную копию сайта. Все это нужно для того, что Ваш сайт был всегда доступен”.

## 10 способов продвижения в обход Google

*Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)*

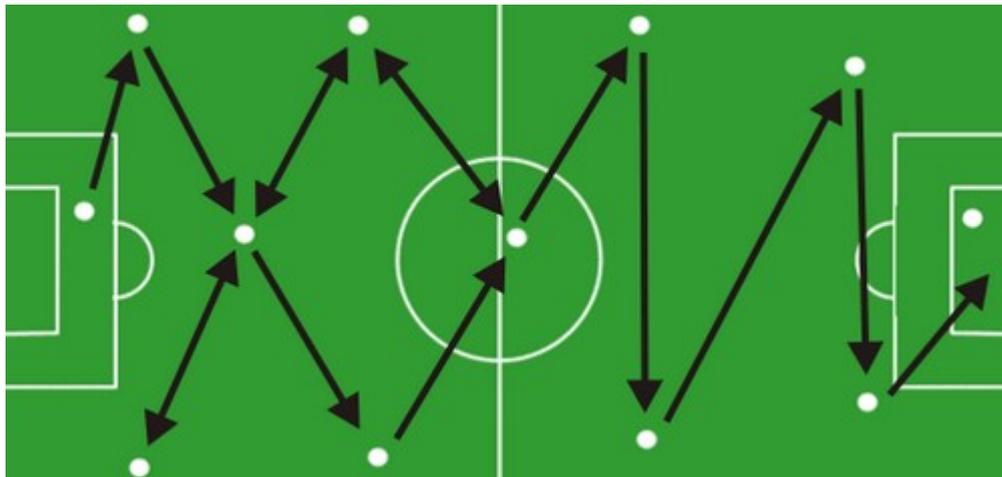
Итак, как же продвигать сайт, не обращая внимания на реакцию Гугл на ваши действия?

1. **Twitter!** [Teumeer](#) набирает популярность бешеными темпами и уже сложно найти компании, у которых бы не было твитера (куда как минимум можно анонсировать новости, но можно еще и с клиентами общаться).
2. **Блоги!** Да, именно блоги являются одним из самых удобных способов контакта с аудиторией, с потенциальными клиентами. Кроме того, блоги всегда были и остаются источниками свежего уникального контента, за что их любят все без исключения поисковые системы.
3. **YouTube!** Видео ролики с [ютюба](#) очень часто светятся в выдаче Гугла в самых неожиданных местах. Кроме того, ютуб сам по себе очень посещаемый ресурс и если сделать интересное видео, то можно получить десятки тысяч посетителей на свой сайт (и естественно прокачать свой профиль на ютубе).
4. **Социальные сети!** LinkedIn на западе, вконтакте и “[мой круг](#)” в Рунете являются чрезвычайно посещаемыми сайтами, причем с уклоном в профессиональное общение (в рунете это больше мой круг, конечно). В социальных сетях можно организовать круг общения по интересам с тысячами и десятками тысяч единомышленников.

5. **Социальный шопинг!** Это новая формация сайтов (большой обзор читать [mym](#) + там в коменатах очень много ссылок). Из отечественных можно отметить <http://market.yandex.ru/> – там есть возможность писать отзывы, можно делать “списки покупок” и “списки желаемых товаров”, а также обсуждать с другими пользователями в режиме форума (очень популярно в последнее время – комментариев пишут в 10-20 раз больше, чем отзывов).
6. **Товарные поисковые системы!** Особенно ценны они, конечно, для коммерческих сайтов, являясь хорошим источником трафика. На западе: [shopzilla](#), например. В Рунете: [priceok](#).
7. **Вопросы и ответы!** [Yahoo Answers](#) на западе. У нас: [Гугл.ответы](#), [ответы.mail.ru](#), [яндекс.ответы](#). Там много целевого трафика.
8. **Сайты с обзорами!** На западе: [epinions](#). В Рунете: [авто.ру](#), [imhonet](#), и, конечно, снова [яндекс.маркет](#).
9. **Региональные сайты и поиск!** На западе: TrueLocal, Yell.com, Qype.co.uk. У нас nn.ru, ukr.net и т.п.
10. **Тематические сообщества!** Практически по любой тематике есть форумы, социалки (например, [грабр](#)), блоги, которые объединяют десятки, а то и сотни тысяч людей.

## 10 основных правил для локального продвижения

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Сейчас середина одного из самых захватывающих футбольных сезонов (здесь автор имеет ввиду американский футбол), моя любимая команда не имеет себе равных.

В одном из интервью для телеканала NFL тренер команды на вопрос "в чем секрет их успеха в этом сезоне?" ответил "мы просто сильнее наших противников в защите и нападении".

Хотя для большинства фанатов эти слова прозвучали как "мы круче, поэтому побеждаем".

На самом деле тренер подразумевал совсем другое, а именно "наши соперники проигнорировали основные правила на поле боя", поэтому их счет оказался ниже.

Если провести аналогию с локальным поиском (адресный поиск), может быть и у вас упали позиции потому что "ослабла оборона и нападение" ?

## **Быстрое повторение 10 основных правил локального поиска.**

### **1. Вы должны добавить ваш сайт к основным сервисам локального поиска: Google Maps, Yahoo Local, Bing Local [и Яндекс.Адреса прим. пер.].**

Нет ничего проще. Во-первых, это бесплатный способ заявить о себе, рассказать о своей фирме, во-вторых, если у вас есть сайт, тогда вы соберете большой уровень доверия в поисковиках, а это благоприятно отразится на его ранжировании (естественно, если вы таким способом пытаетесь накрутить свои позиции, то можете попасть под санкции поисковиков).

### **2. Добавьте вашу компанию к основным справочным сервисам: Localeze, infoUSA, и Асxiom— связавшись с ними через UniversalBusinessListing.org.**

Большинство бизнесменов владельцев небольших фирм слышали о Google, Yahoo, и Bing. Но небольшой процент из них (я бы даже добавил что немного интернет маркетологов) знают о других "трех китах" локального поиска —Localeze, infoUSA, и Асxiom. Эти справочные сервисы имеют собственные базы данных, локальные индексы и другие черты присущие только поисковым сервисам. Проще говоря, эти три сервиса можно считать хребтом локального поиска.

Удивительный факт, но вы не можете добавить данные о своей компании в режиме он-лайн, единственный способ как это сделать, насколько я знаю, это через Универсальный Реестр Компаний (Universal Business Listing).

MyOST: применительно к России - есть [Желтые страницы](#), которыми не стоит пренебрегать, а также популярные в регионах [ДубльГис](#) и [Скайнет](#).

### **3. Добавьте вашу компанию в качественные каталоги.**

Один из основных шагов на пути к успеху в локальном поиске - это добавить вашу статью в качественные каталоги, которые играют далеко не последнюю роль если вы хотите что бы ваша компания находилась по нужным вам поисковым запросам. Очень часто поисковые системы используют при локальном поиске информацию из каталогов, поэтому не стоит игнорировать эту возможность.

MyOST: естественно, если речь о русскоязычном сегменте, то для нас важен [ЯК](#).

### **4. Информация о вашем бизнесе должна быть последовательной.**

Особенно это любит Google, он хочет везде видеть одну и ту же информацию касающуюся какой-то конкретной компании, поскольку это повышает уровень доверия к этой компании и результаты поиска будут наиболее корректными. Это означает что не нужно в поле, где должно быть название компании, вставлять длинный хвост из ключевых слов. Также контактная информация везде должна быть одинаковой, еще один важный момент, на который я хотел бы обратить ваше внимание, это формат написания номера, желательно придерживаться стандарта.

### **5. Ваши контактные данные должны быть в hCard микроформате или добавьте QR код на свой сайт.**

Это крайне важно, что бы поисковые системы видели название адрес и телефонный номер вашей компании (еще известен как "НАТ"—хорошая аббревиатура от Localeze's Gib Olander) в процессе индексации вашего сайта. Если эта информация будет во флеш-анимации или графическом изображении, тогда поисковый робот не сможет ее прочитать и добавить в индекс. Поэтому, общий совет такой, ваш адрес должен быть написан в текстовом формате в HTML, или в крайнем случае в hCard микроформате.

## 6. Создайте KML файл и загрузите его в Google Webmaster Central.

Большинство SEO-специалистов хорошо знакомы с XML картами сайтов. Хорошо, а теперь представьте себе KML файл как "топографическую карту". Это специализированный формат файла в котором храниться информация о компании, от физического адреса со всеми данными с сайта и даже географическими координатами, до детальной информации о сайте компании. Голландский SEO специалист [Martijn Beijk](#) написал отличное [руководство по составлению KML файлов](#), оно будет полезным для всех кто еще только начал заниматься продвижением в локальном поиске.

## 7. Используйте официальное название компании в теге "title" для вашей контактной страницы.

Этот совет один из самых свежих, который я начал давать после того как прочитал пост Mike Blumenthal на форуме посвященному Google Maps, а также его доклада на SMX East в прошлом месяце. Bill Slawski акцентировал наше внимание на этом в своей статье Стратегия для Локального Поиска (Local Search strategy) еще в далеком 2006 году (!), но тогда я не обратил внимание на этот совет, и только когда услышал доклад Mike'a решил что нужно использовать и эту возможность.

Прописывая в "title" теге контактной страницы официальное название вашей компании вы как бы подписываетесь для Google в том что это действительно самый точный вариант написания названия вашей компании.

## 8. Используйте географические названия в теге "title" для вашей контактной страницы.

Это одна из общих рекомендаций: используйте названия географических пунктов в теге "title" для вашей контактной страницы. Например, если ваша компания занимается продажей автомобильных шин в Детройте тогда тайтл должен содержать примерно следующее "Детройт шины" или "Шины в Детройте" в дополнение к другим тайтлам страниц на вашем сайте.

## 9. На вашем сайте должна быть установлена Google Аналитика.

Думайте об аналитике как о просмотре футбольного матча. Что бы знать как ваша команда сыграет в этом матче, нужно знать как она играла в прошлых играх. Аналитика поможет узнать вам по каким поисковым запросам чаще всего посетители попадают на ваш сайт, и какие страницы самые эффективные для вашего бизнеса.

## 10. Делайте мониторинг ваших конкурентов.

Всегда следите за тем как обстоят дела в органической и адресной поисковой выдаче по вашим ключевым запросам. На каких позициях ваши конкуренты? Используйте инструменты такие как [Linkscape](#) или [Yahoo Site Explorer](#) чтобы выявить сайты которые на них ссылаются но не ссылаются на вас (применительно к рунету - можно пользоваться удобным сервисом [SEO-Budget](#)). Посмотрите в каких категориях зарегистрированы их сайты, но вашего там нету.

**Всегда учитесь у ваших конкурентов:** смотрите в чем они лучше вас и делайте из этого для себя выводы.

[MyOST](#): Всегда учитесь, но не копируйте 1 в 1, это всегда ходьба за конкурентом, а не впереди его.

Возможно остались еще какие-то тематические блоги или форумы, где вы все еще не "засветились" ?

Возможно тема продвижения в локальном поиске не такая интересная как интернет маркетинг на [Твиттере](#), тем не менее это очень хорошие советы которые вне всякого сомнения помогут улучшить видимость вашего сайта и привлекут новых клиентов.

Источник: [Blocking And Tackling: 10 Fundamentals Of Local SEO](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 10 вопросов для SEO подрядчика или как найти специалиста по продвижению сайтов

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*

Поиск подрядчика для поискового **продвижения вашего сайта** - это всегда нелегкое задание. Но перед этим возникает вопрос, нужно ли искать на стороне **SEO компанию** или **специалиста по продвижению сайтов**?



Много компаний не имеют достаточно собственных средств и времени что бы разработать и применить на практике хорошую стратегию для продвижения сайта. Поэтому вынуждены нанимать подрядчиков для выполнения такого типа работ или идти более сложным путем, [обучая](#) сотрудника. Проблема в том, как определить какой **SEO компании** или **специалисту** можно доверять, и кто как из них справится с поставленной задачей.

На сегодняшний день существует огромное количество компаний предлагающих свои услуги по продвижению, каждая из них заявляет что обладает каким-то особенным мастерством или знает какие-то "**секреты**" которые неизбежно приведут к успеху, но насколько это соответствует действительности это еще большой вопрос.

**Ваша конечная цель** - увидеть свои сайты на первых позициях серпа всех основных поисковых систем. Если вы доверите продвижение не профессионалам, в конце концов все может закончиться тем что ваш сайт будет забанен поисковиками.

**MyOST**: Не совсем согласен про "**цель=позиции**", все-таки трафик это более широкое понятие, которое включает в себя и позиции. А цель конечная, она в конвертации посетителей в покупателей, тогда заказчик будет доволен.

Мы хотим в этой статье представить вам 10 вопросов которые следует задать вашему потенциальному партнеру перед тем как вы ему доверите продвижение своего сайта.

## 1. Какие гарантии что мой сайт окажется в ТОПе?

Ответ должен быть "никакие". Никто из не владеет поисковыми машинами, естественно кроме самых поисковых компаний. Алгоритмы ранжирования **изменяются ежедневно**, поэтому Вам никто не должен давать обещаний которые не сможет сдержать.

Если Вы обратились к действительно профессионалам, тогда вам ответят что первых позиций гарантировать не могут, но благодаря проведенной оптимизации, как минимум, на сайт увеличится приток трафика, соответственно и возрастет уровень продажи товара. Зачастую это намного важнее чем удерживать первые позиции в поисковиках.

**MyOST:** но при этом в договоре нужно прописать что будет делать исполнитель, а также за какой срок будет достигнут определенный результат. Если он не достигается - определенная ответственность. Нужно учесть, что 90% компаний предлагают финансовые гарантии, а также отметить при этом что дьявол кроется в деталях договора и лишь 10% из них реально смогут эти финансовые обязательства сдержать, в случае не соблюдения условий договора, не говоря о фрилансерах уже. Главное, что нужно делать - читать договор и оговорить все сложности сразу, а не после начала работ над сайтом.

## 2. Вы будете вносить изменения в мой веб-сайт?

Для того что бы получить **максимальный SEO эффект**, ваш сайт должен быть подвергнут [оптимизации сайта](#), то есть будут внесены изменения в его внутреннюю структуру и контент. Что бы оценить насколько профессионально это сделает компания которую вы планируете нанять, посетите один из сайтов которое они продвигали раньше.

На что обращать внимание при оценке уровня оптимизации сайта: первое, это сайт не должен быть перенасыщен флеш анимацией и лишней графикой. Наличие динамических выпадающих меню и сложной древовидной иерархической навигации также крайне нежелательно, роботы поисковых систем плохо индексируют такие сайты.

Следует обратить внимание насколько хорошо составлено семантическое ядро сайта, в нем должны присутствовать слова и фразы по которые посетители чаще всего набирают в поисковых сайтах по заданной тематике.

**MyOST:** но если опыта в оценке сайта по определенным параметрам у Вас нет (а скорее всего такого опыта у заказчика нет), то лучше всего просто почитать текст, не заспамлен ли он, а также проверить наличие сайта в топе по предполагаемому семантическому ядру.

## 3. Как будет продвигаться мой сайт ссылками?

**Долгосрочный успех продвижения** невозможен без внешних ссылок на ваш сайт. Вы можете воспользоваться специализированными программами для того что бы посмотреть кто на вас ссылается (количество входящих внешних ссылок), какой текст ссылок на ваш сайт, и другое. А можно воспользоваться онлайн-сервисом [Seo-Budget](#) для определения количества ссылок и семантического ядра.

Хорошая **SEO компания** будет ставить вас в известность о каждом своем шаге в процессе работы с вашим сайтом, в том числе еженедельный отчет с списком полученных внешних ссылок. Вам должен быть представлен детальный анализ ссылочной массы на ваш сайт, и план получения новых качественных ссылок с тематически близких авторитетных сайтов, каталогов и социальных сетей.

Пока точное количество ссылок сложно назвать, вы должны быть ознакомлены с предварительными прогнозами ссылочного продвижения.

**MyOST:** на данный момент я не знаю ни одной компании, работающей в рунете, которая предоставляет такой еженедельный отчет. Это связано со многими факторами. Хотя многие согласны пойти на вариант

оплаты работы отдельно, а аккаунт на ссылочной бирже остается за заказчиком и он в любой момент может ознакомиться с ситуацией. SEO специалист занимается сайтом, покупает и следит за ссылками.

#### 4. Как мы будем поддерживать связь и в каком виде я буду получать отчеты?

Настоящие профессионалы будут постоянно вас информировать о проделанной работе, что они сделали и почему они это сделали.

Таким образом вы должны получать, **отчет о позициях вашего сайта** по продвигаемым ключевым словам в желаемых поисковых системах и **детальный анализ процесса продвижения**: еженедельно ежемесячно и каждый квартал. Отчеты должны быть представлены в понятной форме, что бы вы имели четкое представление о том что было сделано.

Вы должны помнить что **SEO не дает мгновенного эффекта**, это кропотливый труд на протяжении длительного времени, но вместе с тем будьте требовательны к вашим подрядчикам и требуйте только высоких результатов работы.

#### 5. Что я получаю за те деньги что я вам плачу ? Что вы мне можете предложить?

Вам должно быть **четко понятно** что вы получите взамен за ту цену которую вы платите. Менее авторитетные фирмы будут очень мутно рассказывать вам о том какую конкретно выгоду вы получите, также не вполне будет понятным их процесс ценообразования.

Не попадитесь к таким махинаторам на крючок. Вы должны совершенно четко понимать сколько и за что вы платите, и какую конкретно выгоду вы получите в результате.

Некоторые компании предлагают только какой-то один вид услуг интернет маркетинга: продвижение в поисковых системах, контекстная реклама, e-mail маркетинг или маркетинг в социальных сетях. В тоже время другие фирмы могут сразу же в пакете сделать целый комплекс этих услуг, это может сэкономить ваши деньги т.к. в таком случае вы работаете только с одной компанией.

#### 6. Почему Пейдж Ранк вашего собственного сайта такой низкий?

Иногда так случается, что у компании которая предоставляет **SEO услуги** Пейдж Ранк собственного сайта низкий, хотя в целом сайт выглядит очень прилично и изобилует полезной информацией.

[Пейдж Ранк](#) сам по себе это еще не показатель профессионализма фирмы. Могут быть разные причины почему он не высокий, например переход на новый сайт или новый домен.

Или даже потому что компания была настолько загружена работой над сайтами клиентов что не имела достаточно времени позаботиться о собственном сайте.

[MyOST](#): возможно этот пункт и актуален для буржунета, но для рунета можно "забить". Хотя заказчиков всегда интересует тИЦ, что тоже должно обрубаться на корню, если только сайт не в Яндекс.Каталоге и планируется получать оттуда трафик.

#### 7. Кто ваши конкуренты?

Хорошая компания без всякого стеснения расскажет о своих конкурентах, также объяснит как отличаются их услуги. Но не ожидайте что они направят вас к другим SEO компаниям если ваше сотрудничество не сложится.

[MyOST](#): с другой стороны, если начинают рассказывать как плохи конкуренты, лучше не начинать работать с этой компанией. Ведь нужно чтобы рассказали о своих преимуществах, а "за глаза" о конкуренте плохо говорить - это не этично как минимум.

## 8. Чем вы можете подтвердить свою квалификацию?

Даже если вы обратились в молодую компанию, это еще не значит что они имеют недостаточную квалификацию в области **SEO**.

Попросите представить вам дипломы и сертификаты подтверждающие квалификацию сотрудников этой фирмы. Если вы хотите заказать контекстную рекламу также поинтересуйтесь если у них соответствующие сертификаты.

**MyOST**: как правило, если человек проходил обучения в специализированных компаниях, то у него в наличии **сертификаты** о прохождении какого-либо из курсов, а также можно пройти аттестацию в **специализированной компании** (это уже не просто прослушивание курса, это уже почти сдача экзамена). Хотя достаточно много самоучек, которые и без сертификации могут дать многим фору, но рассматривайте наличие сертификата как плюс.

## 9. Вы можете мне показать сайты которые вы продвинули в ТОП?

Лучший способ узнать подходит вам та или иная компания это услышать **отзывы** бывших и нынешние клиентов об опыте их совместного сотрудничества.

Когда вы делаете оценку поисковых запросов по котором эта компания делала продвижение сайтов раньше, в первую очередь обращайтесь внимание на соответствие их тематике сайта.

Даже если вы видите что сайт продвигался по не самым популярным запросам, это еще не свидетельствует о не профессионализме, возможно это была часть стратегии долгосрочного продвижения или выбрано другое семантическое ядро.

**MyOST**: отзывы можно прочесть и в сети, только здесь нужно быть осторожным. Липовых положительных и липовых отрицательных отзывов в сети достаточно.

## 10. Сколько мне будет стоять продвижение? Как долго мне ждать результатов вашей работы ?

**Качественная поисковая оптимизация** (SEO) не может только определяться денежной сумой. Но тем не мнение , обычно вы получаете результат соответствующий капиталовложениям.

**Цены на продвижение** колеблются в диапазоне от нескольких сот долларов до нескольких тысяч. Касаемо трафика, все зависит от следующих факторов: слов по которым будет проходить продвижение, насыщенности рынка и уровня конкуренции.

## А теперь задайте себе вопрос: Буду ли я хорошим клиентом?

Если компания имеет уровень ответственности перед вами, так же и вы как клиент должны иметь ответственность перед ними.

**Вы не будете хорошим партнером если:** будете слишком мелочным, не сможете вовремя принимать решения, не будете вовремя подписывать контракты и требовать все наперед.

Также не нужно ставить не реальных задач, таких как попадание на первые позиции по высоко конкурентным словам в очень сжатые сроки. Компания которую вы наймете для **оптимизации и продвижения вашего сайта (SEO)** конечно же в результате подвинет его в топ, но это займет некоторое время.

Как клиент, вы также должны посвящать какой-то объем своего времени для проекта, и следовать рекомендациям которые вам будут давать специалисты.

Уже с первых дней работы вы получите детальный анализ и план будущего продвижения, так что вы сможете определить свою роль в этом проекте.

Привлечение к оптимизации SEO компании или специалиста "из вне" имеет целый ряд преимуществ, **во-первых** это сэкономит время и ресурсы вашей собственной фирмы, **во-вторых** они гарантировано (?) обладают нужной квалификацией и опытом для такого вида работ, что в результате значительно ускорит достижения желаемых результатов.

MyOST: от себя добавлю, когда заказчику сайт не нужен - исполнителю он тоже окажется не нужным. Это уже по своему опыту могу сказать. Когда клиент забивал на сайт, ничем не интересовался, вовремя не вносил нужные изменения - мне как специалисту тоже становился сайт безразличен, в результате следовал разрыв договора. Продвижение бизнеса клиента, как ни странно, требует наличия в процессе не только исполнителя, но и заказчика.

Источник: [Hiring an SEO Consultant](#), [Hiring a Search Engine Optimization Agency Part 2](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 10 самых популярных SEO мифов

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Каждый день мы слышим множество различных **SEO мифов** и далеко не правдоподобных слухов, которые появляются неизвестно откуда.



Большинство этих мифов подаются в "соусе" **профессиональных секретов** или советов которые могут очень быстро и эффективно решить ту или иную проблему. В этой статье мы решили **рассказать и развенчать** самые популярные из них.

### SEO миф: Можно гарантировать попадание в ТОП

**Правда:** Некоторые фирмы которые предоставляют SEO услуги "гарантируют" попадание вашего сайта в ТОП поисковой выдачи. Запомните, что никто "из вне" не может влиять на работу поисковиков, поэтому такие гарантии абсолютно ничем не подтверждены, а также нет никаких оснований им верить.

Единственная причина по которой их дают, это возможность привлечь клиента. Таким способом хотят создать у клиента мнимое мнение о том что успех гарантирован, на самом деле этого гарантировать не может никто.

**MyOST:** есть разного рода гарантии, которые предлагают фирмы, я бы тут посоветовал читать договор, а не тексты на сайте и речи "продажников". Также есть финансовые гарантии, тут тоже стоит дотошно читать договор, есть много "оговорок", которыми пользуются фирмы, часто клиент не может узнать всех подводных камней, до того как на них не нарвется.

Более того, финансовые гарантии может дать только серьезная фирма, которая имеет определенные финансовые активы, чтобы исполнить обязательства (стоит на этом заострить внимание, что прописать в договоре и исполнить обязательства - разные вещи). Допустим - реальный пример предложения, которое соответствует как действительности, так и уровню фирмы "[достижение результата через 20 дней, финансовые гарантии достижения результата](#)" от [Корпорации РБС](#).

## SEO миф: SEO своими силами это дешевле

**Правда:** Это еще одно очень распространенное заблуждение, на самом деле только **SEO профессионалы** как никто другой знают что нужно сделать что бы ваш сайт хорошо ранжировался поисковиками.

SEO намного сложнее чем это может показаться на первый взгляд, требует комплексного подхода не только с технической стороны, а также маркетинговые исследования и привлечения разнопрофильных специалистов: копирайтеров, вебмастеров, оптимизаторов и др.

Вряд ли вы можете себе позволить содержать весь этот штат сотрудников у себя на фирме. Кроме того проводя самостоятельно оптимизацию вы теряете собственное время, в неестественный для вашего основного заработка способ.

Вот теперь и считайте что для вас выгоднее, делать оптимизацию сайта самому или обратиться к профессионалам. Кроме того, средние [цены на SEO услуги](#) можно считать доступными для всех уровней бизнеса.

**MyOST:** самостоятельное продвижение сайта может создать большие проблемы для бизнеса, например сайт может попасть в руки к не профессионалам, которые могут загнать в лучшем случае сайт под фильтр, а в худшем - в бан поисковых систем. Поэтому здесь чаша весов должна склоняться именно к выбору профессионалов, а не дешевизне услуги. Можно "выращивать" своего специалиста, но для этого потребуется провести его [обучение](#), а это займет определенное время и будет стоить определенных денег. Плюс ко всему этому - первые эксперименты этот человек будет ставить именно на вашем сайте.

## SEO миф: Аудитория привлекаемая поисковиками хуже чем аудитория из других маркетинговых источников.

**Правда:** Аудитория привлекаемая через поисковые системы, наверное самая качественная по сравнению со всеми остальными. Ведь люди набирают в строке поиска именно тот товар или услугу которая им нужна.

Они ищут конкретно вас, а не просто проходят мимо, как это случается например с внешней рекламой на улице.

Но вы должны помнить, что сможете привлечь целевую аудиторию только в том случае если продвигаетесь по "правильных" поисковых запросах, обычно SEO компании решают эту проблему вместо вас, составляя семантическое ядро сайта.

**MyOST:** аудитория поисковых систем самая правильная и целевая, более того - ее [можно анализировать](#), сайт как пластилин, из него можно сделать самый лучший инструмент для развития бизнеса, если над ним работать с правильным вектором.

## **SEO миф: Веб сайт был оптимизирован еще в процессе создания.**

**Правда:** Очередное очень популярное мнение которое далеко не соответствует действительности. На самом деле лишь очень небольшой процент вебмастеров имеют хотя бы минимальное понятие о поисковой оптимизации сайтов, поэтому при создании этот вопрос обычно даже не рассматривается.

Чаще всего оптимизационные работы проводят уже после создания сайта фирмы которые специально для этого нанимают.

По нашим наблюдениям, около 60% сайтов не оптимизированы вообще, поэтому и висят очень далеко от зоны видимости в СЕРПе. Если у вас есть собственный сайт, тогда его оптимизация должна быть первостепенной задачей, это даст вам значительное преимущество перед конкурентами.

**MyOST:** здесь я соглашусь, что часто реальная ситуация не совпадает с тем что обещали разработчики, а еще чаще разработчикам просто не хватает квалификации, чтобы качественно провести [поисковую оптимизацию сайта](#), поэтому ее производят "на своем уровне". А еще чаще оптимизация сайта вообще не производится, здесь есть несколько факторов, почему это происходит: первый - скупость заказчика, второй - тупость разработчика, третий - низкая квалификация продавца.

## **SEO миф: Добавление длинного "хвоста" из ключевых слов в мета тег "keyword" поможет странице ранжироваться лучше по этим словам.**

**Правда:** По имеющейся у нас информации большинство самых популярных поисковиков уже давно перестали учитывать при ранжировании страниц мета тег "keyword".

А те что это делают, не придают ему большого значения, а если один и тот же набор ключевых слов встречается на каждой странице в этом мета теге, то это даже может быть воспринято поисковиком как спам, что естественно приведет к понижению позиций в СЕРПе.

Мы рекомендуем заполнять мета тег "keyword" т.к. многие каталоги используют ключевые слова из него при добавлении к ним нового сайта.

## **SEO миф: Чем чаще вы используете ключевые слова у себя на странице, тем выше она будет ранжироваться.**

**Правда:** Это не так, плотность ключевых слов естественно имеет значение, но нельзя утверждать что "чем чаще - тем лучше", перенасыщение страницы ключевыми словами может восприняться поисковиком как спам, поэтому следует быть предельно внимательным.

В зависимости от типа поисковика принято считать, что оптимальная плотность ключевых слов должна быть от 3 до 15%. Сама по себе плотность ключевиков в тексте не играет большой роли, но в сумме с другими факторами она может быть очень важной, поэтому не стоит пренебрегать этой возможностью, что бы улучшить позиции своих страниц.

## **SEO миф: Скрытые ссылки или текст помогут поднять позиции страницы в СЕРПе.**

**Правда:** Использование замаскированных ключевых слов или ссылок (для этого вебмастера используют различные приемы, один из них это слить с фоном страницы, или написать микроскопичным, неразличимым для глаза посетителя шрифтом) строго наказывается поисковиками.

Поэтому мы вам не советуем использовать этот способ из-за высокого риска попасть в бан. Большинство оптимизаторов считают, что оно того не стоит, что бы через это рисковать быть забанеными.

## **SEO миф: Чем больше исходящих ссылок, тем выше позиции сайта будут при ранжировании.**

**Правда:** Исходящие ссылки на тематически близкие и не тематические сайты учитываются поисковиком при ранжировании. Входящие ссылки играют более важную роль чем исходящие.

Чем больше качественных входящих ссылок на ваш сайт тем лучше, и тем выше PR, но никто еще до конца так и не знает как Google использует PR в своих алгоритмах ранжирования.

Огромное количество исходящих ссылок, а также входящие с сайтов не близких по тематике может привести к тому что ваш сайт превратиться в "линкопомойку" и будет забанен в поисковых системах.

## **SEO миф: Вам не нужно обновлять сайт чтобы удерживать свои позиции в СЕРПе.**

**Правда:** При регулярном обновлении структуры и контента вашего сайта (например, замена устаревшего материала на новый, исправление битых ссылок, оптимизация кода, и т.д.) поисковые роботы будут чаще посещать ваш сайт.

Для того что бы ваш сайт удерживал высокие позиции в СЕРПе (если таковы имеются) старайтесь регулярно его обновлять.

Как показывает [практика](#), статические сайты (те что не обновляются) "сползают" вниз, не выдерживая конкуренции с часто обновляемыми сайтами, которые лучше индексируются из-за того, что к ним часто приходят поисковые роботы.

## **SEO миф: Вы можете продвинуть свой сайт только за счет внешних факторов, без внутренней оптимизации.**

**Правда:** Отчасти мы согласны с этим, но только за счет продвижения и **без внутренней оптимизации** вряд ли удастся удержаться на "захваченных" позициях в поисковой выдаче. Такое продвижение краткосрочное и не эффективное.

Если вы хотите иметь стабильный результат, тогда вам нужно поработать над вашим сайтом, очистить код, улучшить структуру, позаботиться о качественном и оригинальном контенте. Даже небольшая оптимизация, например исправить битые ссылки, покажет поисковику что сайт развивается, и это положительно повлияет на ранжирование.

Запомните что поисковые роботы плохо индексируют неоптимизированные сайты. Нет никакого смысла проводить внешнее продвижение предварительно не оптимизировав свой сайт.

**MyOST:** также стоит заметить один очень важный момент - продвигаться чисто внешними факторами (не во всех тематиках), конечно, можно, но обойдется это в разы, а то и в десятки раз дороже, чем комплексное продвижение сайта, которое включает в себя множество работ. Оптимизацию сайта обязательно нужно проводить, те кто ее игнорирует - теряют многое, причем это касается не только поисковых систем, они теряют и пользователей.

## **Выбирайте только "правильные" SEO фирмы!**

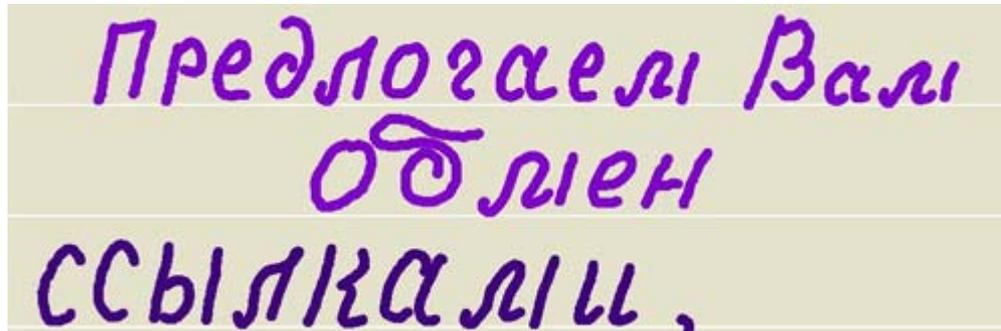
Мы надеемся что эта статья оказалась интересной и полезной для вас. Будьте очень критичны при выборе [SEO фирмы](#).

Источник: [Top Search Engine Optimization \(SEO\) Myths](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 10 практических советов по обмену ссылками

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Построение [ссылочной массы](#) — одна из самых важных частей продвижения блога или сайта. Ранее, мы уже касались вопроса обмена, а именно [стоит ли обмениваться взаимными ссылками](#). Теперь перейдем к практическим советам.

Ссылки помогают увеличить трафик, увеличить показы и возможно самая главная вещь — **повышение позиций в поисковых машинах**.

Существует огромное количество [методов получения ссылок](#), и один из таких [популярных методов](#) — обмен ссылками с тематическими сайтами и блогами (этот метод не подойдет для новых блогов, так как никто не захочет совершить обмен с неизвестным блоггом).

Каждый день, я получаю письма с просьбами об обмене ссылками и сам когда-то посылал такие письма, когда мой блог был молод.

Некоторые из этих писем были написаны настолько хорошо, что я обменивался с ними ссылками, а некоторые даже не хотелось читать. Очевидно, если они пишут мне, то они пишут и другим блоггерам с теми же просьбами — если они отправляют те же email что и мне — просто пустая трата времени.

С правильным подходом к обмену ссылками можно добиться не малых успехов, особенно это относится к начинающим блоггерам.

Вот 10 вещей, которые нужно помнить, обращаясь к администраторам с просьбой об обмене:

### 1 — Четко излагайте свои мысли, по существу.

Если вы предлагаете обмен ссылками убедитесь, что то что вы написали четко и понятно вебмастеру. Определитесь с тем, что вы предлагаете взамен и будьте кратки. Конечно, не будет лишним если вы добавите немного своего, но избегайте длинных рассуждений и т.д.

Я думаю это частично зависит от того, кому вы пишете. Если вы пишете крупному блоггеру, который получает тонны писем ежедневно, ваше письмо должно быть как можно короче и содержательнее. А если вы пишете начинающему блоггеру, то тут у вас есть свобода в общении.

### 2 — Начните с тех, кого знаете.

Лучший способ начать обмен — это связаться с уже знакомыми вам вебмастерами или людьми, которые хоть что-то слышали о вас. Я всегда отклонял запросы об обмене ссылками, но со своими друзьями всегда

обмениваюсь. Если вы начинающий вебмастер, то наверняка у вас не много друзей занимающихся тем же что и вы, поэтому вы должны развивать связи с блогами, которые имеют такую же тематику как и у вас.

### **3 — Только те сайты, которые тематически схожи с вашим.**

Очень часто присылают письма с запросами на обмен ссылками с сайтами, которые абсолютно не схожи по тематике. Если я получаю такие письма, то я сразу же их удаляю. Поэтому сфокусируйтесь на строго тематическими сайтах и вы добьетесь результата.

### **4 — Выбирайте блоги примерно схожие по размеру.**

Если вы только завели блог, не рассчитывайте получить ссылку с более успешного и развитого блога. Лучше потратьте это время на блоги вашего размера и статуса и вероятнее всего вы получите кучу ответов. С ростом вашего блога, вы сможете размещать на ссылки на более развитых блогах.

Более развитые блоги не принимают вашего предложения по нескольким причинам:

- Они не получают ничего ценного. Ну конечно, не совсем ничего, но практически ничего, т.к. ваш маленький блог не имеет никакого веса. Ваш блог не сможет снабжать их трафиком и практически ничего не изменит в ранжировании поисковой выдачи.
- Они получают слишком много предложений. Если крупный блог будет соглашаться на обмен с каждым, то сайдбаре станет бесконечным.
- Они не уверены, что вы всерьез занимаетесь своим блогом. Ни кто не хочет, чтобы у него на сайте висели ссылки на те блоги, которые не обновляются по 6 месяцев. К сожалению, большинство молодых блогов забрасываются своими хозяевами. Поэтому, вам сначала нужно доказать, что блог действительно развивается.

### **5 — Выясните имя блоггера.**

Для блоггеров, которые получают огромное количество писем каждый день будет приятнее, если к ним обращаются по имени, а не шаблонно. Не многие это делают, поэтому это придает вашему письму более персональный подход.

### **6 — Не игнорируйте ссылки с одной страницы.**

Обмен ссылками в основном происходит на всех страницах сайта, но это не всегда так. Когда я начинал развивать свой блог, каждую неделю я писал статьи с 10 ссылками на тематические мне сайты. От этого я иногда получал отзывы и комментарии владельцев этих сайтов. Обзор других сайтов — очень хороший метод завести друзей.

Размещая такие посты, я посылал запрос на размещение ссылки на мой сайт. Я потратил примерно месяц, чтобы найти блоггеров, которые тоже бы размещали обзоры моего сайта еженедельно или ежемесячно. Если мне нравился контент блога, я посылал запрос на [обмен обзорам](#). Этот подход к увеличению бэклинков работает прекрасно и до сих пор. Со многими блоггерами я обмениваюсь постами уже 2 года.

Но сначала нужно поближе узнать человека, а потом размещать пост. Лучше иметь дело с менее авторитетными блогами — они более открыты и честны.

### **7 — Не пишите письмо таким образом, как будто оно было отправлено 1000 таких вебмастеров.**

Больше шансов получить ссылку, сделать так, чтобы письмо выглядело как можно более персональным, а не шаблонный запрос. Даже просто обращение по имени — уже большой плюс. Хотя бы иногда вносите изменения в шаблон письма — это и то будет выглядеть более человечно.

### **8 — Всегда указывайте ссылку на сайт.**

Это может показаться очевидным, но иногда начинают разговор с этого: "Привет! Я только что завел новый блог и хотел бы узнать не обменяешься ли ты со мной ссылками?". Конечно хорошо, что написано коротко, но без ссылки на ваш сайт вам даже не ответят. Ведь человек не знает с кем обмениваться.

## 9 — Не заигрывайтесь.

Поймите, что обмен ссылками — очень хороший метод продвижения, но всего лишь один из методов! Не тратьте все время на рассылку писем, вы должны заниматься блогом в целом!

## 10 — Сконцентрируйте внимание на контенте.

Кроме обмена ссылками есть очень хороший способ получения естественных ссылок — написание качественного контента. Если вы намерены обменяться ссылками с тем, кто этого не очень желает, он обязательно зайдет на ваш блог и посмотрит на материал. Если контент качественный и интересный - вы совершите обмен, если нет- пеняйте на себя. Хороший контент упростит вам задачу получения бэклинков.

Источник: [10 Tips for Requesting Link Exchanges](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 10 актуальных способов получить бесплатные ссылки на сайт

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

Помимо быстрых и очень эффективных способов продвижения сайта, как покупка ссылок и статей, есть множество разных способов, как можно привлечь ссылки с других сайтов на ваш сайт **БЕСПЛАТНО**. Об этом и пойдет в этом посте речь.



### 10 актуальных способов привлечь бесплатные ссылки на сайт:

#### 1. Комментарии в блогах

Нужно выбирать блоги, что бы комментарии, не закрывались тегами <noindex> и <nofollow> Выбираете блоги схожей с вашей тематикой сайта или вокругоколо тематику и оставляете достойный хороший комментарий.

## 2. Интервью

Возьмите интервью у известной персоны вашей отрасли, придумайте хорошие вопросы, что бы было читать интереснее, и на вас поставят ссылку как минимум один человек, у которого брали интервью, плюс, возможно, другие блоги так же поставят в рубриках интересно почитать и так далее.

## 3. Регистрация в каталогах

Существуют множество хороших каталогов, которые принимают сайты без обратной ссылки или с ней. Регистрацию каталогов можно сделать руками, но на это уйдет куча времени, если у вас его много, то смело можно освоить, как это делать. Для тех, у кого много сайтов, советую освоить такую программу как allsubmitter, для этого понадобится некоторое время, но потом регистрацию новых сайтов можно ставить на поток. Так подать заявку в авторитетные каталоги как **Dmoz, ЯК**, про то как туда попасть я буду писать в отдельных постах.

## 4. Регистрация на досках объявлений

Хороший способ повысить показатели вашего сайта, для этого необходимо собрать или найти базу досок, разобраться в программе вышеупомянутой, и провести регистрацию.

## 5. Гостевая статья на тематическом ресурсе

Если вы хорошо ориентируетесь в своем виде деятельности, и можете дать полезные советы посетителям, то спокойно можно предложить авторитетному сайту вашей тематики свою статью в обмен на ссылку вашего сайта. Для них это уникальный и интересный контент, для вас хорошая ссылка.

## 6. Писать полезные статьи

Под предложением писать полезные статьи я подразумеваю, писать информацию на сайте с помощью которой посетитель сможет разобраться в чем то, или даже с помощью ее заработать денег. Если у вас интересный сайт и много такой информации, то на вас будут ссылаться и транслировать с ссылкой на ваш сайт на других блогах. Уникальный и полезный контент везде ценится и вознаграждается. Интересный материал – приманка для ссылок.

## 7. Форумы

Так же если вы зарегистрируетесь на вашем тематическом форуме, то ссылку можно поставить в подписи (в основном не индексируются), или в профиле. С Профиля ссылка индексируется и передает небольшой вес.

## 8. Социальные закладки

С помощью ссылок в социальных закладках, можно получить ссылки и посетителей.

## 9. Сайты по работе

Когда вы добавляете компанию на сайт работ, бесплатно с ограниченными возможностями, вы указываете адрес сайта в профиле компании, и остается ссылка с авторитетного ресурса.

## 10. Обмен (статьями, постовыми, ссылками)

Этот метод позволяет не только получить ссылки для увеличения веса сайта, его авторитетности, а так же продвинуть сайт по НЧ и СЧ запросам в топ. Для нормального обмена вам желательны тематические ссылки с хорошими показателями, но что бы с ними обменялся вашему ресурсу необходимо уже приобрести какие-то параметры PR (Page Rank) и ТИЦ (тематический индекс цитирования). Про обмен ссылками будет еще много интересной информации, поскольку этот способ бесплатный, но эффективный и он до сих пор хорошо работает.

## 10 способов доказать ценность вашей SEO работы

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Зачастую бывает очень трудно показать вашим клиентам пользу от SEO кампании, так как этот сервис не простой и его нельзя показать как материальный продукт, а заказчик хочет видеть процесс работы.

Итак, имея опыт работы в этой сфере, я вывел несколько способов убедить ваших клиентов в эффективности и ценности вашей работы, как [seo-специалиста](#).

### Ежедневная статистика



Вы можете дать гостевой доступ для клиента к аккаунту проекта, чтобы тот мог ежедневно следить за ходом процесса продвижения.

Лично я бы, дал ему всю информацию по проекту: оптимизация страниц, [изменения ссылочной массы](#), особенные детали, задачи, предстоящие события (достижения цели), а также расходная часть - немаловажный аспект. Все это покажет клиенту, что вы активно работаете над его проектом.

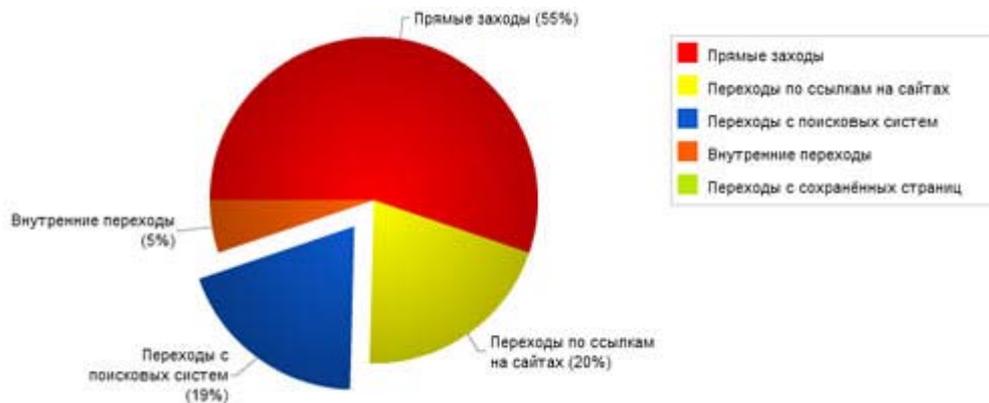
## Ежедневные отчеты по трафику



Одним из самых важных параметров для клиента является изменение [трафика](#). Если вы видите, что трафик продвигаемого сайта растет, то почему бы не приписать это к вашим заслугам.

Конечно, если клиент заинтересован в других параметрах, то эти цифры могут его немного утомить.

## Информация по реферам с поисковых систем



Отчитываясь по изменениям трафика, упомяните также и о пользователях, пришедших с поисковых систем. Показывая в сравнении изменение трафика по [поисковым запросам](#) вы так же показываете, проделанную вами [SEO работу](#).

## Отчеты по "заинтересованности"

Поисковая фраза	Визиты	Просмотры	Отказы	Глубина просмотра	Время на сайте
Итого и средние	7 190	17 420	43,7%	2,4	0:02:20
1. прогнозы на футбол	603	1 462	38,5%	2,4	0:02:12
2. ставки на футбол	436	1 036	41,1%	2,4	0:01:36
3. бесплатные прогнозы на футбол	350	759	49,7%	2,2	0:02:08
4. бесплатные прогнозы на спорт	192	397	41,1%	2,1	0:01:43
5. бесплатные прогнозы	150	344	44,7%	2,3	0:02:06
6. спортивные прогнозы	145	319	37,9%	2,2	0:02:22
7. футбольные прогнозы	131	337	35,9%	2,6	0:03:01

Если в ваши обязанности входит улучшение [юзабилити](#) и структуры сайта, то нужно предоставить данные по заинтересованности пользователей.

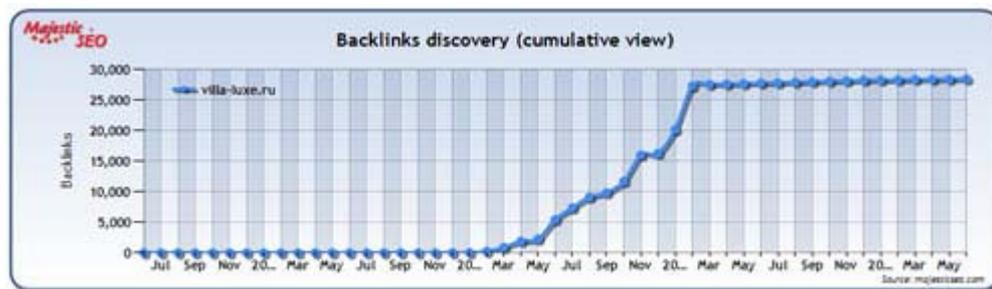
Предоставьте статистику по времени, проводимом [пользователями на сайте](#), по конверсиям, по посетителям, которые сразу же покидают сайт и т. д. Также использование Google Website Optimizer, может показать положительные и отрицательные результаты вашей работы.

## Отчеты по позициям

Слово	Yandex.ru																										
	Ноябрь				Дек				Январь				Февраль									Март					
	1	3	16	24	1	3	22	24	26	1	4	10	12	15	17	19	25	26	28	2	5	9	12	16	17	18	
	2	2	5	5	6	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3		
	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	7	9	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	3	3	1	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	4	4	3	3	6	6	18	11	9	9	20	32	47	5	5	5	5	7	7	7	6	6	7	8	7		
	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	2	2	5	5	6	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3		
	5	5	6	6	6	5	4	3	4	6	9	9	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10		
	3	3	5	5	3	5	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
	7	7	18	17	17	15	16	54	50	58	98	99		62	61	59	59	67	69	68	69	70	60	61	58		
	8	8	14	14	13	15	14	69	57	62	72	72	73	55	55	55	53	62	62	58	61	53	53	53	53		
	68	69	52	51	63		69																				
	18	18	47	42	48		42	31	46	39	25	29	30	29	31	31	30	30	31	41	58	61	46	38	39		

Я не люблю затрагивать эту тему, но клиенты любят такие отчеты. Предоставляя ежемесячную статистику по продвижению ключевых слов покажет улучшения в органическом поиске. Использование автоматических инструментов может помочь в создании таких отчетов.

## Отчеты по наращиванию ссылочной массы



Записывая все данные по полученным и приобретенным ссылкам в таблицы убедит клиента в том, что вы "добываете" тематические, релевантные ссылки. Заносите данные даже по тем сайтам, которые отказались разместить [ссылку](#), ведь это также покажет активность ваших действий по отношению к ссылочной массе.

## Упоминания имени Бренда

Используя инструменты мониторинга вашего имени в [социальных сетях](#), и предоставляя отчеты по популярности бренда вашего клиента придаст ценность как кампании по продвижению в социальных сетях, так и всей вашей SEO кампании.

Чем больше посетителей с поисковиков вы привлечете, тем больше будет аудитория сайта, соответственно, о нем начнут говорить, упоминая бренд или сам сайт.

## Отчет по конверсиям



Это больше подходит для коммерческих сайтов (интернет-магазинов), но также применимо для любого сайта, где ведется [продвижение по ключевым словам](#). Опять же, если вы сделали какие-то улучшения в дизайне или структуре сайта, покажите как изменились [конверсии](#).

## Ежемесячные встречи с клиентом

Всегда поддерживайте связи с клиентом, устраивайте встречи, делайте отчеты — тем самым вы подтвердите свою компетентность в SEO и покажите активное развитие SEO кампании.

## Выявление источников дохода

В конечном счете ваша работа даст клиенту свои результаты. Анализ изменения трафика с поисковых машин и увеличения продаж и прибыли шаг за шагом может привести вас к SEO тактикам, которые и вызвали это увеличение.

Вот поэтому всегда очень важно записывать все свои действия, так как из общего списка проделанной работы вы можете показать самые действенные из них.

Источник: [10 Ways to Show Value from Your SEO Efforts](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 10 проверенных методов ускорить индексацию сайта

[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)

Когда сайт оптимизирован и запущен, теперь главная цель стоит перед ним что бы он начал индексироваться поисковыми системами. Сегодня я вам расскажу про **10 проверенных методов как ускорить индексацию сайта** поисковыми системами.



### 1. Добавление сайта в формы добавление поисковиков

У каждой поисковой системы существует форма добавление сайта:

<http://webmaster.yandex.ru/>  
[http://www.rambler.ru/doc/add\\_site.shtml](http://www.rambler.ru/doc/add_site.shtml)  
<http://www.google.ru/intl/ru/addurl.html>  
<http://catalog.aport.ru/rus/add/AddUrl.aspx>

Это может ускорить индексацию вашего сайта.

## 2. Комментарии в популярных блогах

Поисковые системы очень часто посещают популярные блоги что бы проиндексировать новые страницы, и ваш комментарий в свежей статье может привлечь поисковик зайти на ваш сайт.

## 3. Сервисы вопросов и ответов

В последнее время все большей популярностью пользуются сервисы вопросов и ответов крупных поисковых систем, и я знаю точно, что это работает, поскольку частота индексации таких сервисов быстрая, плюс это способ оставить ссылку навсегда.

<http://otvety.google.ru/otvety/>  
<http://answers.yahoo.com/>

## 4. Добавление RSS ленты в RSS агрегаторы

Это сайты, которые публикуют анонсы сайтов участвующих в RSS агрегаторе. В связи с тем что на них постоянно обновляется контент, они хорошо индексируются поисковыми системами.

Список сайтов где можно добавить rss ленту:

<http://www.addrss.ru/catalogues.php>

## 5. Постовой в популярном блоге

Очень часто популярне блоги ставят на комментарии nofollow и noindex, в итоге поисковая система не учитывает ссылки и не перейдет на ваш сайт, и тут есть выход купить постовой в таком блоге. Тут есть много полезностей от покупки постового, в первых это ссылка навсегда в постоянно развивающемся ресурсе. Во вторых ссылку можно поставить с нужным вам текстом, например, купить ноутбук и так далее.

Тут контакты где вы можете их приобрести <http://tyomma.ru/post2/>

## 6. E-mail рассылка от Subscribe.ru

На этом сервисе недавно или только что открытые рассылки анонсируются, и тут уже важно сделать первый анонс, в котором поставить ссылку или пару ссылок на свой сайт, что бы привлечь поисковые системы. Этот же метод очень полезен, поскольку ваши рассылки остаются в архиве, и ссылки на ваш сайт тоже.

## 7. Ссылка в подписи на тематических форумах

Поисковые системы положительно относятся к популярным форумам и постоянно их индексируют. На крупнейшем русскоязычном форуме про поисковые системы [forum.searchengines.ru](http://forum.searchengines.ru) поисковик схватывает ссылку, за 1-3 дня, но если постоянно участвовать в последних интересных темах, то поисковики учтут ссылку намного быстрее.

Что касается самого популярного англоязычного форума [forums.digitalpoint.com](http://forums.digitalpoint.com) это же тематики, то там все намного быстрее, там можно привлечь поискового робота за один час или даже быстрее.

## 8. Добавление в закладки

Существует множество популярных закладок, через которые можно ускорить индексацию сайта, плюс еще и получить трафик.

Лично использую [www.bposter.net](http://www.bposter.net)

Там есть прогон по закладкам бесплатно, так и vip, который платный, но дает намного больший эффект. Плюсы этого сервиса что все происходит в автоматическом режиме, вписал название, ссылку на пост, описание, ключевые слова и понеслась.

## 9. Зеркало блога на бесплатных блоговых платформах

Это очень помогает ускорить индексацию вашего основного сайта или блога, поскольку поисковые системы очень быстро индексируют только созданные блоги.

<http://www.livejournal.com/>

<https://www.blogger.com/start>

<http://www.liveinternet.ru/top/>

<http://my.ya.ru/?ncrnd=9695>

<http://blogs.mail.ru/>

Это пять основных и проверенных, с помощью которых можно добиться быстрой индексации сайта.

## 10. Карта сайта от Google

Регистрируемся в [Google webmastertools](http://www.google.com/webmasters/), добавляем сайт, читаем мануал как сделать sitemap, делаем и заставляем поисковую систему гугл чаще и глубже индексировать наш сайт.

# 11 советов по составлению успешных URL адресов

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

Тема с правильным составлением адресов сайтов уже неоднократно поднималась, но я думаю что статья окажется полезной, хотя бы для закрепления материала.



Сколько ни говори об этом – на грабли все равно наступают снова и снова, это было, это есть и это будет так.

**Одиннадцать советов по составлению успешных URL адресов – краткое руководство к действию.**

## 1. Как описание вашего контента

Понятный URL - хороший URL. Если пользователь только взглянув на адресную строку браузера (или на ссылку ) даже еще не заходя на ваш сайт имеет четкое представление о чем он, значит по первому пункту вы все правильно сделали.

Такие URL-адреса очень удобные не только для пользователей, но и ... даже распознаются поисковыми машинами.

## 2. Избегайте длинных адресов

Краткость – это преимущество, а по русски говоря – сестра таланта. Чем короче URL, тем проще его копировать и вставлять, диктовать по телефону, написать на визитке, или использовать в сотнях других необычных способов, все из которых несомненно позитивно отразятся на удобстве и брендовости вашего сайта.

## 3. Статические адреса предпочтительнее

Это не догма, но я с уверенностью могу сказать что некоторые поисковики совершенно по иному относятся к статическим URL-адресам чем к динамическим.

Естественно, и пользователи не в восторге от URL'ов где присутствуют символы "?," "&," и "=".

## 4. Описания лучше чем цифры

Если вы решили иметь в своем адресе что-то типа такого: **seom.info/1134/cat223/**, тогда лучше замените его на: [seom.info/category/seo/](http://seom.info/category/seo/).

Даже если слова в адресе не ключевые или вообще не имеют никакого отношения к тематике сайта, используйте слова везде где возможно.

Как минимум польза от этого будет в том что вам будет значительно проще осуществлять навигацию .

## 5. Ключевики никогда не помешают

Если вы собираетесь продвигать свой сайт по высоко-конкурентным запросам, используйте любую возможность что бы получить преимущество.

Ключевые слова в URL один важных элементов вашей стратегии продвижения, создайте семантическое ядро сайта, определите список ключевых слов для каждой страницы, и приступайте к работе. Для страниц создаваемых динамически в CMS, создайте способ для интеграции ключевиков в URL.

## 6. Субдомены это не выход

Первое, никогда не используйте несколько субдоменов (например, **siteexplorer.search.yahoo.com**) - это не нужно, сложно, и длинно. Второе, не забывайте что субдомены обрабатываются поисковиками отдельно от корневых адресов, и по другому передают ссылочный вес.

В большинстве случаев когда выполнена хорошая перелинковка и использование субдоменов сведено к минимуму, это не должно иметь никаких негативных последствий. Но я бы все равно не стал рисковать. Мое личное мнение, что преимущества которые можно получить от использования субдоменов (забить серп своими сайтами) незначительные по сравнению с потенциальной опасностью потерять вес ссылок.

Я также думаю что поисковики будут не в восторге от серпа забитого субдоменами одного и того же сайта, и всячески будут пытаться это пресекать. К счастью, если вы все еще этим занимаетесь, вы можете сделать 301 редирект к основному домену.

## 7. Меньше папок

URL-адрес не должен содержать ненужных папок (или слов, или символов), это как мужские штаны с длинными штанинами. Лишняя ткань совершенно не нужна и будет портить внешний вид, и соответственно восприятие вас другими.

## 8. Тире лучший разделитель

При создании URL-адресов из нескольких слов (например в формате фразы), тире это самый лучший разделитель (например [seom.info/2009/09/22/domain-trust/](http://seom.info/2009/09/22/domain-trust/)) другие возможные разделители (в порядке, от лучшего к худшему): подчеркивание (\_), плюсы (+) и пробел.

## 9. Стремитесь к удобству

Если вы используете определенный формат, используйте его для всего сайта, не нужно делать какой-то один раздел иным от остальных.

Придерживайтесь интуитивно понятного формата URL, что бы пользователи (и те кто будет работать над сайтом) понимали структуру папок и страниц внутри вашего сайта.

Это общее правило которое можно применять для различных платформ. Не нужно изобретать велосипед, достаточно использовать то что уже испытано и хорошо себя показало на практике.

## 10. Придерживайтесь строчных букв

Даже несмотря на то что в URL-адресах могут быть использованы строчные и заглавные буквы, никогда не используйте заглавные буквы в структуре адресов вашего сайта.

Если таковые имеются, используйте 301 редирект для перенаправления на нижнерегистровые версии адресов.

Кроме того, если у вас много тайп-ин трафика, тогда 301 редирект будет перенаправлять пользователей которые набирают URL большими буквами на "правильный" адрес.

## 11. Не используйте чужого

Нет никакого смысла в использовании чужого слегка измененного URL (к которому добавлен или убран один или несколько символов).

Это может ввести в заблуждение пользователей, и в результате вызвать негативную реакцию (никто не любит что бы их дурачили) также поисковые системы не очень любят такие манипуляции с доменами(подозревая такие сайты в неоригинальном контенте).

## Некоторые примеры

**Ниже показаны просто ужасные экземпляры, давайте проанализируем на основании всего выше написанного:**

- [http://www.target.com/gp/detail.html/602-9912342-3046240?\\_encoding=UTF8&frombrowse=1&asin=B000FNOKWA](http://www.target.com/gp/detail.html/602-9912342-3046240?_encoding=UTF8&frombrowse=1&asin=B000FNOKWA)  
В адресе Target (собственность компании Amazon) отсутствует описания контента, не использованы ключевики, и он очень длинный. Это и совершенно бесполезные данные в адресе делают его отвратительным.
- [http://etsy.com/view\\_item.php?listing\\_id=477443&pic\\_id=2](http://etsy.com/view_item.php?listing_id=477443&pic_id=2)  
Несмотря на то что это один из моих любимых сайтов, URL-адрес Etsys не содержит никакого описания контента, использует несколько динамических параметров и использованы символы "равно" и "подчеркивание".
- <http://maps.google.com/maps?f=q&hl=en&q=98115&ie=UTF8&z=12&om=1&iwloc=A>  
Google должен краснеть со стыда - они сами не следуют своим же рекомендаций по составлению URL, их картографический сайт имеет очень плохой адрес: длинный и неинформативный (когда же они догадаются что миллионы людей вставляют ссылки на карты в e-mail письма ? ) .

**Несколько ниже представленных примеров уже лучше, но еще не идеально:**

- <http://men.style.com/news/gadgets/092006>  
Все почти хорошо, даже можно предположить что субдомен использован с целью брендинга. С

одной стороны они нам представили много информации, но в тоже время из адреса упущены ключевые слова, и использованы бесполезные цифры в конце.

- <http://www.nasa.gov/home/index.html?skipIntro=1>  
Nasa имеет бесполезные динамические параметры на странице, и вопреки всякой логике добавлено /home/index.html
- <http://www.newyorkmetro.com/fashion/fashionshows/2007/spring/main/newyork/womenrunway/marcjacobs/>  
Они пытались сделать адрес понятным, что само по себе очень здорово, но неразделенные слова и "глубокий" путь в 7 папок делают омрачают впечатление об URL этого сайта.

**В этих примерах почти все сделано верно:**

- <http://www.myonlinestudio.ru/price/satellites/>  
Идеально! - он краткий, говорит о содержании сайта, статичный и понятный.
- <http://web.mit.edu/is/usability/usability-guidelines.html>  
Несмотря на наличие субдомена, все остальное в полном порядке.
- <http://www.whitehouse.gov/history/presidents/jk35.html>  
Я прощаю Белому Дому неиспользование фразы "john-kennedy" в названии страницы, потому что они предусмотрительно указали его номер (35й Президент США).

URL-адреса кажутся **самыми элементарными вещами в SEO**, но я почти с каждым клиентом вынужден возвращаться к этой теме.

Здесь я вынужден согласиться с [Рэндом Фишкиным](#), сколько об этом ни говори - ошибки будут, хотя разработчики CMS стараются сделать так, чтобы этого не случилось, но этого не достаточно.

В конечном итоге контент-менеджер или тот кто наполняет сайт обязательно сделает ошибки, хотя обычно их допускают еще на стадии планирования и разработки сайта.

Оригинал: [11 Best Practices for URLs](#)  
Перевод: [SEOM.info](#)

## 13 факторов оценки конкуренции по запросу

*Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)*



При составлении семантического ядра для своего проекта или для сайта клиента необходимо большое внимание уделять силе конкуренции. Во-первых, от этого зависит бюджет на раскрутку, а во-вторых, вообще целесообразность продвижения того или иного ключевого слова.

При анализе достаточно брать топ 10, так как в большинстве случаев именно он становится целью для оптимизаторов.

### **Факторы, характеризующие конкуренцию в поисковых системах:**

- 1) По ключевому запросу в топ 10 находятся **страницы с тегами, архивами** и так далее. Если вы видите такое в результатах выдачи, то это свидетельствует о слабой конкуренции по запросу. Зачастую для продвижения по такому запросу достаточно просто создать хорошую контентную оптимизированную страницу.
  - 2) В выдаче находятся **только главные страницы**. Как известно, главную страницу сайта легче всего продвинуть по нужному ключевому запросу. Так вот, если вы видите, что на первой странице выдачи находятся только главные страницы, то знайте, что по этому запросу высокая конкуренция.
  - 3) Если у некоторых сайтов в топ 10 **нет вхождения ключевого слова в заголовке** или слова находятся далеко друг от друга (при двухсловном запросе и более), то знайте, что вы можете занять их место. Это говорит о том, что страница не затачивалась под это ключевое слово.
  - 4) Когда при подсчете **бюджета на продвижение** в сеопульте показывается значение «0» в графах топ10 затрат конкурентов, то это может также говорить о нулевой конкуренции. Соответственно, чем выше значение бюджета у конкурентов, тем выше конкуренция по данному ключевому запросу.
  - 5) **Количество контекстной рекламы** на странице выдачи. Если в результатах поиска есть сайты, находящиеся на спец. размещении, то это с уверенностью может означать высокую конкуренцию. Бывает и такое, когда никого нет в спец. размещении, но сбоку показывается много рекламы (+ число рядом со ссылкой «все объявления»). Также в определении силы конкуренции играет роль цены за переход. Определить примерную цену за клик можно, например, в [бегуне](#) или в [adwords](#). Высокая цена свидетельствует о высокой конкуренции.
  - 6) Возраст сайтов в выдаче. Если в топ 10 **присутствуют молодые сайты** (до 3-4 месяцев), то это в большей степени говорит о слабой конкуренции. Массово проверить возраст доменов поможет вот [этот сервис](#). Если же на первой странице выдачи находятся все сайты с 10летними доменами, то пробиться в десятку будет очень трудно.
  - 7) Наличие сайтов из первой десятки в трастовом **каталоге яндекса и dmoz** будет свидетельствовать о том, что в этот топ будет значительно труднее пробиться. Массово проверить домены на наличие в уаса или dmoz поможет программа [mChecker](#).
- ☺ На западе уровень конкуренции по запросам часто определяют, основываясь на **количестве найденных документов**. Чем больше проиндексированных страниц в выдаче, тем выше конкуренция. В этом случае советуем вводить запрос в кавычках.
- 9) **Частотность запроса**. Как правило, если запрос является высокочастотным, то он является и высококонкурентным. Это справедливо и для среднечастотных и низкочастотных запросов. Определить примерную частотность поможет тот же wordstat.yandex.ru.
  - 10) Много о конкуренции по запросу может сказать непосредственный **анализ контента конкурентов** в топ10. Какова структура контента на странице: короткая ли это заметка с одним вхождением запроса или это большая оптимизированная статья? Здесь сначала необходимо визуальнo оценить дизайн, сам текст и подсчитать количество вхождений ключевого слова. Если ключевого слова нет в тегах h, strong, то это скорее означает, что эта страница не было оптимизирована под этот запрос.

11) Большое количество сайтов, имеющих подписку «**найден по ссылке**» (НПП) говорит о том, что на выдаваемой странице, поисковая система не смогла найти запрашиваемое слово(-а) и поэтому можно сделать заключение о низкой конкуренции.

12) Количество страниц по ссылкам «**еще**» (для яндекса) или «**похожие**» (для google) в выдаче топ10. Я склонен верить, что так или иначе дополнительное количество страниц с сайта, которое имеет вхождение запроса влияет на ранжирование в поисковой системе. Если, например, по запросу «шторы» на одном сайте встречается 3 страницы, а на другом 1000 страниц, то по логике вещей поисковой системе есть смысл доверять именно второму сайту. Безусловно, это спорный момент. Может быть у кого-нибудь есть другие мнения на этот счет?

13) **Значения ТИЦ и PR** на сайтах (страницах) в первой десятке. С PR для google в принципе все понятно. В этой поисковой системе он имеет достаточно большой вес при ранжировании. Тиц для яндекса может быть и не говорит опустить или поднять сайт в выдаче, но его значение может дать примерное представление о ссылочной массе. Для массовой проверки ТИЦ и PR также можно воспользоваться программой [mChecker](#).

Для полного анализа конкурентов лучше всего использовать комбинацию всех факторов, но часто для понятия силы конкуренции хватает всего нескольких.

## Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

**Индексация сайта** - важный момент для многих владельцев сайтов.



Со времени написания мною статьи [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#) я нашел еще 16 новых способов того, как ускорить индексацию сайта.

Смысл ускорения индексации - привлечь поисковых роботов (пауков) на сайт. Главное, знать, где эти пауки водятся 🕸.

## 1. Сервисы вопросов и ответов

В последнее время сервисы вопросов и ответов становятся очень популярными. На них заходит большое количество посетителей, контент постоянно обновляется, и поисковые пауки там просто живут.

Смысл не в том, чтобы спамить ссылки на свой сайт в каждом комментарии. Лучше сделать один осмысленный комментарий, чем несколько несодержательных. Найдите категорию по тематике своего сайта и почитайте ее некоторое время. Затем найдите вопрос, в котором вы компетентны, и помогите задавшему вопрос человеку содержательным и полезным советом, к месту указав ссылку на свой сайт.

[Вопросы и ответы Google](#)

[Ответы на Mail.ru](#)

[Yahoo Answers](#) (англ.)

Со временем будут появляться новые сервисы, поэтому время от времени набирайте запрос “вопросы и ответы” в поисковике, чтобы находить новые.

## 2. Социальные сети для блоггеров

В рунете социальных сетей для блоггеров пока немного, но они прекрасно индексируются поисковиками, а также ставят прямые ссылки на ваш сайт. Изучите материалы на этих сайтах, и, если тематика вашего сайта соответствует тематикам, публикуемым на этих сайтах, опубликуйте 1-2 анонса наиболее интересных материалов на вашем сайте. Затем время от времени можете добавлять в них анонсы своих лучших статей.

Вот примеры социальных сетей для блоггеров:

[Корица](#)

[SportExec](#)

Был еще хороший сервис BlogParad.ru, но с недавнего времени он не работает.

## 3. Комментарии в популярных блогах

Поисковые пауки часто посещают популярные блоги. С помощью комментария на таком блоге можно эффективно привлечь поискового паука на свой сайт. При этом, естественно, нужно написать толковый комментарий. Ссылку в тексте комментария делать не нужно - это во многих случаях приведет к удалению комментария. Достаточно при добавлении комментария указать адрес своего сайта в соответствующем поле. Имя пишите, как имя, а не ключевое слово.

Как найти популярные блоги? Очень просто. Зайдите в [рейтинг блогов](#) Яндекса, и вы найдете много популярных блогов.

## 4. Посты и комментарии в популярных сообществах

Сообщества отличаются от блогов тем, что в них можно вступить и опубликовать свою заметку. В сообществах можно оставлять комментарии, как и на обычных блогах. Ни в коем случае нельзя спамить в сообществах. Вас оперативно удалят из него и закроют доступ.

В популярных сообществах участвуют десятки тысяч участников. Для того, чтобы найти популярные сообщества, зайдите в [рейтинг сообществ](#) Яндекса.

Большинство сообществ находятся на блоговых сервисах LiveJournal, Liveinternet и Blogs.Mail.ru. Для того, чтобы вступить в сообщества, нужно сначала зарегистрироваться в этих сервисах. После этого вы получите в свое распоряжение блог.

Кстати, вовсе необязательно публиковать ссылку на свой сайт в сообществе. Достаточно написать несколько постов на своем свежем бесплатном блоге, и в них поставить по 1 ссылке на свой сайт. Затем публикуете заметку или комментарий в сообществе без каких-либо ссылок. Поисковый паук зайдет через ссылку на ваш профиль и проиндексирует ваш бесплатный блог, а следом и ваш сайт.

## 5. Заказ постов на сервисе Блогун

Еще один способ ускорения индексации сайта - заказать платный пост на блогах через сервис [Блогун](#). Там вы найдете множество блогов по любым тематикам, которые готовы написать о вашем сайте посты в следующих форматах:

- одно-два предложения с 1 ссылкой (стоимость от \$0.1)
- краткий обзор(до 1000 символов) (стоимость от \$1)
- подробный обзор сайта или продукта (стоимость от \$5)

Блоги очень быстро индексируются поисковиками, поэтому размещать в них ссылки на свой сайт очень эффективно для ускорения индексации.

Еще важное преимущество Блогуна, которое мне очень нравится - вы платите за ссылку на свой сайт только один раз, и она остается на все время существования блога. За нее не надо платить ежемесячно, как на других биржах ссылок.

Вы можете предоставить свой текст публикации либо заказать его написание блогерам. Кроме этого, можно указать такие параметры, как адрес нужной страницы на вашем сайте, скрыть любое упоминание о том, что пост был оплачен и задать нужные вам ключевые слова для текста ссылки.

## 6. Сделайте блог на своем сайте

Блог на том же движке Wordpress имеет большое преимущество для поисковиков - он имеет функцию пинга поисковиков и специальных сервисов, сообщая им о каждой новой публикации на вашем блоге. В итоге поисковый паук придет на ваш сайт гораздо быстрее, чем если бы сайт был без блога.

Чтобы эффективно использовать этот метод, нужно организовать блог не на поддомене, а в подпапке вашего основного сайта. Например, как это сделал мой знакомый блоггер Стивен Снелль на своем сайте [VandelayDesign.com](#). Можете прочитать мое [интервью со Стивеном](#), которое он недавно дал для блога [Shakin.ru](#).

После того, как вы организовали блог на вашем сайте, в админке зайдите в

*Options - Writing - Update Services*  
(*Настройки-Написание-Сервисы обновления*)

и в самом низу вы найдете список сервисов для пинга.

Затем скопируйте мой список [100 сервисов для пинга](#), и вставьте их в окно. Теперь при публикации любого поста на вашем блоге все эти сервисы будут получать сигнал о том, что у вас появился новый материал, и поисковые пауки в ближайшее время посетят ваш блог и сайт.

## 7. Добавьте RSS ленту своего сайта в RSS агрегаторы

RSS агрегаторы - это сайты, которые публикуют анонсы материалов с различных сайтов, используя их RSS ленты. RSS агрегаторы хорошо индексируются поисковиками во многом благодаря тому, что на них много постоянно обновляющегося контента, то есть анонсов из RSS лент.

Вы можете бесплатно добавить RSS ленту своего сайта в RSS агрегаторы. Если у вашего сайта нет RSS ленты, то организуйте блог. Все блоги имеют RSS ленту, поэтому вы сможете добавить ее в RSS агрегаторы.

RSS агрегаторы:

<http://alfaru.com/rss/addrss.html>  
<http://allfeed.net/addfeed.php>  
<http://blog.inf.by/>  
[http://blogdir.ru/add\\_blog/](http://blogdir.ru/add_blog/)  
<http://blogs.yandex.ru/add.xml>  
<http://blogus.ru/add/Default.aspx>  
<http://catalog.eximer.net/add/>  
<http://catalog.gpmv.ru/add/1>  
<http://directory.mblog.ru/add.php>  
<http://fozi.ru/addfeed.html>  
<http://headlines.ru/site/addrss/>  
<http://kanban.ru/add.asp>  
<http://litecat.com/?link=add>  
<http://liverss.ru/>  
<http://news.nofollow.ru/?page=addrss>  
<http://newsread.ru/add.htm>  
<http://plazoo.com/ru/addrss.asp>  
<http://redtram.ru/pages/addsource/>  
<http://retranslator.ru/directory/add/>  
[http://rss.by/add/add\\_channel.html](http://rss.by/add/add_channel.html)  
[http://rss.zelenkov.net/rss\\_add.php](http://rss.zelenkov.net/rss_add.php)  
<http://rss-lenta.ru/rss/add>  
<http://rssnews.org.ua/index/5.html>  
<http://rss-news.ru/addrss.html>  
<http://rssportal.ru/webmaster.php>  
<http://rssreader.ru/addfeed>  
[http://vsev.net/sites/services/rss/add\\_rss](http://vsev.net/sites/services/rss/add_rss)

## 8. Перенаправьте RSS ленту своего сайта через Feedburner

[Feedburner](#) - самый крупный в мире провайдер услуг по управлению RSS фидами. Его не так давно приобрел Google. Главный плюс перенаправления вашей RSS ленты через Feedburner - это то, что она будет гораздо быстрее индексироваться поисковиками.

## 9. Откройте e-mail рассылку

Казалось бы, странный метод. Вы спросите меня - зачем организовывать e-mail рассылку, когда нужно просто ускорить индексацию сайта? И я отвечу - открытие e-mail рассылки эффективно помогает ускорить индексацию сайта.

Дело в том, что на том же сервисе [Subscribe.ru](#) только что открытые рассылки анонсируются. Это дает возможность через этот анонс привлечь поисковики на свой сайт. Нужно только сразу сделать первый выпуск рассылки и поместить в него ссылку на свой сайт. Кроме этого, все выпуски рассылок на этом сервисе автоматически попадают в блог вашей рассылки, который тоже хорошо индексируется.

О том, как организовать e-mail рассылку, читайте в моей статье [E-mail рассылка как инструмент продвижения сайтов](#).

## 10. Сделайте ссылку на сайт в подписи на форумах

Добавьте ссылку в свою подпись на популярных форумах и напишите несколько сообщений. Поисковики любят форумы с высокой посещаемостью, поэтому ссылка с такого форума значительно ускоряет индексацию сайта.

По моим наблюдениям, ссылка в подписи на форуме оптимизаторов [Searchengines.ru](#) помогает поисковику проиндексировать новый сайт в течение 1-4 дней. Ссылка в подписи на англоязычном форуме вебмастеров [DigitalPoint](#) позволяет роботу Google проиндексировать ваш сайт в течение 15-45 минут.

## 11. Добавьте свою новость в StumbleUpon или Digg

С помощью этого метода можно привлечь робота Google на свой сайт за 5-30 минут. Но для этого нужно сделать одну интересную статью на английском и опубликовать ее на своем сайте. Затем регистрируетесь в социальных сетях [StumbleUpon](#) и [Digg](#) и добавляете туда свою англоязычную страницу.

Подробнее о продвижении сайтов с помощью StumbleUpon вы можете прочитать в моей статье [Продвижение сайтов с помощью StumbleUpon](#).

Добавление в любые социальные сети позволяет значительно ускорить индексацию сайта, но по моим наблюдениям, самые эффективные социальные сети для ускорения индексации - это StumbleUpon и Digg.

## 12. Создайте блог на бесплатных блоговых сервисах

Блоги на популярных сервисах довольно быстро индексируются поисковиками. Достаточно создать там блог и написать несколько статей или заметок со ссылками на ваш сайт. Для дополнительного ускорения индексации можете добавить друзей или оставить комментарии на популярных блогах. Обычно робот приходит на сайт через 1-5 дней после создания бесплатного блога.

Вот список наиболее популярных блоговых сервисов:

[LiveJournal](#)

[Blogger](#)

[Liveinternet](#)

[Ya.ru](#)

[Blogs.Mail.ru](#)

## 13. Опубликуйте пресс-релиз

Пресс-релиз - это отличный способ ускорить индексацию сайта. Подробнее о пресс-релизах и о том, как их использовать для продвижения сайтов вы можете прочитать в моей статье [Продвижение сайта пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить](#).

Для ускорения индексации англоязычных сайтов вы можете использовать мою свежую [базу англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8](#).

## 14. Купите ссылку в постовом на популярном блоге

Постовой - это форма рекламы на блогах, когда блоггер ставит прямую ссылку на рекламодателя в начале или конце поста. Выбирайте блоги, которые часто обновляются и имеют хорошую посещаемость. Затраты составят от 3 до нескольких десятков долларов на одну ссылку в постовом.

Заходите на понравившийся вам блог, ищите раздел “Реклама на блоге” и пишете блоггеру. Большинство блоггеров предлагают рекламу на своих блогах, поэтому проблем найти подходящий блог не возникнет.

### 15. Напишите гостевой пост на популярном блоге

Гостевой пост - это когда вы пишете интересную и полезную статью по определенной тематике и по договоренности с блоггером высылаете ему свою статью, и он ее публикует на своем блоге. При этом указывается ваше авторство и ставится ссылка на ваш сайт.

Если вы обладаете профессиональными знаниями в какой-либо сфере и можете написать интересную статью, то этот способ замечательно подходит для ускорения индексации. Пишите статью и высылайте ее одному или нескольким блоггерам с указанием, что она уникальная. Многие блоггеры охотно разместят ваш материал, если он подходит их блогу по тематике, а вы эффективно ускорите индексацию своего сайта.

### 16. Возьмите интервью у популярного блоггера

Казалось бы, зачем брать интервью для ускорения индексации сайта? Дело в том, что многим блоггерам нравится давать интервью, и в большинстве случаев они поставят прямую ссылку на страницу с интервью на вашем сайте. Поисковые роботы часто посещают популярные блоги.

Этот метод подходит не для всех сайтов, но если у вас молодой и интересный тематический сайт или блог, то это хороший способ не только ускорить индексацию сайта, но и получить дополнительных посетителей на свой сайт.

Подробнее о том, как брать интервью, вы можете прочитать в моей статье [Как увеличить посещаемость сайта с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть третья](#).

В целом могу сказать, что если вы используете вышеперечисленные методы ускорения индексации сайта, а также методы из статьи [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#), то вы гарантированно приведете поисковых роботов на свой сайт.

## Внутренняя оптимизация сайта - 17 советов

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Перед тем, как продвигать сайт в поисковых системах, его нужно оптимизировать. Грамотная **внутренняя оптимизация сайта** позволит ему быстрее и эффективнее выбиться в верхние результаты поиска. Кроме того, следует продумать навигацию по разделам сайта- чтобы пользователи могли легко и быстро находить нужные материалы. Ниже я перечислю необходимые моменты *внутренней оптимизации сайта*.

1. Перед тем, как оптимизировать сайт, нужно определиться с запросами, по которым планируется продвигать сайт. Это можно сделать через сервис [Яндекс Директ](#) (при продвижении в Яндексе).
2. После определения запросов подбираются наиболее релевантные страницы под каждый запрос.
3. Каждая страница сайта оптимизируется под 1-2 запроса.
4. Ключевые слова должны присутствовать в тайтле и описании страницы (в форме, удобной для прочтения пользователями, а не просто как перечисление ключевиков).
5. Ключевые слова должны быть прописаны в заголовке <h1>, а также присутствовать в тексте в виде различных словосочетаний. При этом важно соблюдать меру- поисковики умеют отличать тексты, просто “напичканные” ключевиками.
6. Ключевые слова должны присутствовать в тегах <b> и <i>, а также в текстах (анкорах) внутренних

ссылок.

7. Ключевые слова должны быть прописаны в тегах alt и title у картинок.

8. Помимо верхних/боковых меню, внутренние страницы сайта должны быть дополнительно перелинкованы в футере (подвале сайта) (при этом нужно использовать ключевые слова), а также в текстах полных новостей сайта (например, после статьи идет 5 ссылок «Похожие материалы» на похожие по теме страницы сайта, что увеличивает количество просмотров страниц).

9. Адреса страниц сайта предпочтительнее делать в виде статических страниц вида <http://site.ru/page.html>

10. Кроме особых случаев все внешние ссылки (счетчики и т.д.) следует закрывать от индексации через `<noindex>` и `rel="nofollow"`, чтобы не утекал **PR** и **ТИЦ**.

11. Самые интересные материалы сайта должны быть на видном месте, например, в разделе меню «Популярное».

12. Навигация на сайте должна быть в виде текстовых ссылок, без использования скриптов, что улучшает индексацию. При графической навигации пункты следует продублировать в тегах alt и title для тех посетителей, которые отключают графику в браузере.

13. Все страницы сайта должны быть доступны в 2-3 клика от главной.

14. Материалы сайта должны иметь иконки для того, чтобы посетители могли добавить понравившийся материал в социальные сети и сервисы социальных закладки.

15. Оформление страниц должно быть по максимуму вынесено в файл css (каскадные таблицы стилей), чтобы уменьшить объем кода и ускорить время загрузки сайта.

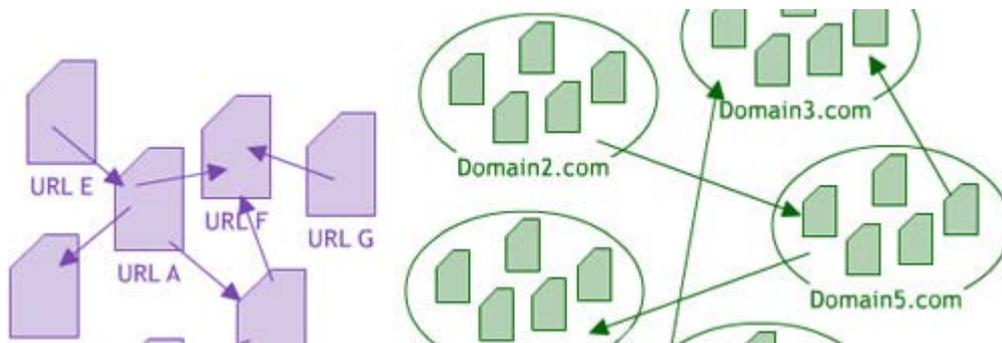
16. Дизайн сайта должен быть оптимизирован как под Internet Explorer, так и под Mozilla Firefox, Opera и Safari. Не секрет, что зачастую сайты в разных браузерах отображаются по-разному.

17. На сайте должна быть организована обратная связь с посетителями (комментарии, контактные формы, ссылки на e-mail - что более подходит для конкретного сайта).

## 17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

Продолжаем серию интересных публикаций на [SEOM.info](#), в этой статье речь пойдет о факторах, которые стоит учитывать при разработке стратегии продвижения сайта, а именно - о факторах, которые так или иначе учитывают поисковые системы.



На часах 9:30 утра, начало рабочего дня, и вы уже беседуете с новым клиентом. Все они очень похожи, такие любознательные, все им интересно и все хотят знать - как поисковик ранжирует страницы, почему предложенные вами изменения дадут положительный эффект, где вы учились SEO, ну и естественно, просят показать примеры ваших предыдущих работ.

Чем глубже вы объяснения клиенту все подробности работы над новым проектом тем плотнее подходите к вопросу наращивания ссылочной массы. Вы рисуете таблицу факторов влияющих на ранжирование

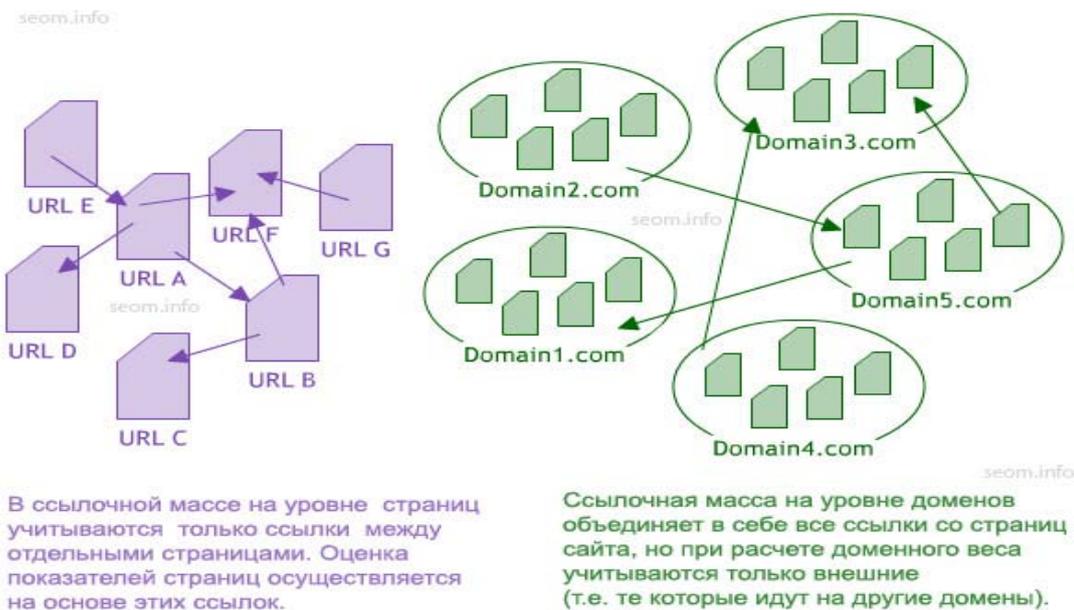
страницы поисковиком, на первом месте по важности оказываются ссылки. Клиент спрашивает почему ссылки имеют такое большое значение. Более того, он задает вопрос который ставит вас в тупик:

## Как оценить влияние конкретной ссылки на позиции моего сайта в выдаче Google?

В этой статье я попытаюсь вам помочь ответить на этот вопрос. Ниже перечислены большинство самых важных факторов которые влияют на расчет веса ссылки поисковиками.

Но сначала, внимательно посмотрите на рисунок, на нем в упрощенном виде изображен очень важный механизм, который нужно знать для понимания ниже изложенного материала:

### Ссылочная масса на уровне страниц и доменов



Как вы уже наверное заметили, поисковые сервера все больше и больше придают значение показателям домена, чем отдельной страницы.

## У вас не возникал вопрос, почему все чаще на первых позициях поисковой выдачи мы видим новые страницы с очень небольшим количеством ссылок?

Это объясняется тем, что эти страницы размещены под авторитетными доменами с большим количеством обратных ссылок и высокими внутренними показателями.

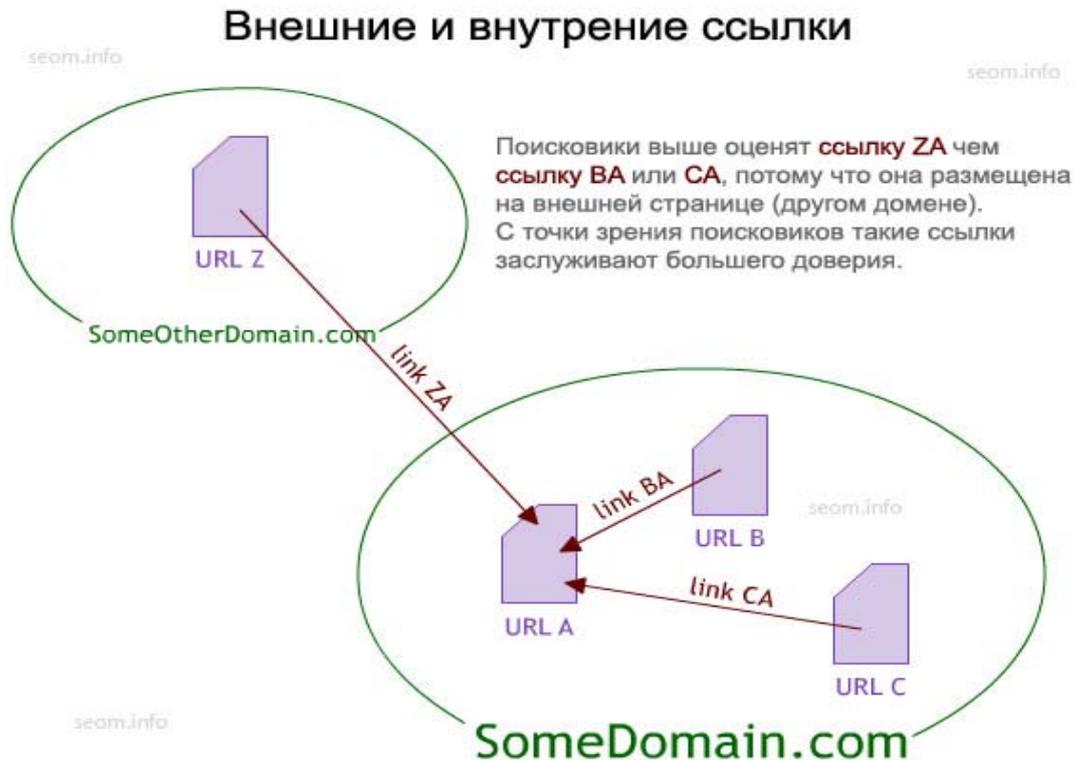
Мы провели опрос среди практикующих [SEO](#) специалистов о том какие факторы они считают самыми важными при ранжировании, большинство опрошенных поставили "Домен Ранк" (так мы назвали этот показатель) вверху списка, так как считают его одним из ключевых в алгоритме ранжирования Google.

"Домен Ранк" вероятнее всего рассчитывается из его общей ссылочной массы, которая отличается от ссылочной массы отдельных страниц сайта (из которой рассчитывается "Пейдж Ранк" для страниц). Ниже, я расскажу о факторах непосредственно влияющих на один из этих показателей или одновременно на оба.

## 1. Внутренние и внешние ссылки.

Когда поисковые машины только начали использовать ссылки для оценки популярности, важности и релевантности документа заданному поисковому запросу, за основу был взят общеизвестный житейский принцип: что другие говорят о вас, намного важнее (и заслуживает большего доверия) чем то что вы говорите о себе сами.

Таким образом, когда внутренние ссылки (ссылки с одной внутренней страницы сайта на другую) передают какой-то вес, внешние ссылки (с других сайтов) весят значительно больше.



Это еще не значит что не нужно работать над хорошей перелинковке внутренних страниц вашего сайта (стоит делать [правильную структуру URL-адресов](#)), или заботиться о качестве внутренних ссылок (хороший текст ссылки, избегать лишних, ненужных ссылок, и т.д.), я просто хотел сказать что SEO показатели страницы очень зависимы от ее цитируемости внешними ресурсами, т.е. количества и качества внешних ссылок.

## 2. Текст ссылки (анкор ссылки).

Для [SEO специалистов](#), хорошо известно, что текст ссылки **один из самых важных параметров** которые учитывает поисковая машина при ранжировании, поэтому неудивительно что анкорам ссылок уделяют особое внимание.

## Влияние текста ссылки на ее вес



Текст ссылки имеет большое влияние на вес который передает ссылка. Как показали наши эксперименты, ссылка AB (вверху), передаст больше веса чем ссылка XY (внизу) для продвижения по запросу «пластиковые окна».



Из наших **SEO экспериментов** (а также исходя из огромного практического опыта), стало очевидным что **"точное соответствие"** текста ссылки предполагаемому поисковому запросу имеет значительное преимущество перед банальным набором ключевых слов в анкоре.

Следует заметить что поисковики не всегда делают такую большую разницу в текстах ссылок, особенно для обычных (не брендовых) ключевых фраз, этим часто манипулируют некоторые продвиженцы для того что бы получить лучшие позиций в серпе.

### 3. Пейдж Ранк.

Большинство поисковых систем имеют свои собственные пузомерки для измерения веса страниц и , самые распространенные: **StaticRank** (Microsoft), **WebRank** (Yahoo!), **PageRank** (Google), **тИЦ** (Яндекс) или **mozRank** (Linkscape's). Большинство из них основанных на цепочном алгоритме Маркова. Если провести аналогию, то ссылки в Пейдж Ранк это как голоса, какая страница набрала больше голосов та и имеет большее влияние в будущем.

Для самого базового понимания основных принципов **Пейдж Ранка** достаточно знать следующее:

- Каждый URL получает небольшое количество Пейдж Ранка
- Если на странице есть N-е количество ссылок, то каждая из них передает Пейдж Ранк разделенный на N (таким образом чем больше на странице ссылок тем меньше Пейдж Ранка она передает)
- Показатели такие как панель Google в которой есть счетчик PageRank или SEOmoz с mozRank по шкале от 0 до10

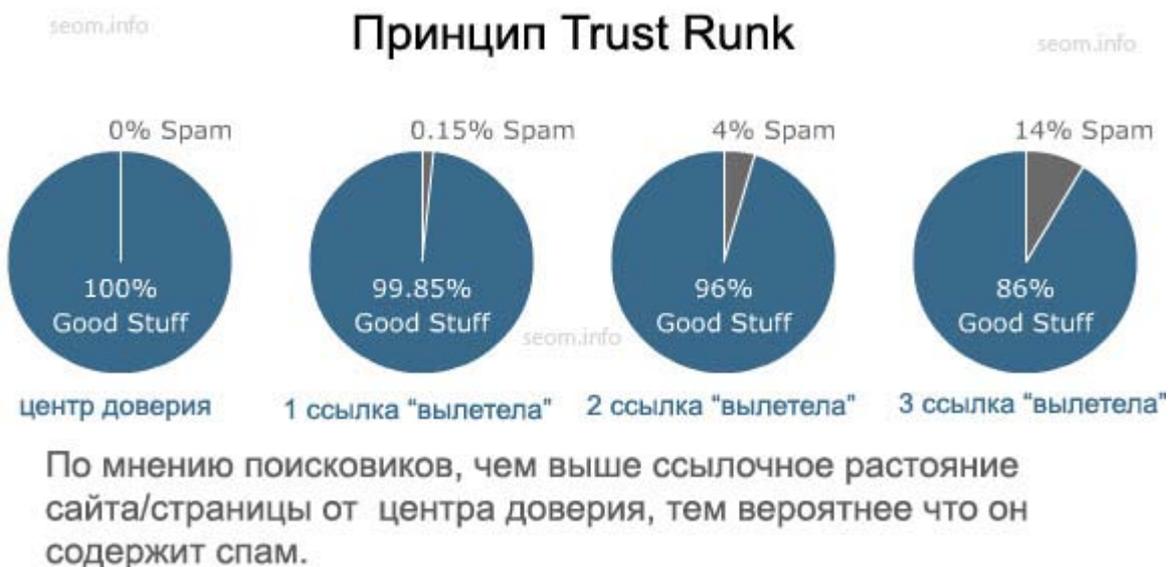
**PageRank** может рассчитываться для ссылочной массы как на уровне страниц, приписывая URL свои показатели, так и на уровне доменов, так называемый Домен Ранк. При расчете показателей на уровне

домена, берется во внимание вся ссылочная масса сайта, и на базе ее рассчитывается показатель Домен Ранк.

#### 4. Траст Ранк (уровень "Доверия").

Основные принципы работы этой системы описаны в нашей статье - "[О доменных пузомерках. Домен Ранк. Домен Траст. Домен Джус.](#)". Главная идея системы **Траст Ранк** состоит в том что "хорошие" и с высоким уровнем "доверия" страницы находятся в большей ссылочной "близости" чем страницы содержащие спам, которые на большом ссылочном расстоянии от этого виртуального центра доверия.

Таким образом, пузомерки типа Пейджеранк передают только вес, а пузомерки типа Траст Ранк помогают поисковым системам фильтровать спам от качественных ресурсов.



Несмотря на то что поисковые сервисы не передают публичности показатели этой пузомерки, вполне очевидным есть тот факт что "**ссылочное расстояние от центра доверия**" учитывается при ранжировании страниц. Еще существует [Обратный Траст Ранк](#), который отслеживает кто ссылается на уже известные спам сайты, он также является частью алгоритмов ранжирования.

Также как и [Пейджеранк](#), [Траст Ранк](#) (и Обратный Траст Ранк) может измеряться на уровне ссылочной массы страниц или для доменной ссылочной массы. В Linkscare мы создали mozTrust (mT) и Домен mozTrust (DmT), но мы все еще считаем что это только начало и предстоит проделать много работы для улучшения измерения этих важных показателей.

Основная идея выше написанного: получайте ссылки с трастовых сайтов, а не потенциальных спам ресурсов.

#### 5. Домен Ранк.

Само определение [Домен Ранк](#) (еще известен как "уровень авторитетности домена") часто обсуждается среди [SEO](#) экспертов, точного, универсального определения этому понятию все еще нет.

Большинство оптимизаторов под этим общим термином подразумевают комплекс факторов характеризующих домен: известность, важность, уровень доверия. **Домен Ранк** для каждого домена рассчитывается поисковыми машинами индивидуально, в первую очередь исходя из ссылочной информации (некоторые специалисты говорят что также при расчете этого параметра учитывается и возраст сайта).

Поисковые сервера учитывают показатель "**авторитетности**" сайта при расчете веса ссылок, и поэтому всегда нужно учитывать при планировании ссылочного продвижения. Скажу больше, показатели домена могут иметь большее значение чем показатели отдельной страницы с которой идет ссылка на ваш сайт.

## 6. Разнообразие ссылочных источников.

Мы проанализировали все известные нам ссылочные показатели, и выяснили что с высокими позициями в выдаче самую сильную взаимосвязь имеет показатель характеризующий разнообразие ссылающихся доменов.

Мы подозреваем это связано с тем, что этим показателем сложнее всего манипулировать, и поисковики используют его как надежный способ для борьбы со спамом.

Как показывает опыт многих **SEO специалистов** разнообразие ссылочных источников имеет сильный позитивный эффект при ранжировании сайта поисковиками. Следуя этой логике, получается что всегда лучше иметь определенное количество ссылок с разных сайтов, чем то же количество ссылок всего с нескольких сайтов, чем выше разнообразие ссылочных источников тем лучше.

В свою очередь и ссылки с сайтов которые сами имеют большое ссылочное разнообразие (т.е. на них ссылаются много разных сайтов) будут **передавать больший вес** чем ссылки с сайтов с низким ссылочным разнообразием.

## 7. Независимость, разные владельцы.

Поисковики могут с помощью разных методов определять принадлежность сайтов одному и том же человеку (или компании), какая существует взаимосвязь между разными сайтами. Среди этих методов следующие (естественно это не все):

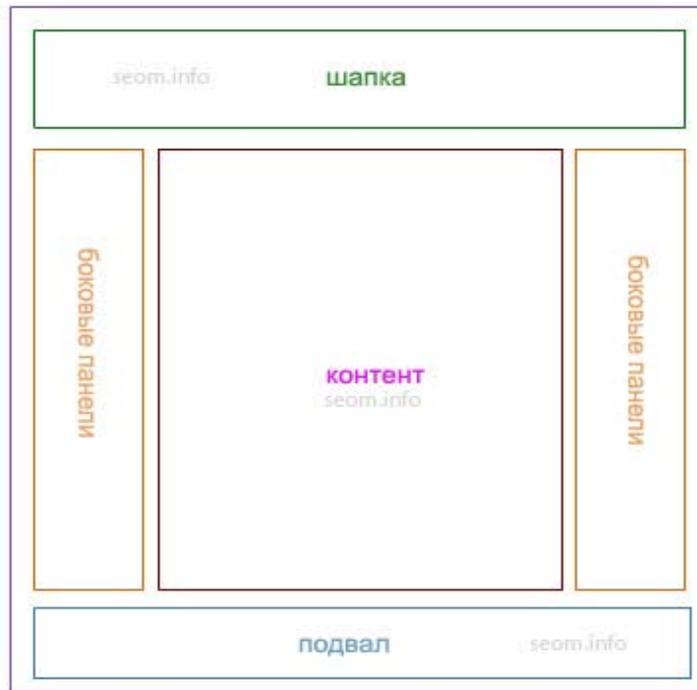
- Перелинковка сайтов
- Данные владельца при регистрации доменов.
- Общий IP адрес шаред хостинга или IP адрес C-класса.
- Одна и та же контактная информация на сайтах.
- Документы общего содержания (контракты, договора) выложенные в контенте сайта.

Если поисковики обнаруживают такую взаимосвязь между [сетью сайтов](#), они понижают вес передаваемый ссылками между ними, или вообще отымают возможность передачи ссылочного веса.

## 8. Положение на странице.

Microsoft был первым поисковиком который публично признался что собирается анализировать блоковую структуру страниц. (в MS Research часть в VIPS - [Vlsion-based Page Segmentation](#)).

## Анализ структуры страницы



Поисковики анализируют структуру страницы, и на вес ссылки влияет ее позиция на странице или в контенте.

С тех пор **SEO** специалисты начали замечать в Google и Yahoo такой же элемент аналитики. По наблюдениям нашей компании SEOmoz, к примеру, внутренние ссылки в подвале страницы не передают меньший вес чем ссылки в шапке или боковых панелях.

Некоторые специалисты высказывают мнение что таким образом поисковики пытаются бороться с продажными внешними ссылками, т.е. что бы были непривлекательными те места куда их обычно пытаются запихнуть вебмастера: боковые панели и подвал.

Все сеошники едины в одном - самые ценные это ссылки из "**контентной**" части страницы, с таких ссылок передается и вес и трафик по ним также идет.

### 9. Тематическая близость.

Существует большое количество способов которыми поисковики могут определять **тематическую близость** двух отдельных страниц (или сайтов).

Раньше для этой цели **Google Labs** использовало алгоритмы которые автоматически классифицировали сайты по тематикам (медицинские, продажа недвижимости, спорт и много-много других) в зависимости от их URL имени, названия категорий и подкатегорий сайта.

Возможно и теперь они используют похожие механизмы для определения "**родственных**" сайтов внутри разных тематик. Исходя из тематической близости ссылки между сайтами могут передавать больший или меньший вес.

Лично я не всегда забочусь о тематической близости сайтов - если есть возможность получить ссылки с таких авторитетных обще-тематических ресурсов, как например **NYTimes.com**, почему бы нет, или если какой-то узкоспециализированный блог по каким-то своим причинам решил сослаться на вас, зачем пренебрегать этим.

С другой стороны поисковики используют фактор "**тематической близости**" для борьбы со спамом. Когда сайт с хорошей репутацией вдруг начинает ссылаться на какие-то тематически отдаленные подозрительные ресурсы (фарма, онлайн-казино, адалт) поисковые системы могут расценить такие действия как спам.

## 10. Оценка контента.

Тематическая близость может подсказать поисковику взаимосвязь между ссылками на странице, контент и контекст ссылки играет значительную роль при передаче ссылочного веса с одной страницы на другую.

При контентно/контекстном анализе ссылок поисковики пытаются определить, насколько это возможно сделать машинным путем, почему на этой странице присутствуют ссылки.

Если это естественные ссылки, тогда возможно несколько вариантов. Они могут быть интегрированы в контент, ссылаться на близкие по тематике страницы, использовать стандартные нормы HTML структуры, использование слов, фраз, язык, и т.д.

Анализируя все эти показатели робот может с достаточной точностью **отличить естественные ссылки** от таких которые присутствуют по другим причинам: тайно проставленные (хакинг), ссылки авторских прав (они передают какой-то вес, но немного), и конечно же платные ссылки.

## 11. Географическое положение.

Географические данные ссылки взаимосвязаны с сайтом на котором она размещается, но поисковики, особенно Google, все больше и больше уделяют внимание географическому соответствию ссылок к тому сайту на который они ссылаются (так называемая географическая релевантность). Для географической локации сайтов поисковики используют разные определяющие факторы, среди которых:

- IP адрес [хостинга](#).
- По национальным доменным зонам (.de, .co.uk, ru и т.д.).
- На каком языке контент сайта.
- Регистрация сайта в региональных каталогах/поисковых системах/досках.
- Соответствие физическому (реальному) адресу указанному на сайте или в whois данных.
- Географическое положение сайтов которые ссылаются на ваш сайт.

С одной стороны обретая ссылки с сайтов какого-то определенного региона вы получаете возможность оказаться на хороших позициях в локальном поиске для этого региона.

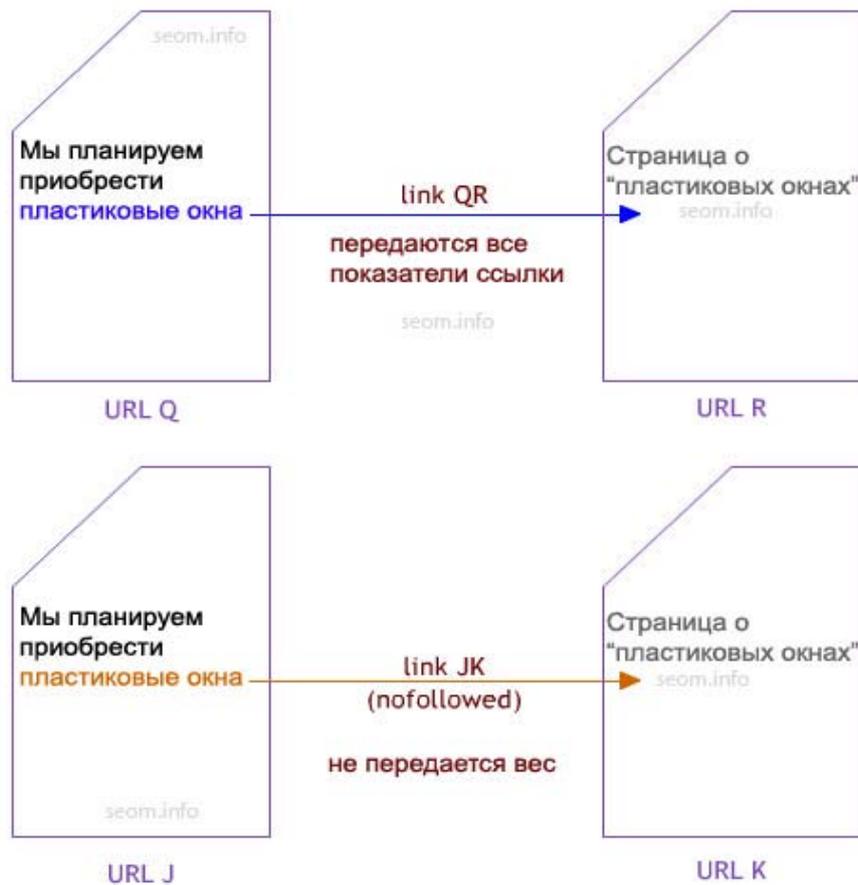
С другой стороны, если все кто на вас ссылаются локализованы только в одном конкретном регионе, вам будет сложно продвинуться в поиске для других регионов, даже если ваш сайт для этого имеет все нужные географически-определяющие факторы (IP адрес хостинга, национальное доменное имя, язык контента и т.д.).

## 12. Использование Rel="Nofollow".

Иногда кажется что прошло уже очень много времени с тех пор как появился тег **nofollow**, но на самом деле только в Январе 2005 г. Google объявил об использовании нового HTML тега.

Все очень просто, когда вы ссылку закрываете в тег [rel="nofollow"](#), она уже не может передавать никакого веса другим страницам. На сегодняшний день, по данным [Linkscape индекса](#) приблизительно **3%** всех ссылок в сети скрыто в теге nofollow, причем больше половины из них скрывают внутренние ссылки.

## Эффект Nofollow на ссылки



Время от времени среди сеошников постают один и тот же вопрос, всегда и все ли поисковики придерживаются правила этого правила. Общеизвестно что Google может передавать некоторые ссылочные показатели через внешние ссылки Википедии, несмотря на то что они запрятаны в теге **nofollow**.

### 13. Тип ссылок.

Ссылки могут быть различных форматов. Три самых распространенных:

- Прямая текстовая HTML ссылка.
- Графическая ссылка.
- Java скрипт ссылка.

Google недавно объявил что они не только научились переходить по ссылкам в Java коде, но также передают через них ссылочный вес (эта новость огорчила многих вебмастеров, который прятали на своих сайтах в Java код платные/рекламные ссылки).

Уже на протяжении многих лет, поисковые системы используют атрибут "**alt**" в графических ссылках аналогично анкорному тексту в обычных текстовых ссылках.

Как бы то ни было, не все ссылки имеют одинаковый вес для поисковых систем. Мы провели ряд экспериментов, результатом которых стали следующие данные: больше всего веса передают обычные прямые HTML ссылки с стандартным анкорным текстом, за ними идут графически ссылки с насыщенными ключевыми словами "alt" атрибутами и наконец, Java скрипт ссылки (несмотря на то что Google объявил о том что он справляется с таким типом ссылок, их механизм работы с ними еще не совершенен, по крайней мере об этом свидетельствует наш опыт).

**Хотелось бы обратить внимание всех** тех кто собирается наращивать ссылочную массу для своего сайта, что поисковики все еще плохо работают с "**нестандартными**" ссылками, поэтому в первую очередь нужно пытаться получить прямые текстовые HTML ссылки с правильным анкорным текстом, они будут самыми эффективными.

## 14. Разнообразие ссылающихся страниц.

Когда страница имеет внешние ссылки, при расчете веса передаваемого по ссылкам учитывается не только количество ссылок, а также количество сайтов на которые ссылаются.

Как мы уже отмечали выше (пункт 3), алгоритм "**Пейдж Ранка**"- вне зависимости в какой он поисковой системе, делит весь ссылочный вес страницы на количество исходящих ссылок на ней.

Кроме этого, поисковики оценивают на какое количество доменов идут все ссылки. Если, например, ссылки из контента страницы идут всего на несколько доменов с качественным релевантным контентом, тогда они могут передавать больший вес чем то же количество ссылок с разных углов страницы на разные домены некачественных сайтов по отдаленной тематике.

Также поисковик отслеживают на кого еще кроме вас ссылаются та или иная страница. Получать ссылки со страниц которые кроме вас ссылаются на какие-то сайты с сомнительной репутацией это всегда намного хуже чем со страницы которая ссылается на другой качественный и авторитетный ресурс.

## 15. Санкции поисковых систем.

Каждый кто профессионально занимается **SEO бизнесом**, видит в своем страшном сне санкции которые могут накладывать поисковики, результат которых может быть от потери возможности передавать ссылочный вес до полного бана страницы или сайта в поисковике.

Если сайт или страница теряет возможность передавать ссылочный вес, тогда продажа ссылок с нее теряет всякий смысл.

Имейте ввиду что поисковики могут использовать самые разные приемы санкций (невозможность продвигаться по определенным запросам, понижение показателей Пейдж Ранка, и т.д.) в первую очередь это направлено против тех кто систематически пытается манипулировать результатами выдачи, но алгоритмы все еще не совершенны и под фильтры могут попасть также случайные страницы.

## 16. Контент/Интегрированные данные.

На сегодняшний день в сети очень популярен интегрированный контент с различных хостинг сервисов (видео, документы, фотографии, файл - хостинги и т.д.) который содержит в себе обратные ссылки на домашний сайт.

Я не думаю что поисковые системы полностью откажутся учитывать эти ссылки, но все же будут пытаться ограничивать вес и значимость таких ссылок, даже несмотря на то что эти сайты не являются спам ресурсами и очень полезны для пользователей сети.

В нашей компании [SEOMoz](http://www.seomoz.com), мы склонны к мнению что поисковые машины сопоставляют контент сайта с ссылками размещенными на нем, для того что бы определить уровень ссылочного разнообразия и качество ссылок.

Когда поисковые машины видят один и тот же контент с одними и теми же ссылками на тысячах разных сайтов, это есть сигналом для них о понижении уровня показателя ссылочного разнообразия. Этот вопрос может быть предметом дискуссий, но поисковые системы пытаются найти и отфильтровать ссылки полученный таким способом, что бы избежать дальнейших манипуляций.

## 17. Хронология и история ссылок.

Время и дата появления ссылок идут последним пунктом в нашем списке (**но это никак не понижает значимости этого фактора**).

Роботы поисковых машин путешествуя в сети собирают и сравнивают информацию о том как новые и старые сайты обретают ссылки, эта информация в первую очередь нужна поисковику для борьбы со спамом, к тому частота с которой сайт получает новые ссылки влияет на уровень его авторитетности, поэтому новые сайты которые очень быстро получают большое количество ссылок могут вызвать подозрение.

Как используют поисковые системы все вышеперечисленные факторы это уже отдельная тема для дискуссий и дебатов, но все они однозначно учитываются в алгоритмах ранжирования, и влияют на позиции в серпе.

**Ну и самый последний совет** - избегайте одновременной покупки большого количества ссылок, так как поисковик может воспринять это как спамерские действия, а это существенно отразится на позициях вашего сайта.

Хотя наш список содержит много пунктов, не нужно считать его догмой, используйте то что считаете нужным. Мы будем рады если вы его дополните какими то своими советами, или поделитесь с нами своим опытом.

Автор: [Rand Fishkin \(Рэнд Фишкин\)](#)

Оригинал: [17 Ways Search Engines Judge the Value of a Link](#)

([17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки](#))

Перевод: [SEOM.info](#)

## Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов

Автор: [Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Как ускорить индексацию сайта - этот вопрос часто можно встретить на форумах вебмастеров. От индексации зависит очень многое: позиции сайта в поисковиках, количество посетителей с них, популярность ресурса, и, в конечном итоге, прибыль с сайта. Я собрал способы, которые я опробовал при продвижении сайтов и которые действительно эффективны для улучшения и ускорения индексации сайта поисковыми системами.



По направленности все способы можно разделить на две категории - внутренняя оптимизация сайта и работа с внешними факторами. По финансовым затратам - бесплатные и платные способы.

### Как ускорить индексацию сайта - бесплатные способы

1. Создайте карту сайта для Google (sitemap) в формате xml. Для создания html и xml карт для своего сайта воспользуйтесь онлайн-генератором [XML-Sitemaps.com](http://XML-Sitemaps.com), который бесплатно обрабатывает до 500 страниц. После генерации сохраняете sitemap в корне своего сайта в формате xml. Для того, чтобы скормить xml-карту поисковой системе Google, нужно зарегистрировать аккаунт в [Сервисе Google Webmaster](http://Сервисе Google Webmaster), и затем в меню Sitemap добавить ссылку на вашу xml-карту вида ваш\_сайт/sitemap.xml. После регистрации в этом сервисе можно настроить русский язык интерфейса. По моим наблюдениям, после добавления sitemap в Google робот этой поисковой системы начинает чаще заглядывать на ваш сайт и лучше его *индексировать*. Кроме того, сервис Google для вебмастеров предлагает много полезных опций.

2. Создайте html карту сайта в 1 клике от главной страницы, на которой находятся ссылки на все страницы вашего сайта. Если страниц очень много, то разбейте карту сайта на несколько страниц. Разместите ссылку на карту сайта на всех страницах.

3. Зарегистрируйтесь в сервисе [Яндекс.Вебмастер](http://Яндекс.Вебмастер) и добавьте свой сайт, что позволит отслеживать индексацию страниц сайта Яндексом, а также пользоваться другими полезными функциями.

4. Регистрация в каталогах - если вы еще не регистрировали сайт в каталогах, то советую сделать это. Подробнее о регистрации в каталогах читайте тут: "[Как регистрировать сайт в каталогах](#)". Можно регистрировать сайт вручную. Искать каталоги можно, набрав запрос "каталог сайтов" в любом поисковике. Это очень долгий и трудоемкий процесс. Можно купить программу Allsubmitter с базами каталогов, которая значительно облегчает регистрацию в каталогах. Можно заказать прогон по каталогам (например, у [меня](#), или на форуме [forum.searchengines.ru](http://forum.searchengines.ru)). Можно использовать специальные сервисы регистрации в каталогах:

[1ps.ru](http://1ps.ru)

[autoreg.ru](http://autoreg.ru)

[uhuhu.ru](http://uhuhu.ru).

5. Организуйте RSS-трансляцию материалов с вашего сайта и зарегистрируйте вашу RSS-ленту в RSS-каталогах. Это позволяет публиковать анонсы ваших материалов на других сайтах.

[Feedburner.com](http://Feedburner.com)

[Feedreader.ru](http://Feedreader.ru)

[LiveRSS.ru](http://LiveRSS.ru)

[Newsread.ru](http://Newsread.ru)

[Rssreader.ru](http://Rssreader.ru)

[Plazoo.com](http://Plazoo.com)

6. Напишите статью (а лучше несколько) и опубликуйте ее в каталогах статей. Чтобы найти каталоги статей, просто наберите “каталог статей” или “добавить статью” в любом поисковике. В статье разместите 2-4 ссылки на главную страницу вашего сайта или на внутренние страницы. Подробнее о продвижении статьями читайте здесь: [“Продвижение сайта статьями”](#).

7. Грамотная внутренняя перелинковка очень важна для ускорения индексации сайта. Все страницы должны иметь 2-3 ссылки на главную. Продублируйте меню. Например, если у вас горизонтальное меню в верхней части сайта, то продублируйте его в нижней части. Сделайте дополнительные ссылки на основные разделы меню на всех страницах сайта.

Разместите список из самых популярных материалов сайта (например, в Wordpress это решается плагином Most Popular, который вы можете найти в моей статье [“84 лучших плагина Wordpress”](#)), а также список последних записей. В конце каждой статьи сделайте несколько ссылок на похожие материалы. Кроме улучшения индексации, это увеличит количество просматриваемых страниц на вашем сайте (если у вас стоит Wordpress, то воспользуйтесь плагином Related Articles, который вы можете найти во все той же статье [“84 лучших плагина Wordpress”](#)). Старайтесь в тексте каждой страницы ссылаться 1-2 раза на другие статьи вашего сайта.

8. Правило трех кликов. Сделайте навигацию на сайте так, чтобы любая страница вашего сайта была доступна не далее, чем в 3 клика от главной.

9. Старайтесь не делать выпадающие меню на скриптах и flash, это затрудняет индексацию сайта поисковыми системами.

10. Добавьте сайт в формы добавления поисковиков:

[Добавить сайт в Яндекс](#)

[Добавить сайт в Google](#)

[Добавить сайт в Рамблер](#)

[Добавить сайт в Апорт](#)

[Добавить сайт в MSN](#)

[Добавить сайт в Gogo](#)

В Mail.ru нет смысла добавляться, так как используется поисковая база Яндекса.

11. Добавьте сайт в рейтинги:

[Добавить сайт в Рамблер Топ 100](#)

[Добавить сайт в Рейтинг Mail.ru](#)

12. Добавьте сайт в каталоги:

[Добавить сайт в Dmoz](#) - выбираете подходящую категорию, и ищете ссылку “Предложить URL” в правом верхнем углу.

[Добавить сайт в Каталог Mail.ru](#) - выбираете подходящую категорию, и внизу ищете ссылку “Добавить сайт”.

13. Добавьте сайт в социальные закладки (подробнее о социальных закладках вы можете прочитать в моей статье [“Обзор социальных закладок рунета”](#)). Большой плюс социальных закладок в том, что в них можно добавлять внутренние страницы сайта. В каждом сервисе необходимо зарегистрироваться.

[memori.ru](http://memori.ru)

[moemesto.ru](http://moemesto.ru)

[bobrdobr.ru](http://bobrdobr.ru)

[rumarkz.ru](http://rumarkz.ru)

[myscoop.ru](http://myscoop.ru)

[mister-wong.ru](http://mister-wong.ru)

[100zakladok.ru](http://100zakladok.ru)

[bookmark.searchengines.ru](http://bookmark.searchengines.ru)

Для облегчения добавления страниц сайта в социальные закладки воспользуйтесь сервисами [SEndez.ru](http://SEndez.ru), а также установите кнопки добавления в закладки в конце каждой статьи вашего сайта от сервисов [Однакнопка](#) или [Как-так](#). Это позволит вашим посетителям самостоятельно добавлять ваши статьи, которые им понравились, в свои социальные закладки. Подобные англоязычные сервисы - [AddThis.com](http://AddThis.com) и [SocialPoster.com](http://SocialPoster.com). Я рекомендую добавлять каждую стоящую статью с вашего сайта в сервисы социальных закладок.

14. Напишите интересную статью на вашем сайте, и разместите ее в сервисы социальных новостей. В каждом сервисе необходимо зарегистрироваться.

[news2.ru](http://news2.ru)

[news2.by](http://news2.by)

[news2.kz](http://news2.kz)

[smi2.ru](http://smi2.ru)

[newsgrad.com](http://newsgrad.com)

[moikrug.ru](http://moikrug.ru)

[newsland.ru](http://newsland.ru)

[vaau.ru](http://vaau.ru)

[electrovesti.com](http://electrovesti.com)

[hotru.net](http://hotru.net)

[livepress.ru](http://livepress.ru)

[bloglenta.ru](http://bloglenta.ru)

[fano.ru](http://fano.ru)

[nov.osti.info](http://nov.osti.info)

[vcourse.ru](http://vcourse.ru)

[yangler.ru](http://yangler.ru)

15. Старайтесь избегать зон .info и .org при регистрации домена, так как бывает, что Яндекс плохо их индексирует.

### Как ускорить индексацию сайта - платные варианты

16. Купите ссылок на главную или внутренние страницы своего сайта (смотря что вам нужно проиндексировать) на биржах ссылок [Sape](#), [Xap](#) или [CLX](#). Это очень эффективный способ. Чтобы получить максимальный эффект, рекомендую покупать ссылки с сайтов, размещенных в Яндекс.Каталоге (для Яндекса) и в Dmoz'е (для Google). Быстрее всего индексируются ссылки с главных страниц сайтов. Чем выше показатели ТИЦ и Google PageRank на купленных сайтах, тем лучше. Во избежание недоразумений рекомендую вручную просматривать сайты, на которых вы купили ссылки.

17. Напишите статью со ссылками на свой сайт и опубликуйте ее на биржах статей [Seozavr](#), [Xmest](#), [Liex](#). Подробнее о продвижении статьями: "[Продвижение сайта статьями](#)". Плюс этого варианта в том, что можно быстро найти массу сайтов и разместить на них статью.

18. Напишите и главное разместите статьи на сайтах схожей тематики. Найти сайты, которые готовы разместить ваши статьи, можно на специализированных форумах: Плюс этого варианта в том, вы платите за размещение статьи один раз.

## 22 лучших SEO плагина для Google Chrome

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, сегодня я поделюсь своей подборкой из 22 SEO плагинов для браузера Google Chrome. На досуге писал пост для своего англоязычного блога [The 22 Best SEO Extensions for Google Chrome](#).  
Материал мне так понравился, что я решил перевести его на русский. Первый раз сам себя перевожу 😊.  
Ну ладно, поехали!



Google Chrome - отличный браузер, который можно успешно использовать для SEO. Работает он очень быстро. Для Google Chrome создано много различных SEO плагинов. Если вы пользуетесь браузером Mozilla Firefox, то можете почитать мой пост [Лучшие расширения Firefox для продвижения сайтов](#).

Не стоит устанавливать их все, просто попробуйте несколько плагинов и выберите тот, который лучше всего вам подходит для решения повседневных SEO задач.

Я предлагаю вашему вниманию свою подборку SEO плагинов для Google Chrome.

## 1. SeoQuake

[Скачать SeoQuake](#).

На мой взгляд, это плагин под номером 1. SeoQuake - очень функциональный плагин для Google Chrome, который показывает PR, Alexa rank, внешние ссылки по Yahoo и много других SEO параметров, а также работает прямо на странице результатов поисковой выдачи, что очень удобно. Кстати, можете почитать интервью с представителем команды SeoQuake - [Интервью с SeoQuake Team, Глеб Суворов](#).

Вот полный перечень функций SeoQuake: Google PageRank, страницы в индексе Google, внешние ссылки по Yahoo, ссылки по Yahoo на домен в целом, страницы в индексе Bing, Alexa Rank, архив сайта по Webarchive, страницы в индексе Delicious, ссылку на Whois информацию, ссылку на исходный код страницы, SEMRush rank, ссылки Nofollow.

## 2. SeoQuake Lite

[Скачать SeoQuake Lite](#)

Если вам нужна облегченная версия предыдущего плагина, то вам пригодится SeoQuake Lite, в нем только самые основные функции.

С помощью этого плагина вы сможете отображать Google PageRank и Alexa rank интересующих вас страниц. SeoQuake Lite похож на SearchStatus для браузера FireFox, но работает в Chrome.

### 3. Chrome SEO

Вы можете скачать этот плагин [здесь](#).

Этот плагин является одним из моих любимых. Chrome SEO обладает хорошим функционалом: анализ конкуренции, анализ ключевых слов, анализ внешних ссылок, Google PageRank и другие интересные для SEO моменты.

Более 100 тысяч вебмастеров и SEO специалистов используют плагин Chrome SEO.

Google Chrome SEO хорошо подходил вебмастерам, которые интересуются продвижением своего сайта. Список опций очень богат: инструментарий для анализа ключевых слов, подсвечивание ссылок с NoFollow, количество проиндексированных страниц, количество внешних ссылок, оценка посещаемости, число упоминаний сайта в сервисах социальных закладок, кешированные страницы, информация по DNS, IP, Whois, а также расположение сервера.

Плагин Chrome SEO работает со следующими источниками: Archive.org, Alexa Rank, Compete Rank, CoralCDN, Ask, Baidu, Bing, Delicious, Digg, Dmoz, Google PageRank, MajesticSEO, Open Site Explorer, Quantcast, SEMRush, SEOmoz, Linkscape, StumbleUpon, Technorati, WebCite, Yandex Quotation Index, Yahoo.

### 4. SEO Site Tools

Вы можете скачать этот плагин [здесь](#).

Перечислю основные возможности плагина SEO Site Tools: упоминания в социальных сервисах, нумерация результатов поисковой выдачи Yahoo, Bing, Google. Работает с Google Analytics и другими системами статистики.

Этот плагин умеет отображать такие элементы страницы, как метатеги, теги H1 и strong, тексты ссылок, атрибут nofollow и другую информацию.

### 5. SEO Status Pagerank/Alexa Toolbar

[Страница скачивания.](#)

SEO Status - это простой и легкий плагин, который хорошо себя зарекомендовал. Он отображает Google Pagerank и Alexa rank для любой страницы. Если кликнуть на кнопку плагина, то можно увидеть график посещаемости любого сайта по данным Alexa и другую полезную информацию.

### 6. META SEO inspector

Вы можете скачать META SEO inspector [здесь](#).

Этот плагин для Google Chrome хорошо подходит тем вебмастерам, которые хотят быстро оценить релевантность метатегов тексту страницы, степень их оптимизации и соответствие требованиям Google. Этот плагин также выведет сообщение, если какой-либо метатег отсутствует.

### 7. SEO & Website Analysis

[Скачать.](#)

SEO & Website Analysis - это плагин для основательного SEO анализа сайта, который позволяет работать с более, чем 50 параметрами.

В плагине SEO & Website Analysis есть функция прогноза трафика, отображается число проиндексированных страниц в Google и Yahoo, анализ ключевых слов, содержимое файла robots.txt, информация Whois и другие полезные моменты. Этот плагин полностью бесплатен. Вы даже можете создавать отчеты в формате PDF.

## 8. WebRank SEO

Вы можете скачать WebRank SEO [здесь](#).

Плагин WebRank SEO позволяет узнать такие параметры, как Google Pagerank, Alexa Rank, Compete Rank, Quantcast Rank, страницы в индексе и число внешних ссылок в различных поисковых системах (Google, Bing и Yahoo). Этот плагин отлично подходит не только для SEO анализа, но и для анализа сайта и конкуренции в целом. Вы можете изучать сайты конкурентов с помощью одного клика. Есть функция сокращения ссылок и возможность поделиться ими в социальных сервисах.

## 9. SEO SERP

[Скачать плагин.](#)

Простой инструмент для проверки позиции сразу нескольких сайтов по нужному поисковому запросу в различных странах. Поддерживаются такие страны, как: Бразилия, Индия, Япония, Великобритания, Германия, Испания, Франция, Италия, Голландия, ЮАР, Ирландия, Россия, Китай, Польша, Венгрия, Сальвадор, Австралия и Канада, а также доменная зона com в целом.

## 10. iPageRank

Скачать iPageRank можно [здесь](#).

У плагина iPageRank есть интересная функция - он показывает, сколько PR будет передано на ваш сайт через прямую ссылку dofollow на любой странице. Также отображается информация по общему числу внешних и внутренних ссылок на странице, а также сколько из них не имеют атрибута nofollow. Плагин умеет делать запрос по PR к разным серверам Google, что позволяет отображать этот параметр в течение более длительного времени.

## 11. [PRO] SEOMATOR SEO for Chrome Toolbar

Скачать можно [здесь](#).

Этот плагин позволяет отображать такие параметры, как Google PageRank, Alexa Rank, число внешних ссылок и другие. Удобный инструмент для комплексного SEO анализа.

## 12. SEOMATOR SEO Lite

[Страница скачивания.](#)

Это облегченная версия предыдущего плагина - [PRO] SEOMATOR SEO for Chrome Toolbar. Плагин SEOMATOR SEO Lite показывает Google PageRank, внешние ссылки, Alexa rank и другие моменты.

## 13. SEO Profesional Toolbar

Скачать SEO Profesional Toolbar можно [здесь](#).

Плагин SEO Profesional Toolbar предлагает целый набор полезных функций. Отображает Google PageRank, количество внешних ссылок, сохраняет историю параметров выбранных сайтов, подсвечивает ссылки.

История параметров и внешних ссылок сохраняется в базу данных, поэтому вы можете изучать развитие того или иного сайта. Помимо интересного функционала, в этом плагине вы найдете красочные графики и возможность индивидуальной настройки.

#### 14. Yandex CY (TIC) & PR

Страница [скачивания](#) плагина.

Плагин Yandex CY (TIC) & PR Viewer особенно полезен для работы с Яндексом, так как отображает ТИЦ. Кроме этого, он показывает Google PR, количество страниц в индексе Яндекса и Google, а также Alexa Rank. Блог разработчика - [Sibnext.ru](#).

#### 15. SEO Fuze

Скачать SEO Fuze можно [здесь](#).

Плагин SEO Fuze позволяет анализировать уровень конкуренции, ключевые слова, внешние ссылки, показывает PR и другую полезную информацию для оптимизаторов.

У этого плагина есть собственный параметр оценки сайтов - SeoFuze rank, который подсчитывается по нескольким факторам.

Некоторые возможности плагина SEO Fuze: страницы в индексе Google, Yahoo и Bing, внешние ссылки по Google, Yahoo и Alexa, упоминания в Digg и Delicious, Google PageRank, Alexa Rank и другие.

#### 16. SEO Doctor

Скачать можно [здесь](#).

Мне очень понравилось название этого плагина, классно звучит - SEO Doctor. Этот плагин позволяет узнать Google Pagerank, а также проверяет информацию DNS, может производить оценку скорости загрузки сайта по данным сервиса PingDom, страницы в индексе Google и Yahoo, а также тренды с Google Trends.

#### 17. PageRank

[Страница скачивания](#).

Очень простой, но полезный плагин, который будет показывать Google PageRank любой старницы.

#### 18. SearchPad

Скачать SearchPad можно [здесь](#).

Если вы работаете с поисковиками Google, Yahoo и Bing и вам нужна выдача в разных странах, то этот плагин идеально вам подходит. В данный момент поддерживаются по 10 стран для каждого поисковика.

#### 19. Ка: The Keyword Analyzer

[Скачать.](#)

Плагин Ка: The Keyword Analyzer для Google Chrome позволяет анализировать текущую страницу и советует ключевые слова.

Этот плагин использует для анализа текста на странице AlchemyAPI™ от Orchestr8. Для использования этого плагина вам нужно будет зарегистрироваться на сайте AlchemyAPI получения ключа API. Это бесплатно. Ключ API позволяет делать анализ до 30 тысяч страниц в день.

## 20. Site Geo IP Locator

[Скачать плагин.](#)

Плагин Site Geo IP Locator позволяет увидеть IP адрес нужного сайта и отображает его на географической карте.

## 21. SitezMeter

Скачать SitezMeter можно [здесь](#).

Плагин SitezMeter показывает графики посещаемости по данным сервисов Google Trends, Alexa и позволяет не только увидеть динамику посещаемости того или иного сайта, но и сравнить трафик одновременно трех сайтов.

## 22. Site Information Tool

[Страница скачивания.](#)

Плагин Site Information Tool показывает такие SEO параметры, как: Google PageRank, Alexa rank, Compete.com rank, Quantcast rank, Technorati rank, число проиндексированных страниц, количество внешних ссылок, информацию об IP, коды ответа сервера, whois и другую информацию.

# 32 самых важных SEO подсказок

[Автор: Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#)

*Перевод зарубежной статьи “32 Most Important SEO Tips”*

1. Убедитесь, что ваш сайт не является “сайтом в разработке” или в незавершенном виде с маленьким или неуникальным контентом.
2. Когда сайт будет готов, добавьте его в Google, Yahoo, Yandex, Rambler, MSN, ASK.com. Также попробуйте добавить свой сайт в другие поисковые системы, однако большинство из них основаны на этих лидирующих поисковых машинах. Также добавьте ваш сайт в достойные уважения каталоги с высоким PR, открытые директории, желтые страницы и социальные закладки, такие как del.icio.us, furl, news2 и другие.
3. Добавьте карту сайта в Google, Yahoo, Yandex, Rambler, MSN, ASK.com (обычно карта сайта представляет собой файл XML формата)
4. Предложите карту сайта в HTML формате для ваших посетителей для упрощения навигации.
5. Создавайте уникальные и богатые контентом сайты. Сторонитесь дублирования контента. Не создавайте много страниц, поддоменов, доменов, зеркал или сайтов с разными доменными именами (урлами), но одинаковым контентом.

6. Проверьте ключевые слова и убедитесь, что они соответствуют и содержатся на вашем сайте. Не стоит избыточно набивать контент ключевыми словами.
7. Используйте текст вместо изображений в вашем контенте, ссылках и важных объектах.
8. Сделайте заголовки TITLE и атрибуты ALT описательными, простыми и богатыми ключевыми словами. Сторонитесь неуместных, неподходящих и повторяющихся ключевых слов.
9. Тег TITLE должен быть максимум длиной в 60-80 символов.
10. Мета тег description должен быть размером 160-180 символов, включая пробелы (около 25-30 слов).
11. Мета тег keywords должен быть максимум 15-20 слов.
12. Оптимизируйте страницы с заголовками (H1, H2, H3, ...), чтобы они содержали основные ключевые слова вашего сайта.
13. Проверьте CSS и HTML на валидацию, ошибки и битые ссылки.
14. Если ваш сайт содержит динамические страницы (то есть URL, содержащий вопросительный знак "?"), убедитесь, что вы используете дружественные URLs (ЧПУ). Поисковым ботам сложно индексировать динамические страницы.
15. Максимальное количество ссылок на странице не должно превышать 100 штук. Не допустите того, чтобы ваш сайт поисковые системы заподозрили в линкопомойке.
16. Используйте Lynx в качестве текстового браузера для проверки вашего сайта.
17. Позвольте поисковым ботам индексировать ваш сайт без ID сессии или аргументов, которые отслеживают их путь по сайту. Использование подобной техники приведет к неполной индексации вашего сайта.
18. Проверьте, поддерживает ли ваш сервер HTTP заголовки If-Modified-Since. Они говорят поисковым машинам когда контент на сайте был обновлен с момента последней индексации вашего сайта. Это сэкономит трафик на ваш сайт, ресурсы и предотвратит перегрузку сервера.
19. Используйте Robots.txt файл для управления поисковыми роботами, которые индексируют ваш сайт. Вы можете позволить и запретить роботам индексирование, выбрать определенные директории, которые вы хотите проиндексировать. С плохими ботами или спам-ботами вам надо модифицировать файл HTACCESS для правильного и эффективного управления ботами.
20. Не пытайтесь предстать разным контентом поисковикам и пользователям.
21. Не используйте грязных приемов, замкнутых петель для улучшения поисковых позиций.
22. Не ссылайтесь на плохие ресурсы, такие как спам, линкопомойки, фишинг-сайты, хакеров, кракеров, азартные игры, порнографию и аферистские сайты. Ссылки на них очень сильно влияют на позиции в серпе вашего сайта.
23. Не пытайтесь участвовать в ссылочных проектах, чрезмерном обмене ссылками и веб кольцах.
24. Не используйте неавторизованные программы или онлайн средства для добавления вашего сайта в ПС, проверки позиций или выполнения других автоматических запросов. Вы рискуете заработать себе статус спамера.
25. Не используйте скрытый текст и ссылки. Показывайте поисковикам то же самое, что и пользователям. Это очень сильно повлияет на репутацию сайта.
26. Не старайтесь создать страницы, содержащие спам, фишинг, аферы, вирусы, трояны, шпионское ПО или другие злобные программы.
27. Убедитесь, что ваш сайт полезен и информативен.
28. Улучшите свою ссылочную массу. Ссылайтесь с сайтов с высоким PR. Качество и соответствие ссылок более важно, чем их количество. Ссылки сильно улучшат видимость вашего сайта, популярность и его ранг. Поисковые роботы рассматривают ссылки как голоса за ваш сайт.
29. Проверьте структуру ссылок на страницах. Каждая страница должна быть доступна, переходя по ссылкам.
30. Будьте очень осторожны, покупая SEO сервисы. Некоторые используют нелегальные и сомнительные методы для улучшения позиций.
31. Не покупайте и не продавайте ссылок.
32. Не создавайте сайтов, содержащих чисто партнерские ссылки с отсутствием ценного контента, который полезен для пользователей.

## 44 каталога статей

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Как я обещал в комментариях к статье [Как из одной статьи сделать тысячи](#), публикую базу каталогов для бесплатного добавления статей. В нее я включил только те каталоги статей, которые действительно публикуют статьи с прямыми ссылками, а также находятся в индексе Яндекса и Google.

По рунету гуляют несколько баз каталогов статей, которые состоят из нескольких сотен каталогов, но качество у них оставляет желать лучшего. Мое мнение - лучше качество, чем количество. Хотя в целом качество каталогов статей рунета оставляет желать лучшего.



Каталоги расположены по мере уменьшения тИЦ.

- <http://1ps.ru/articles/submit/>
- [http://www.softportal.com/articles/article\\_public.php](http://www.softportal.com/articles/article_public.php)
- [http://webrating.ru/promo/listpics/add\\_material\\_p?TYPE=ARTICLE](http://webrating.ru/promo/listpics/add_material_p?TYPE=ARTICLE)
- <http://nofollow.ru/>
- <http://www.novatex.ru/pubs/add/>
- <http://kazan.ru-mebel.info/links/articles/add/1>
- <http://zarubezh.ru/articles/add/1>
- <http://www.nedoma.ru/articles/add.php>
- <http://01ru.net.ru/katalog/articles/add/1> (в данный момент заражен)
- <http://full-auto.ru/articles/add/1>
- <http://daisotra-spb.ru/catalog/articles/?add=1>
- <http://realty-ru.com/articles/add/1>
- <http://www.wilan.com.ru/stradd.html>
- <http://ta4ki.info/articles/add/1>
- <http://staldver.ru/catalog/articles/add/1>
- <http://ab-pro.ru/katalog/articles/add/1>
- <http://www.avtomobilistam.ru/news/site/docs-editing.htm>
- <http://stroi-ka.net/articles/add/1>
- <http://www.chasok.info/katalogi/articles/add/1>
- <http://www.ekskysia.info/katt/articles/add/1>
- <http://otstrel.info/katal/articles/add/1>
- <http://www.bynets.org/modules/myarticles/submit.php>

<http://www.remkat.ru/articles/?add=1>  
<http://www.starie.info/catala/articles/add/1>  
<http://www.reklamchik.info/katalog/articles/add/1>  
[http://www.fitnessinrussia.com/add\\_article](http://www.fitnessinrussia.com/add_article)  
<http://www.buderus-shop.ru/stat/add.php>  
[http://www.pottery.ru/index.php3?mode=1&act=add\\_article&parent=3416](http://www.pottery.ru/index.php3?mode=1&act=add_article&parent=3416)  
<http://www.nwportal.ru/publisher/index.php?id=pedagogik&add=true>  
<http://www.autotc.ru/article/index.htm>  
<http://sport-ru.net/articles/add/1>  
<http://rusrealestate.info/articles/?add=1>  
<http://www.xolst.info/katol/articles/add/1>  
[http://news.alfakmv.ru/article\\_add.php](http://news.alfakmv.ru/article_add.php)  
<http://www.compdocs.ru/articles/?action=addarticle>  
<http://www.prbaikal.ru/node/add/story>  
<http://clubs.isurgut.ru/InstituteArticles.asp?Instituteld=44>  
<http://www.footballmasters.ru/england/old/press.php?action=add>  
<http://moluzao.ru/modules/myarticles/submit.php>  
<http://www.1wmzlink.ru/rules.htm>  
<http://articlebox.ru/>  
<http://www.sonrus.ru/req.htm>  
<http://kalush.net.ru/articles/?add=1>  
<http://www.webkorrespondent.ru/addarticle.html>

Если какой-либо каталог перестанет работать, будет удалять ссылки из статей или ставить редирект, то черкните в комментариях.

## Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Недавно стал в порядке эксперимента использовать пресс-релизы для продвижения сайтов. Делюсь с вами своими мыслями и решениями по этому поводу, а также предлагаю свою базу из 53 каталогов, в которые можно бесплатно добавить пресс-релиз.



Пресс-релиз - это официальное сообщение о компании, достижении, событии, мероприятии или другом поводе. Конечно, в большинстве случаев пресс-релизы используются для продвижения сайтов компаний: интернет-магазинов, сайтов турфирм, корпоративных сайтов, дизайн-студий и т.д. Думаю, сайт Васи Пупкина пресс-релизами продвигать будет невозможно - никто такие публиковать не станет. Хотя, наверное, есть варианты.

Сразу скажу о первых результатах. Уже через 3 дня после добавления пресс-релиза на соответствующие сайты (смотрите список ниже) Google проиндексировал 19 добавленных мною пресс-релизов, Яндекс - 5. Большинство пресс-релизов было опубликовано с прямой ссылкой на продвигаемый сайт.

Многие сайты, публикующие пресс-релизы (я буду их образно называть каталогами пресс-релизов), имеют высокий тИЦ и PR, большую посещаемость, являются трастовыми и уважаемыми ресурсами. Роботы поисковиков буквально живут на них. Каталоги пресс-релизов могут приносить немало целевых посетителей.

По качеству каталоги пресс-релизов намного лучше, чем каталоги статей (имею ввиду рунет). Мои эксперименты показали, что в целом публикация пресс-релиза приносит гораздо больший эффект, чем публикация статьи (имею ввиду публикация на бесплатной основе), несмотря на то, что каталогов пресс-релизов в рунете намного меньше, чем каталогов статей. Конечно, это не значит, что от публикации статей нужно отказываться. Просто нужно брать не количеством каталогов статей, а их качеством.

Итак, где же взять этот самый пресс-релиз? Для начала посмотрим, как должны выглядеть пресс-релизы. Для этого идем в [Центр пресс-релизов Subscribe.ru](http://www.subscribe.ru), где находится огромная коллекция пресс-релизов. Выбираете нужную тематику. Далее пресс-релизы будут разбиты по месяцам, датам и времени публикации. Просто кликайте и читайте пресс-релизы. Возьмите несколько пресс-релизов для образца. Затем составьте свой пресс-релиз. Конечно, я ни в коем случае не призываю копировать чужие пресс-релизы частично или полностью. Уважайте чужой труд. Можете воспользоваться методикой полного переписывания текста, которую я описывал в статье "[Как из одной статьи сделать тысячу](#)". Можете заказать написание пресс-релиза на [сервисах копирайтеров](#).

### **Грамотное продвижение сайтов пресс-релизами имеет следующие плюсы:**

- увеличивается количество внешних ссылок на продвигаемый сайт и, как следствие, повышаются позиции сайта в поисковиках;
- увеличивается приток целевых посетителей на сайт;
- пресс-релизы хорошо влияют на узнаваемость компании;
- помогают продвижению бренда/продукции;
- бесплатность (при самостоятельном написании пресс-релизов. Только свои усилия и время);
- каталоги пресс-релизов не требуют обратной ссылки;
- возможно, ваш пресс-релиз будут перепечатывать другие информационные ресурсы (возможно, со ссылкой на ваш сайт).

### **Где опубликовать пресс-релиз?**

Выкладываю свою базу сайтов, принимающих пресс-релизы для публикации. Эту базу я собирал вручную. Все сайты проиндексированы яндексом.

Большинство каталогов пресс-релизов требуют регистрации и жестко модеруются, так что лучше не злоупотреблять и не делать из пресс-релиза прямую рекламу. Рекомендую в пресс-релизах размещать не

более 1-2 ссылок на продвигаемый сайт. Пресс-релиз не должен быть большим. Я обычно ограничиваю его размер одной страницей (около 1800 знаков).

Учитывайте также, что некоторые каталоги пресс-релизов принимают только тематические материалы (например, только по IT-тематике, финансам и т.д.). Некоторые сайты принимают пресс-релизы только по e-mail.

Каталоги пресс-релизов разбиты по Google PR домена.

PR 7

<http://subscribe.ru/release/>

<http://www.ibk.ru/pr/> Инвестиции, банки

PR 6

<http://www.osp.ru/releases/add.html> IT

[http://www.km.ru/pr\\_new/pr-edit.asp](http://www.km.ru/pr_new/pr-edit.asp)

[http://korrespondent.net/add\\_relise](http://korrespondent.net/add_relise)

<http://lenta.ru/news2/> press@lenta-co.ru

PR 5

<http://www.pr.cnews.ru/> Hi-tech

[http://www.openmarket.ru/PressRelease/add\\_pr.asp](http://www.openmarket.ru/PressRelease/add_pr.asp)

<http://www.cybersecurity.ru/press/>

[http://www.fubix.ru/submit\\_press/](http://www.fubix.ru/submit_press/)

<http://e-news.com.ua/press/>

<http://reclama.su/viewtopic.php?t=3>

<http://www.softkey.info/press/howto.php> IT, софт

[http://www.cityindex.ru/ci/pr\\_add.shtml](http://www.cityindex.ru/ci/pr_add.shtml)

PR 4

<http://press-release.ru/add/>

<http://www.prttime.ru/addnews.html>

<http://www.karta-smi.ru/index.php/addpr>

[http://www.informburo.ru/component/option,com\\_facileforms/Itemid,66/](http://www.informburo.ru/component/option,com_facileforms/Itemid,66/)

<http://www.lexim.ru/invite/releases/> Транспорт, логистика

[http://www.dpgazeta.ru/press\\_release\\_print](http://www.dpgazeta.ru/press_release_print)

<http://trade.spb.ru/news/addnews.htm>

[http://www.tourinfo.ru/press\\_release/add/](http://www.tourinfo.ru/press_release/add/) Туризм

[http://www.allcosmetics.ru/release/add\\_release.html](http://www.allcosmetics.ru/release/add_release.html) Мода и красота

<http://www.pressroom.ru/>

<http://www.credcard.ru/admin/registration/> Банки, финансы

<http://www.gaap.ru/press/client/> Финансы

<http://re-port.ru/press/> Реклама, PR

<http://www.oborudunion.ru/add-releases.php> Машиностроение

<http://rcc.ru/Rus/?ID=11567> Химия

<http://www.ecraft.ru/invite/releases/> Промышленность

[http://www.restate.ru/add\\_news.html](http://www.restate.ru/add_news.html) Недвижимость

<http://www.press-release.com.ua/>

[http://www.tourprom.ru/pressrelease\\_form.aspx](http://www.tourprom.ru/pressrelease_form.aspx) Туризм

PR 3

<http://b2blogger.com/pressroom/>

<http://pr.adcontext.net/add/release>

[http://proforum.ru/press/press\\_form.html](http://proforum.ru/press/press_form.html)

<http://www.big-news.ru/>

<http://uastar.net/page.php?al=releasehp>

<http://www.realtyinvest.ru/news/pr/add/> Недвижимость

<http://it4business.ru/about/addpr/> ИТ

[http://www.promsearch.ru/add\\_press.php](http://www.promsearch.ru/add_press.php) Промышленность, строительство

<http://www.domostroykin.ru/partners/> Строительство, оборудование

<http://chemindustry.ru/releases/releases.php> Химия

PR 2

[http://newsroom.com.ua/text\\_addnews.html](http://newsroom.com.ua/text_addnews.html)

[http://press.prnews.ru/release\\_list.asp](http://press.prnews.ru/release_list.asp) publish@prnews.ru

[http://smartpr.ru/prserv/prs\\_pr\\_list](http://smartpr.ru/prserv/prs_pr_list)

<http://www.rossbiz.ru/inpress>

<http://www.prbaikal.ru/node/add/story>

<http://e-moe.com.ua/node/add/press-release>

<http://www.iturs.ru/press/add>

PR 1

<http://www.cmna.ru/?ID=46496> Химия, нефтепродукты

PR 0

[http://soft.mail.ru/uregistration/press\\_add.php](http://soft.mail.ru/uregistration/press_add.php) softclub@soft.mail.ru

[http://www.realestate-today.ru/news/add\\_release.html](http://www.realestate-today.ru/news/add_release.html) Недвижимость

Желаю успехов в продвижении сайтов с помощью пресс-релизов! А я пока займусь изучением данной темы в англоязычном интернете.

## 69 методов наращивания ссылочной массы прошедшего года

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*



6,5 лет назад Робин Ноблз, Эрик Уорд и Джон Александр составили легендарный список из **131 способа наращивания бэклинков**.

Четыре года спустя Аарон Уолл и Энди Хаганс опубликовали **101 метод продвижения сайта**, что вдохновило на написание других материалов.

Учитывая очень серьезные изменения в поисковых машинах в наше время, я решил пересмотреть оба списка и обновить коллекцию по [способам наращивания ссылочной массы](#).

## 7 рекомендаций по внутренним ссылкам

1. Убедитесь, что навигация вашего сайта доступна поисковику. Используйте навигацию в виде ссылок с текстовыми анкерами, либо картинки с атрибутом alt.
2. "хлебные крошки" (breadcrumbs) – замечательный инструмент внутренней перелинковки. Повышает юзабилити и вариацию текстовых анкоров.
3. Располагайте ссылки в тексте — это не только повышает количество переходов по ней, но так же придает вес, т. к. ссылка находится внутри текста.
4. Используйте карту сайта (sitemap). Качественная карта сайта полезна для посетителей, поисковых машин, а так же и для вас.
5. В каждом топике используйте ссылки на схожие по теме статьи вашего сайта.
6. Всегда используйте стандартные ссылки. Всегда ставьте ссылки homepage.com, а не homepage.com/index.php — очень важно иметь постоянные ссылки.
7. Выявите страницы, на которые больше всего ссылок и проанализируйте хорошо ли они оптимизированы и передают ли весь вес эти ссылки.

## 10 рекомендаций по "легкой" добыче бэклинков

8. Оптимизируйте уже существующие бэклинки. Свяжитесь с администраторами сайтов, где уже расположены ссылки на ваш сайт и попросите поменять анкоры 'тут или нажать тут и др.' на анкоры, содержащие релевантные ключевые слова.
9. Постоянно следите за статистикой 404. Отслеживайте те бэклинки, которые не доступны ([ошибка 404](#)). Свяжитесь с вебмастерами этих сайтов для исправления ошибок.
10. Создайте страницу, где укажите как люди могут сослаться на вас, [какие использовать URL](#), анкоры или баннеры. Постоянно обновляйте эту страницу.
11. Расскажите своей семье, друзьям, коллегам и другим о своем сайте. Некоторые из них могут оставить отзыв о сайте, а у кого есть свои сайты — бэклинк.
12. Блокируете ли вы от индексации роботами определенные части сайта с помощью [nofollow](#) или [robots.txt](#)? Выясните, ссылаются ли люди на эти части сайта. Если это так, то попросите администраторов таких сайтов поставить ссылку на другую страницу.
13. Проверьте [контент на ошибки](#). Посетителям больше нравится когда текст правильный с грамматической точки зрения.
14. Поищите сайты, на которых упоминается название вашего сайта или брэнда, но ссылки нет. Попросите установить ссылку. Проверить можно в Yahoo.
15. Поищите сайты, на которых упоминается ваши имя, но так же не ссылаются на ваш сайт. Так же используйте Yahoo.
16. Оставляйте [комментарии на блогах](#), которые посещаете каждый день. Вы все равно проводите там время! Так почему бы и не оставить комментарий?
17. Выясните сколько сайтов у компании на которую вы работаете. Если вы работаете на небольшую компанию — количество сайтов наверняка можно посчитать на пальцах. А вот если ваша компания

большая, возможно узнав о всех сайтах вы будете шокированы. Так почему бы все эти сайты аккуратно не перелинковать между собой?

## 12 рекомендаций от "старой школы"

18. Займитесь поиском [родственных сайтов](#) введя в поиске релевантные ключевые слова. Выберите самые интересные и свяжитесь с администраторами. Подобрать сайты для главных ключевых слов не забывайте, что есть еще тонны различных комбинаций.

19. Проверьте, [какие сайты ссылаются на сайты конкурентов](#). Постарайтесь добиться того, чтобы они поставили ссылку и на вас.

20. Постарайтесь найти релевантные сайты но на [других языках](#). Возможно удастся договориться о размещении ссылки на ваш сайт.

21. Попробуйте взять интервью у эксперта вашей тематики и не забудьте создать хорошо читаемый и интересный текст.

22. Вы можете написать обзор сайтов вашей ниши или более близкой к вашей.

23. Внимательно изучите домен — это может быть сайт университета (.edu), это может быть сайт маленькой мастерской и т. д. Поэтому, [у каждого домена разный вес ссылок](#).

24. Начните рекламную кампанию, когда ваш сайт будет показываться в поисковике при поиске определенных ключевых фраз. Этот трафик может принести релевантные ссылки.

25. Используйте Google AdWords чтобы выяснить на каких сайтах показываются ваши объявления, а затем свяжитесь с администрацией сайтов напрямую.

26. Используйте PPC кампанию — смотри пункт 25.

27. Установите кто раньше ссылался на вас. Свяжитесь с ними вновь, после релиза нового интересного контента.

28. Покупные ссылки. Здесь нет ничего страшного, если вы покупаете ссылки с нескольких высоко релевантных и уважаемых сайтов — это принесет вам экстрара трафик. Не покупайте ссылки на не релевантных сайтах — это может привести к неприятностям.

29. Пожертвования. Покупные ссылки не позволены в поисковиках, но есть способы купить ссылки под видом пожертвования.

## 12 мест для размещения вашего URL

30. Большинство социальных сетей пригодны только для продвижения контента, который потом принесет ссылки. Но все еще существуют сайты, которые позволяют размещать ссылку с текстовым анкором: LinkedIn.

31. Постарайтесь зарегистрировать ваш сайт в популярных каталогах: DMOZ, Yahoo Directory и Best of the Web. Перед регистрацией сайта убедитесь, что выбрали подходящую категорию.

32. Строго тематические каталоги высокого качества тоже дадут некоторый результат.

33. Не забудьте зарегистрироваться в каталогах вашего региона. Особенно это актуально для сайтов ориентированных на определенный регион.
34. Опубликуйте интересные, захватывающие, смешные картинки на Flickr с обратной ссылкой на ваш сайт.
35. Напишите статью о своем сайте с бэклинком на него в одном из каталогов статей, например в eZineArticles.
36. Релевантные, [не спам ссылки в Википедию](#) или Yahoo могут дать хороший результат.
37. Отправьте ваш RSS в важные RSS каталоги.
38. Каталоги блогов могут быть так же полезны. Зарегистрируйтесь в самых качественных из них.
39. Используйте PR сайты для публикации ваших пресс релизов. И не забывайте в них добавить ссылки на ваш сайт.
40. У вашего сайта качественный дизайн? Покажите его во всех CSS каталогах — это тоже вызовет интерес к вашему сайту.
41. Твиттер. Как только вы опубликовали статью на своем сайте, [сразу же анонсируйте ее в Твиттере](#). Статья может оказаться полезной и на вас оставят ссылку.

## 12 способов заставить людей писать о вас

42. Отправьте рождественские подарки или подарки на день рождения блоггерам или вебмастерам, которых вы знаете.
43. Предложите услугу или продукт за обзор сайта. Но не просите о том, чтобы на вас сослались, в большинстве случаев они сделают это сами.
44. Создайте что-то уникальное. Обзор ТОП ..., опросы, конкурсы, награды и т. д. Создайте [уникальный контент](#) и он сам привлечет бэклинки. Возможности безграничны.
45. Начните рекламу, используйте новые слова и т. д. Делайте то, в чем вы лучший, в чем вы действительно разбираетесь.
46. Ссылайтесь на других. Люди — особенно [блоггеры](#) очень быстро заметят это. Если вы сделаете это несколько раз и предложите релевантный контент на вас тоже сошлются.
47. Если у вас есть шокирующие новости — предложите их публикацию на тематических блогах с бэклинком на ваш сайт.
48. Напишите о чем-нибудь шокирующем, тупом, странном и т. д. Люди несомненно оставят ссылку на инакомыслящего человека.
49. Создайте что-нибудь с потрясающим дизайном. Это не обязательно должен быть ваш сайт. Допустим дизайн визитки и т.д.
50. Начните оффлайн кампанию. Люди обязательно начнут говорить о вас в онлайн, а это обратные ссылки. Вы даже сможете получить ссылки типа: "вот как нужно вести онлайн и оффлайн кампании".
51. Заведите спор между участниками и раскройте карты перед победителями. Это конечно не лучший путь привлечения внимания, но он работает.

52. Создайте [бесплатные плагины или инструменты](#), которые могут быть полезны.

53. Участвуйте в [конференциях](#), где вы встретите много интересных людей и возможно о вас напишут отзывы.

## 12 простых бизнес тактик

54. Добавьте ссылку в ваш профиль торговой палаты.

55. ВВВ (Бюро по совершенствованию бизнеса) и любая другая ассоциация вашей сферы всегда заинтересованы в таргетинге ссылок.

56. Свяжитесь с вашими поставщиками, производителями и другими партнерами. Если у них есть страница партнеров, то они всегда разместят информацию о вас.

57. Предложите написать отзыв в случае, когда один из партнеров не хочет размещать вашу информацию.

58. Попросите ваших клиентов написать отзыв о ваших продуктах и услугах и разместить его на своих сайтах, взамен на скидку, очень быструю доставку или еще что-нибудь.

59. Наймите публициста, этот человек всегда сможет в нужное время и в нужном месте опубликовать ваш пресс релиз с максимальной выгодой и пользой.

60. Присоединяйтесь к тематическим форумам. В своем профиле, подписи или в постах вы можете указать ссылку на ваш сайт. Вы спросите почему этот пункт находится в бизнес тактиках? Потому, что форумы — это место для обсуждения, а не ссылочного спама.

61. Станьте спонсором. Тут очень много возможностей: стать спонсором конференции, спортивного клуба, форума, какого-либо события.

62. Наймите стажера. Вы можете предоставить ему работу в поиске мест для размещения ссылок. Не забывайте про сайт университета, где вы взяли этого стажера.

63. Создайте какой-нибудь супер качественный [продукт или сервис](#). Люди любят говорить о качественных вещах, которые они недавно приобрели. Им нравятся беседы о действительно хороших компаниях. Конечно вы должны соответствовать этим критериям, иначе вы получите соответственные ссылки.

64. Найдите компании, которые вышли из бизнеса. Вы можете купить их сайт или выйти на те сайты, где были расположены их ссылки и попросить о замене.

65. Вовлеките ваших коллег. У каждого из них своя специальность и группа контактов. Они так же смогут поспособствовать развитию.

## 4 важных соображения

66. Наймите человека, который будет строить базу бэклинков. Вы можете доверить ему вести часть своей кампании. Особенно актуально, когда вы наращивали ссылочную массу вашего сайта на протяжении нескольких лет, свежие взгляды вам не помешают.

67. Тут нужно упорство! Наращивание ссылочной массы это не потраченные несколько часов и даже не неделя раз в году. Это все не делается за один день. Это очень длительный процесс, который отнимает много времени и сил!

68. Следите за новостями. Посещайте интересные новостные блоги, чтобы всегда быть в курсе всех последних тенденций. Я не говорю только о SEO блогах — посещайте маркетинговые блоги, креативные и т.д.

69. Если вы спросите себя: "А должен ли я это все делать?", ответ возможно будет нет. Не делайте тех вещей, за которые вам попадет от мамы, стараясь объяснить. Другими словами: не делай того, к чему не лежит сердце.

## 0 продвинутых методов добычи бэклинков

Не существует такого понятия как продвинутое методы получения ссылок. Этот список заполнен различными методами получения ссылок и я уверен, что у вас найдется десяток своих, которые прекрасно подходят для вашего сайта.

Эрик Уорд однажды сказал, что построение ссылочной массы это — одна часть маркетинга, две части ПР и три части здравого смысла.

На мой взгляд — **10% базовых SEO знаний, 20% бизнес мышления, 30% креативности и 40% упорства.** И ничего более продвинутого и сверхъестественного!

Источник: [Link Building Strategies: 69 Solid Tactics For 2009](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 100 новых способов получения внешних ссылок

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Оригинал: [100+ Untapped Link Building Strategies](#) Перевод: [Глобатор](#)



Примечание: все ссылки ведут на англоязычные сайты. Перевести материалы можно с помощью [переводчика Google](#).

Для бесплатного получения качественных ссылок на сайт есть множество способов. Вы, конечно же, читали про такие способы, как социальные закладки, линкбайтинг, гостевые посты, регистрацию в каталогах, пресс-релизы и т.д.

Сегодня речь пойдет не о них. Традиционные способы всем известны. Я составил более 100 малоизвестных способов продвижения сайтов, которые позволяют эффективно улучшать позиции в поисковиках и увеличивать посещаемость.

Эта статья содержит все мои секреты по получению внешних ссылок на сайт. Я рекомендую вам выделить время для того, чтобы переварить эту информацию. Заварите себе любимый чай или возьмите RedBull (смотря что предпочитаете), а также не забудьте добавить эту статью в закладки.

Первый эффективный способ получения жирных беков на ваш сайт – завести себе блог на сервисе Ebay. Можно ли получить прямые ссылки с Ebay? Конечно! Знаменитый сервис интернет-ауционов Ebay предоставляет своим посетителям возможность вести свои персональные блоги. Взгляните на блог SEO гуру [Джима Бойкина](#). Обратите внимание, как Джим грамотно ставит ссылки в постах с нужными ему анкерами. Если вы посмотрите на html код страниц, то увидите, что это прямые ссылки без nofollow. Вы также можете завести себе [персональный блог на Ebay](#) и начать публиковать посты с прямыми ссылками на свой сайт с этого уважаемого поисковика сервиса.

Вы можете получить множество ссылок на свой блог с помощью конкурса. Проведение конкурса – прекрасный способ увеличить аудиторию вашего блога, получить хорошие беки и улучшить позиции в поисковых системах. Известные блоггеры [Джон Чау](#) and [Джон Кау](#) активно используют конкурсы для продвижения своих блогов.

Есть сервисы, с помощью которых вы можете добавить информацию о конкурсе на своем блоге:

[Contest Blogger](#)  
[ThePrizeBlog](#)  
[ContestHound](#)  
[DisregardMe](#)  
[ReviewWow](#)  
[MyBlogContest](#)  
[TheLinkBait](#)  
[ContestBeat](#)  
[Blog-Contests](#)  
[TheContestWinner](#)  
[MyBlogContests](#)  
[AboutBlogContest](#)  
[ContestBlogcat](#)  
[Contester](#)  
[SubmitYourContest](#)

Еще одно преимущество конкурсов – они помогают увеличить число RSS подписчиков вашего блога. Бен Кук написал полезную статью [о том, как правильно организовать конкурс на блоге](#).

Галереи CSS дизайнов являются отличным способом получения трафика и ссылок. Например, сайт [FreelanceSwitch.com](#) [получил более 25,000 целевых посетителей с CSS галерей](#). Если вы создаете красивые CSS шаблоны для сайтов, обязательно добавьте их в CSS галереи:

[CSSMania](#)  
[CSSRemix](#)  
[BestWebGallery](#)  
[WebCreme](#)  
[CSSElite](#)

[CSSDrive](#)  
[CSSHeaven](#)  
[CSSTux](#)  
[CSSGlobe](#)  
[CoolHomePages](#)

Каждый из этих сайтов может дать вам целевых посетителей на блог.

Еще один хороший источник трафика - [KillerStartups](#). Они делают обзор более 30 интернет стартапов каждый день. Показатель [Alexa ranking](#) этого сайта равен 5,255 на момент написания этой статьи. Добавить свой сайт вы можете на этой странице: <http://www.killerstartups.com/submitted/>.

Посты в виде списков являются еще одним проверенным способом получения качественных внешних ссылок на сайт. Я сейчас не говорю о создании [списков](#) для социальных медиа вроде Digg and del.icio.us. Я имею ввиду получение внешних ссылок с помощью сервисов наподобие [Listible.com](#).

Listible – это сайт в лучших традициях web 2.0, который позволяет вам создавать свои списки интересных сайтов. Вы можете не только создавать свои списки сайтов, но и добавлять свои сайты в уже существующие списки. Конечно, это не означает, что можно спамить свои ссылки по всем спискам. В первую очередь старайтесь принести пользу таким ресурсам.

Вы также можете использовать этот способ получения внешних ссылок на свой блог на следующих ресурсах:

[Listverse](#)  
[ListafterList](#)  
[Listphile](#)  
[OnmyList](#)  
[Whatali.st](#)

Следующий способ я не хотел публиковать, но я надеюсь, что мои читатели не будут злоупотреблять им.

Во время одного из своих экспериментов я открыл новый способ получения беков с сервиса [Flickr](#). Я открыл этот способ, когда изучал обратные ссылки на сайт Glitter-Graphics.com. Если вы посмотрите беки этого сайта в [Yahoo Site Explorer](#), вы обнаружите, что многие из них идут с [Flickr](#).

Приведу пример. Эта страница с Flickr, которая содержит ссылку на указанный сайт:

<http://www.flickr.com/photos/95572727@N00/211239773>

Где же именно находится ссылка? Если вы промотаете страницу чуть ниже, вы увидите изображение бабочки. Это и есть ссылка на <http://www.glitter-graphics.com>.



Как видите, они даже добавили ключевые слова в атрибут alt.

На этом я останавлиюсь, и дальше ваша фантазия подскажет вам, как получить такую ссылку.

Публикация интересных способов для чего-либо является еще одним эффективным способом получения ссылок. Я нашел классный сайт [Cool Site of the Day](#). На нем публикуются интересные сайты со всего Интернета. Самое интересное, что вы можете бесплатно добавить туда свой сайт или блог, если считаете, что он достаточно интересен. Этот сайт может служить не только источником обратных ссылок, но и давать [тысячи посетителей](#), если сайт попадет на главную страницу.

Если ваш сайт будет выбран сайтом дня, то он окажется на главной странице и будет анонсирован в e-mail рассылке этого сервиса, которая насчитывает более 150,000 подписчиков.

Как и Digg, [Cool Site of the Day](#) дает дополнительный эффект. На сайты дня часто обращают внимание журналисты с разных концов мира. Некоторые сайты даже упоминаются на сайтах BBC News, USA Today и множестве других популярных ресурсах.

Далее привожу список сайтов, подобных Cool Site of the Day, в которые вы можете добавить свой сайт или блог.

[CoolPick](#)

[AskMen](#)

[CSOTD](#)

[TopsiteoftheDay](#)

[Yahoo Picks](#)

[Blackstump](#)

[Family First](#)

Если у вас сайт развлекательной тематики, то добавьте его на следующие ресурсы:

[Leenks](#)

[I-am-Bored.com](#)

[Bored](#)

[BoredatWork](#)

[Ubersite](#)

[College Humor](#)

[Stimes](#)

[Ebaumsworld](#)

Хотите превратить посты на своем блоге в подкасты без лишних усилий? Я не вижу в этом ничего сложного. Подкасты предоставляют читателям альтернативный и интересный способ изучать ваши материалы, а также получать внешние ссылки.

Один из моих любимых сервисов, [Odiogo.com](#), позволит легко превратить вашу RSS ленту и посты на блоге в аудио файлы, готовые для прослушивания, например, на iPod. После установки их бесплатного софта вы можете добавлять ваш новый подкаст во все директории подкастов, генерируя массу внешних ссылок на свой блог. Если вы создаете свой софт, вы можете получить тысячи ссылок на ваш сайт путем добавления демо версии своей программы в специальные директории. Все, что вам нужно сделать, это конвертировать демо вашей программы в так называемый PAD file. Для создания PAD файла используйте бесплатный PAD генератор [PADGen](#).

Вы можете добавить свой PAD файл в более чем 1,000 сайтов, где он будет доступен для скачивания тысячам желающих.

Если хотите автоматизировать этот процесс, можете воспользоваться сервисом [SubmitMySoft](#).

Использование этого метода принесет вам не только много пиаристых внешних ссылок, но и увеличит продажи вашего софта.

Кроме этого, для получения беков на свой сайт или блог вы можете добавлять и другие файлы в специальные директории, например скринсейверы, виджеты, тулбары Firefox, расширения Firefox, адд-оны для Internet Explorer и множество других. Будьте креативны в продвижении сайтов.

Вы можете продвигать свой сайт путем распространения электронных книг в формате pdf, видео и аудио записей (на торрент сайты).

[Добавить свои файлы на 35 самых популярных torrent сайтов.](#)

[Мишель МакФерсон опубликовала пошаговое руководство](#) по получению трафика с помощью торрент сайтов. Я рекомендую вам изучить этот способ и начать получать посетителей и беки.

Кроме этого, добавление своего контента на торрент сайты является хорошим методом для начала кампании по вирусному маркетингу.

Вы можете сделать свою электронную книгу (e-book) и добавить ее на популярные директории электронных книг:

[MindlikeWater](#)  
[ebook2u](#)  
[Jogena](#)  
[WisdomEbooks](#)  
[GetFreeEbooks](#)  
[EbookPalace](#)  
[EbookMall](#)  
[Scribd](#)  
[Published.com](#)  
[Ebook88](#)  
[Virtual-Ebooks](#)  
[EbooksTemplateSource](#)  
[Ebook Tags](#)  
[Ideamarketers](#)  
[EbookJungle](#)

[Продвижение сайта электронными книгами](#) – это эффективный способ получать ссылки и целевых посетителей.

Если вы создали веб-приложение, то добавьте его на следующие сайты:

[SimpleSpark](#)  
[Web2List](#)  
[Go2Web20](#)  
[FeedmyApp](#)  
[Makeuseof](#)  
[Emily Chang](#)  
[Find Apps](#)  
[Listio](#)  
[AllthingsWeb2](#)  
[Search Free Apps](#)  
[2.0 Websites](#)  
[BuzzShout](#)  
[Web2.0Searchr](#)  
[NeoBinaries](#)  
[Reflexz](#)

[Социальные медиа](#) являются одним из самых эффективных способов получения внешних ссылок на сайт. К сожалению, большинство интернет-маркетологов не осознают всех преимуществ социальных медиа. По оценкам специалистов, в будущем вирусный маркетинг будет одним из самых перспективных способов продвижения сайтов.

Социальные сети могут давать очень большой приток целевых посетителей на ваш блог. Вот лишь некоторые из них: [Digg](#), [Del.icio.us](#), [StumbleUpon](#), [Reddit](#), и [Propeller](#). Кроме этого, существует множество тематических социальных сетей, например, [Mixx.com](#).

Энди Хэган составил [Топ 29 Нишевых Сайтов по Социальным Медиа](#), которые дают тематических посетителей на его блог.

Вы можете использовать эти меньшие по размеру социальные сайты для попадания в топ таких крупных сайтов, как Digg и Del.icio.us. Кстати, на сайте [vandelaydesign.com](#) опубликовано [подробное руководство](#) о том, как это лучше сделать.

Довольно большой список сервисов социальных закладок вы можете обнаружить [здесь](#). Вы, скорее всего, слышали о получении ссылок с видеосервиса [Youtube](#)? Тем не менее, советую почитать [уникальный способ получения ссылок от Нейла Пателя](#).

Например, если вы разместите у себя видеоролик с Youtube, то вы можете получить обратную ссылку с этого сервиса в том случае, если ваш сайт будет в топ 5 сайтах, с которых этот ролик получает посетителей. Ссылка с этого сервиса всегда полезна, независимо от того, закрыта ли она от Google с помощью nofollow или нет. Вообще, я не придаю этому атрибуту слишком большого значения. Ключ к успеху – получать обратные тематические ссылки отовсюду, откуда возможно.

Обзоры сайтов являются еще одним способом получения внешних ссылок и объективной оценки вашего сайта.

Существует много сайтов, которые готовы бесплатно сделать обзор вашего сайта. При этом важно принять участие в жизни такого сайта до того, как вы попросите об обзоре. Прилагаю список лучших форумов, на которых можно получить обзор вашего сайта или блога:

[UK Webmaster World Forums](#)

[Anizone](#)

[DigitalPoint](#)

[NamePros](#)

[GameMakerGames](#)

[Webmaster-Talk](#)

[Webmaster-Forums](#)

[Webdev Forums](#)

[Webdesign Forum](#)

[Web designer Forum](#)

[Ozzu](#)

[Critics-Corner](#)

[Site Owners Forums](#)

[Sitepoint Forums](#)

[Warrior Forum](#)

[V7n](#)

[SeoChat Forums](#)

[Search Engine Watch Forums](#)

[DnForum](#)

[DevShed Forums](#)

[aBestWeb](#)

[KillerSites](#)

[Successful Blog](#)

[CreamAid](#)

[Site Critic](#)

[Hallway Testing](#)

Хотите обменяться обзором с другими блогами? Пожалуйста!

Для этого есть ... [ReviewBack](#). Этот сайт позволяет обменяться ревью с другими блогами. Этот сервис – альтернатива для тех, кто не хочет тратить деньги на обзор своего блога на сервисе ReviewMe.com.

Есть даже биржи обзоров блогов. Их вы найдете в этом [списке](#) от Кортни Татл.

[Комментируете ли вы на других блогах?](#) Если да, то уделите внимание тому, чтобы стать топ комментатором. На многих блогах в сайдбаре есть блок “Топ комментаторов”. Пример такого блока вы можете найти на блоге [блоге Джона Чау](#).

[Полезный список пиаристых блогов, на которых стоит плагин Топ комментаторов.](#)

Если вы пишете уроки по веб-дизайну, графике или программированию, то существуют сотни сайтов, которые с радостью разместят ваш урок со ссылкой на ваш сайт или блог:

[Good-Tutorials](#)

[Tutorialized](#)

[Pixel2Life](#)

[Photoshop Roadmap](#)

[Flash Perfection](#)

[Dzone](#)

[Rnel](#)

[Design Float](#)

[CG Tutorials](#)

[Pslover](#)

[Tweako](#)

[Tips Clique](#)

[Fstutorials](#)

[Graphics World](#)

[Tutorials Garden](#)

[Photoshop Pack](#)

[Tutorial Kit](#)

[Kaos-Tutorials](#)

[Total Tutorials](#)

Эти сайты не копируют ваш урок, а лишь анонсируют его со ссылкой на ваш ресурс. Такие сайты могут давать вам сотни и тысячи целевых посетителей.

(Подсказка: сайт Tutorialized.com имеет раздел для уроков и статей по SEO и маркетингу.)

Вы можете посмотреть на [статистику посещений с таких сайтов](#).

Поговорим о веб-дизайне. Если вы имеете опыт создания шаблонов для блогов на Wordpress, то вы можете получить [тысячи обратных ссылок на свой сайт путем создания своей темы Wordpress](#). Это лишь один из способов, которые использовал автор сайта [Carlocab.com](#) для выхода в топ поисковиков по очень конкурентному запросу “make money online”. [Wpdesigner.com](#) и [Performancing.com](#) также с успехом используют эту тактику.

Если вы можете создавать красивые темы Wordpress, то это может стать постоянным источником качественных беков на ваш сайт или блог. Даже если вы не умеете создавать свои темы, вы можете заказать их создание профессионалам.

Вы можете создать красивый дизайн для сайта в Photoshop, а затем с помощью сервиса [Wpcustomization.com](#) создать свою тему Wordpress, которая будет основана на вашем дизайне.

После того, как вы создадите свою тему для Wordpress, можете приступить к ее [пиару](#).

В этом списке вы найдете сайты, на которые вы можете добавить свою тему Wordpress:

[Wpdesigner](#)  
[Wordpress Theme Viewer](#)  
[Weblogs Tools Collection](#)  
[Wordpress Theme Codex](#)  
[JohnTp Wordpress Blog](#)  
[Blogflux](#)  
[ThemesBase](#)  
[BloggingThemes](#)  
[Wpskins](#)  
[Wordpress Theme Forum](#)  
[Fresheezy](#)  
[EmilyRobbins Blog](#)  
[WpSnap](#)  
[WpThemesFree](#)  
[Blogging Themes](#)  
[Wordpress Wow](#)  
[Wordpress Theme Base](#)  
[Free Wordpress Themes](#)  
[iThemes](#)  
[Rock-Kitty Themes](#)  
[Web2Feel](#)  
[Themes-wp](#)

Вы также можете добавить свою Wordpress тему на следующие популярные форумы:

[DigitalPoint Forums](#)  
[Theme Vibes](#)  
[Graphic Design Forum](#)  
[Easy Wordpress Forum](#)  
[Bloggeries](#)  
[Webmaster Talk](#)

Каждый из этих сайтов поможет распространить вашу тему Wordpress с максимальным эффектом. Приятно видеть свою тему на другом блоге.

[Mup Web 2.0](#) постепенно вытесняет статейный маркетинг. Но статейный маркетинг не умирает, он лишь меняется.

Фактически, один сайт даже превратил статейный маркетинг в социальную сеть. Этот сайт называется [Gather.com](#). Изучите его и добавьте свои статьи.

Вы также можете конвертировать свои статьи в формат PDF и добавлять их на сервисы [Scribd](#) и [FreelQ](#).

Еще один сайт, на который я люблю добавлять свои статьи - [Work.com](#). Ссылки с него особенно хороши, если ваш сайт посвящен бизнесу или маркетингу.

[Search Engine Journal опубликовал статью](#) о том, как использовать Work.com для получения качественных ссылок.

Один из лучших способов получения ссылок – это использование [внутренней перелинковки](#) собственного сайта.

Я рекомендую прочитать [Быстрый SEO Гид от Дэна Тайса](#), чтобы узнать о том, как правильно сделать внутреннюю перелинковку на вашем сайте.

Даже путем [оптимизации структуры внутренних ссылок](#) вы можете улучшить позиции своего сайта в поисковиках.

У вас есть коммерческий сайт? Тогда вы воспользуйтесь этим [списком](#) сайтов, которые вы можете использовать для продвижения своей продукции.

Википедии – это прекрасный способ для получения качественных внешних ссылок на сайт. Ключ к успеху на этих сервисах – приносить пользу сообществу до того, как будете публиковать свои ссылки.

Предлагаю вам [список Википедий](#).

Другой способ получения внешних ссылок на сайт – интервью. Возьмите интервью у других блоггеров, и взамен вы получите целевой трафик и ссылки. [Лео, автор сайта ZenHabits.com](#), с успехом использует этот способ для развития своего сайта. [Нэйл Патель дает несколько советов](#) по эффективному использованию интервью.

Не стесняйтесь просить об интервью. Большинство блоггеров не кусаются. 😊

Крепче держитесь в кресле, потому что сейчас я расскажу об одном из самых эффективных способов получения ссылок. Я оставил его напоследок.

Этот способ известен как виджет маркетинг. Виджеты – это мини веб-приложения, которые предлагаются сторонними сервисами. Виджеты легко интегрируются на страницы сайтов, профили на социальных сетях (например, Facebook), персональные страницы iGoogle и т.д.

Благодаря легкой интеграции виджет может распространить вашу ссылку на тысячи сайтов.

Интернет стремительно наполняется виджетами. Например, Amazon.com предлагает свой виджет, чтобы покупатели могли демонстрировать свои любимые товары с этого сервиса на своем сайте. USA Today предлагает виджет, с помощью которого блоггеры показывают последние новости на своих блогах.

Почему бы вам не завести свой виджет? Если вы не умеете программировать, ничего страшного. Вы легко можете создать свой виджет на сервисе [WidgetBox.com](#).

[Blue Hat SEO опубликовал полезную статью](#) о том, как с помощью виджета получить сотни внешних ссылок и целевой трафик.

Вы можете добавить свои виджеты на следующие сайты:

[Widgepedia](#)

[Google Widget Directory](#)

[Yahoo Widgets](#)

[WidgetBox](#)

[SpringWidgets](#)

[Widget Gallery](#)

[Snipperoo Widget Directory](#)

[RateitAll Widgets](#)

[Friendster Widget Directory](#)

[Netvibes Widget Directory](#)

[Xanga Widget Directory](#)

Вы также можете превратить свой виджет в приложение для сервиса Facebook с помощью [App Accelerator](#). Популярные приложения Facebook могут давать тысячи целевых посетителей на ваш блог ежедневно. Только из-за одного вам стоит заняться виджетами.

Начните использовать эти способы, и вы сможете увидеть увеличение посещаемости и повышение позиций вашего сайта в поисковиках. Даже если вы будете использовать один способ каждый день, то заметите положительные изменения.

## 101 совет по покупке текстовых ссылок

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Вы нуждаетесь в эффективной покупке ссылок, но есть гораздо больше правил делать это, чем просто избегать бирж покупки и продажи ссылок. Собран 101 совет о том, как снизить риски покупки ссылок и увеличить их эффективность в следующий раз, когда вы подумываете об их приобретении.

Несколько быстрых ремарок, перед тем, как мы начнем:

- Некоторые из этих ссылок - "проплаченные ссылки", которые появляются с приобретением чего-то еще. Я их так же включил в инструкцию по покупке ссылок.
- Сайты, упомянутые здесь — случайные примеры; Я не говорю, что каждый из них покупает ссылки. Они взяты как наглядное пособие.
- Некоторые из методов — особенно №5 — возможно не совсем законны, поэтому, перед тем, как использовать одну из методик, вам лучше проконсультироваться с юристом и выяснить не идет ли она вразрез с законом. Здесь они упомянуты для привлечения внимания и для того, чтобы помочь вам мыслить разносторонне.
- Да, статья **написана для буржунета**, но безусловно многое актуально и для рунета, думайте, **прокладывайте параллели**. Часть материала, конечно, будет не всегда понятна, ибо мы не погружены в буржунет настолько, сколько читатели этой статьи в оригинале.

### 101 метод покупки ссылок

1. Покупайте ссылки с блогов (без [nofollow](#)), которые имеют твиттер и анонсируют там посты.
2. Платите за размещение ссылки в профилях веб разработчиков и дизайнеров (или профессионалов в нужной теме).
3. Платите за размещение ссылок на часть вашего контента — это гораздо эффективнее, чем просто ссылка на страницу "сделать заказ" или "купить".
4. Платите за размещение ссылок на раскрученных Твитах или StumbleUpon так, чтобы это выглядело как можно натуральнее.
5. Маскируйте вашу ссылку под [AdSense](#). AdSense вездесущ, поэтому еще один блок с рекламой будет выглядеть как и все.
6. Маскируйте ссылку под рекламу сети СРМ, тут необходим редирект. Обычный — 302, а тут нужно [использовать 301](#).

7. Можете нанять кого-нибудь для написания бесплатного шаблона для Вордпресс и поставить там свою авторскую ссылку. Не путайте с ссылкой в футере "designed by..." (разработано...).
8. Покупайте ссылки в сетях сайтов: не важно список ли это сайтов, блоггеров, постов в блогах и т. д. Здесь существует огромное количество вариантов.
9. Покупайте ссылки на популярных постах блогов, которые популярны среди вебмастеров.
10. Платите за добавление ссылки в виджет "Recent Blog Posts" (последние записи).
11. Участие в медиа сетях.
12. Купите членство в торгово-промышленной ассоциации. К примеру в "торговой палате" или в "СЕМРО" (организация фирм SEO индустрии).
13. Заплатите за упоминание о вас в новой новостной статье. Поступите как опытный специалист, связавшись с журналистом... в отличие от вашего скупого конкурента (который рано или поздно сделает это тоже).
14. Создавайте покупную ссылочную массу с помощью "[meme](#)".
15. Если вы ведете комьюнити или агрегатор (сайт, который собирает информацию о сайтах), вы можете подумать о ссылках в категориях блогов или тэгах постов. Подумайте о Technorati.com
16. Покупайте текстовые ссылки в рекламных объявлениях, где это позволено.
17. Занимайтесь [благотворительностью](#) (желательно не ради ссылок 😊).
18. Выкупайте уже [индексированный контент](#) на сайтах и ставьте редирект.
19. Сделайте [кому-нибудь подарок](#).
20. Купите ссылку [в подписях на форуме](#). А лучше 100, т. к. они все-равно продаются пачками 😊.
21. Купите ссылку в категориях сайта друга (если конечно все ваши друзья не работают в одной нише).
22. Купите спонсорскую ссылку в верхней части какого-либо журнала.
23. Заплатите блоггерам, которые работают у вас, за размещение баннера или тизера с ссылкой на ваш сайт.
24. На все праздники посылайте вебмастерам поздравления. Один паркинг, с которым я работал делал это, чем постоянно напоминал о себе. Небольшие действия будут работать на вас долго.
25. Платите за интервью: один на один с блоггером, как пример.
26. Заплатите вашим блоггерам за проведение и публикацию интервью взятых у других вебмастеров, которые потом в свою очередь сошлются на это интервью со словами "Эй! [Смотрите!](#) Мое [интервью тут](#)".
27. Разошлите предложения о размещении бэклинка вашим поставщикам (партнерам по бизнесу).
28. Предложите скидку вашим клиентам, если те разместят ссылку на их сайте.
29. Покупайте ссылки, ведущие на ваши бесплатные документы, например договоров и т. д.
30. Покупайте ссылки со страниц "Partners" (Наши партнеры) - речь идет не о линкопомойках, а о [нормальных страницах](#).
31. Покупайте партнерские ссылки.
32. Покупайте поддельные партнерские ссылки, которые на самом деле только название с 301 редиректом. Или те, которые изменяются плагином Вордпресс...
33. Вы можете скомбинировать 31 и 32 методы для покупки набора ссылок с каждого блога. 7000 блогов используют плагин "[Internal Link Building](#)", в большинстве случаев он автоматически перелинковывает продукты, описанные на блоге. Всякое упоминание о продукте на блоге превращается в ссылку. Заставьте поставить ссылку на вас в этот плагин.
34. Чтобы все выглядело более правдоподобно можно сделать редирект через [реально существующую директорию](#) на ваш сайт.
35. Платите людям за установку вашего виджета. Как насчет того, что будет написано: "Лучший в мире SEOшник выпил с нами на [SEO конференции](#), что подняло наш рейтинг". Кроме этого, у них вырастет конверсия трафика.
36. Купите рекламный трюк. К примеру, реплика [Криса Шермана](#) о макаронах и сыре в вашу пользу.
37. Покупайте ссылки в тех разделах из 1999-х годов типа "Мои любимые ссылки" или "Друзья сайта" и т.д. Это что-то похожее на список сайтов на блоге, но тут вы добавлены на очень интересную страницу, это будет выглядеть гораздо лучше размещения на новой странице.
38. Покупайте ссылки взаимного обмена.
39. Платите людям, чтобы те использовали ваши качественные рисунки, с ссылкой на ваш сайт. Для этого вам нужно будет создать несколько качественных картинок.

40. Прикупите несколько уникальных фотографий для их дальнейшего распространения с ссылкой на ваш сайт.
41. Повторение тактик 39 и 40 при помощи видео, аудио, слайд шоу, web-вещание или флэш вставки.
42. Покупайте что-нибудь для людей, которые в знак благодарности могут разместить ссылку.
43. Приберите к рукам плагины Вордпресс не имеющие или заброшенные своими авторами для дальнейшего обновления.
44. Спонсируйте web-трансляции или другие обучающие курсы онлайн.
45. Создайте что-нибудь необычное, а затем наймите постеров по форумам этой ниши, чтобы те привлекали к вам внимание следующими опросами: "А вы видели что-нибудь подобное?" и т. д. Чем больше последует комментариев — тем лучше. Вы конечно можете это делать сами, регистрацией нескольких аккаунтов, но тут вас уличат в спаме.
46. На сайтах типа [вопрос-ответ](#), авторитетные пользователи могут узнать мнение у аудитории о вашем сайте. Платите таким пользователям за ответы с использованием ссылок на внутренние страницы сайта. Смешивая вашу ссылку с ссылками на другие рассматриваемые сайты, выглядит более естественно и вас не уличат в спаме в пользу какого-то сайта. Это позволяет ссылкам долго держаться в таких постах. Бонус от этого — такие страницы быстро индексируются.
47. Покупные ссылки могут быть хорошим дополнением к уже существующим ссылкам, что снизит риски. Допустим, вы получите естественный бэклинк с сайта. А почему бы вам не нанять членов этого сайта для внутреннего продвижения этой страницы, на которой есть естественный бэклинк на ваш сайт?
48. Покупайте трафик, ссылки на ваше видео в Youtube. Google никак не зафильтрует Youtube. А в поисковой выдаче от Youtube появляется от двух до четырех видео страниц.
49. Покупайте ссылки с Google Places, Kno1 или профильных страниц.
50. Сделайте пожертвование в \$1 миллион долларов в пользу [McGill's Law Faculty](#). Расслабьтесь, я шучу. Чек уйдет вебмастеру сайта McGill Law.
51. Сделайте вложение в местное событие, праздник и т.д. (работает и для рунета, получают естественные ссылки с сайтов гос органов 😊 и различных региональных СМИ).
52. Купите интерактивную рекламу с заключенными ссылками (пусть даже если никак не влияют на SEO).
53. Купите ссылки для ваших конкурентов там, где вы их покупаете для себя. Но ссылку укажите на не существующий объект или страницу без редиректа этого сайта. Изначально, это будет выглядеть как обычная ссылка на один из сайтов ниши. Позднее, ссылку возможно удалят, т. к. она не рабочая. Идея заключается в том, чтобы сделать ошибку в написании фирмы и не существующая ссылка испортит репутацию.
54. Покупайте ссылки в плагине "related posts" (похожие записи).
55. Попросите блоггеров у которых вы покупаете ссылки в плагине "related posts", чтобы они там разместили ссылки на не конкурентные блоги. т. к. если ваша ссылка в плагине одна — можно быть уличенным в покупке ссылок. Это как листва, которая скрывает землю...
56. Разместите ссылку на одном из тех второстепенных сайтов из выкупленного вами места в плагине "related posts", чтобы ваши конкуренты не смогли обвинить вас в покупке ссылок.
57. Покупайте такие текстовые ссылки, которые помогут сделать ваш брэнд известным в своей нише. Если ваш брэнд станет известным до того, как попадет в бан, считайте, что вы счастливчик.
58. Покупайте рекламу, так чтобы это было в виде освещения новостей, последних событий и т. д.
59. Купите место на показе, популярном твите, просто каком-нибудь собрании.
60. Воспользуйтесь социальными сетями (например [Tsummer](#)) для поиска площадок для размещения ссылок.
61. Покупайте ссылки на ваши твитт записи. Тут нет риска чрезмерной покупки ссылок, т. к. пост на Твиттере, где расположен текст с вашего сайта с ссылкой на него, хорошо ранжируется в Google.
62. Покупайте [негативные обзоры](#) или жалобы на ваш сайт с ссылкой на него. Это лучше делать на малоизвестных блогах для разбавления общей ссылочной массы.
63. Создайте комьюнити и покупайте ссылки в профилях. (А если вы ведете комьюнити вы можете пересмотреть всех пользователей с именами такого плана как "Купить Виагру"...).
64. Для продвижения комьюнити покупайте голоса. Это хороший способ засветить ваш логотип.

65. В гипер-конкурентных нишах с запросами как "блог" + ваше ключевое слово может наткнуться на конкурентов. Если вы работаете на SEO сайт, посмотрите на статистику. Это поможет вам найти оригинальный текст, не написанный под SEO.
66. Напишите статью и заплатите людям за ее обсуждение.
67. Купите ссылку в rss записях блога, который наполняется автоматически.
68. Возможен вариант покупки ссылок в топе комментаторов, но это будет очень дорого стоить.
69. Заплатите за то, чтобы ваша ссылка была поставлена в dofollow в модерлируемых комментариях блогов.
70. Купите ссылки в приоритетных новостных релизах крупных организаций. Это основано на идее покупки ссылок в важных новостях.
71. Представьте "вкусные новости" и платите людям за их интенсивное обсуждение. Смотри №32.
72. Покупайте добавление в [CSS галерею](#). Такие галереи показывают интересные сайты с точки зрения оформления.
73. Подкупайте людей на различных конференциях (возможно подмазаться к человеку за обедом, купив что-нибудь вкусненькое).
74. Выявляйте риски продажи ссылок. При этом заплатите за риск и ваши ссылки не будут стоять в nofollow, для смягчения этого риска.
75. Продавайте вещи на eBay и предлагайте благотворительную помощь. Многие сошлутся как на eBay так и на вас с упоминанием о благотворительности.
76. Покупайте большинство ссылок [без оптимизированного текстового анкера](#), т. к. большинство естественных ссылок — это название вашего сайта без какой либо оптимизации. Если вы не хотите быть уличенным в покупке ссылок вам нужно делать тоже самое.
77. Обратите внимание на вашу нишу, покупайте ссылки на тех ресурсах, где есть ссылки ваших конкурентов. Если у вас есть сайт с софтом, создайте бесплатные версии и распространите по сайтам, распространяющим бесплатный софт. Это даст вам не плохой трафик.
78. Никогда не указывайте ваш сайт в email или сообщениях. Это все неоправданные риски. Это в некоторых случаях может быть наруку вашим конкурентам.
79. Покупайте ссылки — приманки. Это когда пост расхваливает других вебмастеров в надежде, что они оставят ссылку на вас. Самый простой пример — пост о топ 100 блоггерах... Можно писать комментарии с комплиментами и т. д. А так же купите ссылки с такими словами как "Джон прокомментировал этот топик тоже и предложил кучу идей по блогосфере". Этот комплимент будет служить приманкой.
80. Создавайте контент так, чтобы проплаченные ссылки, ведущие на него стоили того: уберите раздражающую рекламу, проверьте грамматику, используйте качественную графику...
81. Покупайте ссылки, нацеленные на определенную демографическую группу. Не секрет, что каждый сайт имеет свою аудиторию. Так почему бы не купить ссылки строго тематические?
82. Пользуйтесь традиционной контекстной рекламой. Это поможет вам выявить релевантные сайты и потом напрямую связаться с ними.
83. Платите редакторам [Википедии](#) за защиту ваших статей с ссылками в Википедии. Это работает как "богатый становится еще богаче".
84. Наймите публициста или журналиста. Грамотно составленный пресс релиз или интервью дают отличный результат и окупают вложенные средства.
85. Поощряйте сотрудников на привлечение семьи в распространении ссылок. Создайте контекст распространяемый в компании для отслеживания их работы. И вы увидите эффективно это работает или нет...
86. Покупайте ссылки на страницах работников других компаний: "Джоана делает исследования, опираясь на показания вашего сайта".
87. Создайте фиктивных, заслуживающих внимания пользователей блогов, форумов с ключевым словом в имени. Такие экзотические, возможно не обычные слова как "холодильник" и т. д.
88. Найдите сезонных партнеров, связанных с вашей нишей. Допустим в предновогодние месяцы популярны производители сладостей, костюмов и т. д., соответственно их сайты имеют не малую аудиторию.
89. Будьте профессионалом. Или по меньшей мере знайте [такого человека](#).
90. Купите ссылки на SEJ ([Search Engine Journal](#)) в посте о том, как покупать ссылки... Шучу, клянусь ;D
91. А где же еще 10 советов? - объединил в другие пункты, чтобы не размазывать 😊

## Подводим итоги:

Этим постом я показал, как с помощью денег добиться получения "практически" естественных ссылок (или которые выглядят естественно).

Вы можете честно добиться бэклинков, купить их либо совместить и то и другое. Вы можете просто иметь отличные отношения с блоггерами, редакторами Википедии и т. д. Или вы можете заплатить им. Ведь результат один и тот же.

Если команда вебмастеров работает над получением ссылочной массы и делает это качественно, то невозможно отличить заплатили они или получили ссылку бесплатно. Bing и Yahoo очень чувствительны к качественным ссылкам и исключают старые, не нужные, либо которые выглядят как спам.

**Гэбом Голденбергом (Gab Goldenberg)** - я предлагаю использовать те методы покупки ссылок которые:

- имеют минимальные риски
- передают ссылкам вес
- стоят потраченных денег повышая ранжирование сайта, трафик и узнаваемость сайта.

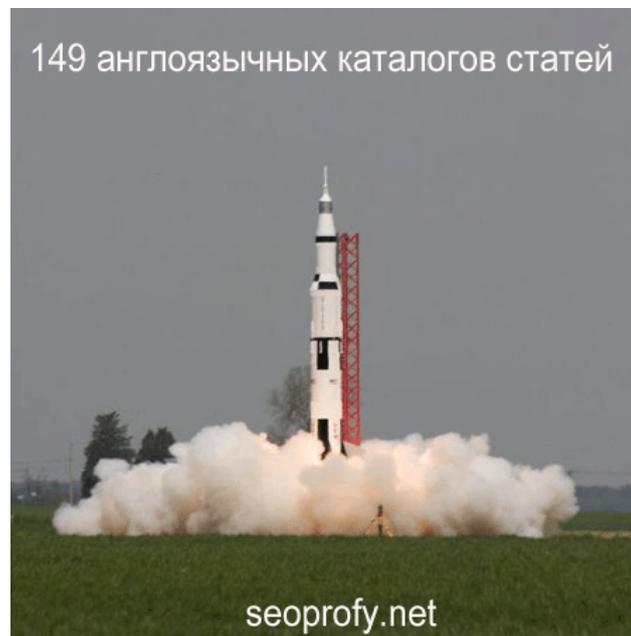
Источник: [101 Advanced Tips For The Next Time You Buy Text Link Ads](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## 149 англоязычных каталогов статей

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

Я уже раньше бросал список на [99 англоязычных каталогов статей](#), так вот этот пост продолжение, предлагаю к вашему вниманию 149 каталогов статей для продвижения сайта в англоязычном сегменте. Данный список является лишь 1/9 частью всех каталогов статей для сабмита что есть в базе. Урлы каталогов статей в алфавитном порядке, выборку по Page Rank и Alexa не делал, но почти все каталоги являются трастовыми и будут в любом случае полезны для сабмита.



**Итак поехали:**

1. articlesbase.com
2. articlecity.com
3. articlepool.com
4. articlealley.com
5. articlesnatch.com
6. articletrader.com
7. articletrader.com
8. deoracle.org
9. article99.com
10. articlesmagazine.com
11. biz-whiz.com
12. easyarticles.com
13. goarticles.com
14. httparticles.com
15. articlecompilation.com
16. carolinaarticles.com
17. tradelikethepros.com
18. oneunites.com
19. articles.atwshop.com
20. articles.nillus.com
21. adsflick.com
22. articlems.com
23. wikirole.com
24. piyy.com
25. 1888articles.com
26. acmearticles.com
27. amazines.com
28. articlebeach.com
29. articleblotter.com
30. articleco.com
31. articlefeeder.com
32. articleinfo.org
33. articlemanual.com
34. articlepros.com
35. articler.com
36. chinamaze.com
37. financemanual.com
38. theegarage.com
39. ideamarketers.com
40. marketingarticlelibrary.com
41. thecontentcorner.com
42. thehealthmanual.com
43. travelarticlelibrary.com
44. wellnessarticlelibrary.com
45. articlefair.com
46. bettergolfarticles.com
47. california-wine-articles.com
48. leadershiparticles.net
49. parentingarticlelibrary.com
50. retirementlivingarticledirectory.com
51. articleviral.com
52. articledestination.com
53. newagelivingarticles.com

54. hobbyarticledirectory.com
55. series-of-articles.com
56. articlesatoz.com
57. articlekingpro.com
58. articlear.com
59. h2ogoes.com
60. edarticle.com
61. marabe7.com
62. depositarticles.com
63. kawarthapublishing.com
64. newarticleseek.com
65. published-articles.com
66. internet-marketing-cafe.com
67. newezinearticles.com
68. realestateproarticles.com
69. uniquearticles.info
70. ebusiness-articles.com
71. accelant.com
72. cybershimla.com
73. artiklid.eu
74. aarrerunot.com
75. keywordarticles.org
76. articlelayout.com
77. infogalerija.com
78. suparticles.com
79. deazam.co.cc
80. articlemsskins.net
81. refer-me.com
82. play-it-forward.org
83. free-articles-directory-submission.co.cc/
84. www.saska-fitness.pl/
85. saska-fitness.pl/
86. owdir.com
87. articleside.com
88. 123articleonline.com
89. ad-matrix.net
90. article-mania.com
91. articlecell.com
92. articledepot.co.uk
93. articletrunk.com
94. articlesonlove.com
95. aword2thewise.com
96. ezine-articles.co.uk
97. freelance-articles.com
98. liberated-press-releases.com
99. neoarticle.com
100. articlenorth.com
101. articles.narrowisthepath.com
102. articles4reprint.com
103. notepad.in
104. recipes-indian.com
105. writerspenarticledirectory.com
106. articlefire.com
107. articles-galore.com
108. articlexplore.com

109. tss-articles.com
110. deeparticles.com
111. mommy-articles.com
112. articles4sites.com
113. articles2use.com
114. greeneartharticles.com
115. beautifulplussizes.info
116. articleknowledgebase.com
117. articlechair.com
118. stepsit.com
119. contentcaboodle.com
120. thinkgreenarticles.com
121. thearticlehub.com
122. askarticles.com
123. artikelpuljen.dk
124. postyourarticle.nztip.com
125. mzonearticles.com
126. smartfindsdirectory.com
127. urarticles.com
128. qualityfreearticles.com
129. ezinner.com
130. tihson.com
131. all-health-dir.com
132. articlesmart.org
133. zingarticles.com
134. itsoneworld.com
135. submittedarticle.com
136. electrictext.com
137. ezine-articles.co.uk
138. jalu-publishing.com
139. forexsubject.com
140. articlecatalog.info
141. articleseek.org
142. freebiztopics.com
143. article-hut.com
144. theonlinearticleplace.com
145. articleshut.com
146. article-trader.com
147. freearticledirectory.co.uk
148. auctionezone.com
149. articlelookup.com

Правила для сабмита в каталоги статей разные, нужно читать и не нарушать их что бы добавить статью. Если вы откроете первый в списке сайт [articlesbase.com](http://articlesbase.com) то сюда нужно попасть в первую очередь, так как его [PR](#) 6 и Alexa Rank 340 что есть ну очень круто.

## Как я увеличил посещаемость этого блога с 350 до 1000 человек

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Да, не думал я, что выход 4 части этой статьи будет через 4 месяца после достижения цели 😊 Вы можете прочитать [первую](#), [вторую](#) и [третью](#) части. Ну что же, приступим. Сейчас залезу на трибуну 😊



Мотивация - это сила. Это такая сила, которая дает невероятную работоспособность. Я бы сказал, что мотивация - это ракетное топливо для любого дела, в том числе блоггинга. Достижение любой цели идет более успешно, когда оно основывается на мотивации. Без мотивации все намного труднее дается.

Можно строить множество планов, придумывать идеи новых интернет проектов, представлять себя владельцем прибыльных сайтов в многотысячной посещаемостью, почивающим на лаврах... Но большинству планов не суждено сбыться по одной простой причине - отсутствие мотивации. Без должной мотивации через какое-то время человеку становится неинтересно начатое дело, и он начинает придумывать разные отговорки, лишь бы им не заниматься.

У каждого свои методы мотивации. Расскажу о своих способах мотивации применительно к продвижению сайтов. Сначала немного предыстории.

Одним мартовским утром мне в голову пришла идея о том, чтобы [до 1 июня достичь 1000 посетителей](#). Оставалось 10 недель, и в тот момент посещаемость на блоге была 350 человек в сутки. Поначалу я усомнился в реальности такой цели. Но потом в течение дня я все взвесил и пришел к выводу, что достижение этой цели вполне реально.

Положительными моментами был мой опыт увеличения посещаемости моего сайта по [Fotoshony](#), знание принципов работы поисковиков, наличие свободного времени (я мог посвящать сайту полностью все выходные и по несколько часов каждый вечер после работы), опыт успешного использования зарубежных социальных сетей в плане посещаемости, а также социальных закладок.

Таке положительным моментом был сам сезон - конец марта - апрель - май, когда большинство интернет пользователей активно пользуется интернетом. Летом многие уезжают в отпуск, поэтому наблюдается естественное уменьшение трафика на большинстве сайтов.

Отрицательными моментами была сама величина - за короткий срок нужно было увеличить среднюю посещаемость на 650 человек в сутки (легальными способами и практически без денежных вложений, так как я не собирался вкладывать в продвижение больше сотни долларов. В итоге я потратил 60 долларов на [Блогуне](#), и это дало необходимый эффект).

К отрицательным моментам можно было отнести непредсказуемость поисковых систем (нет гарантии, что не будет введен новый алгоритм, и посещаемость с поисковиков упадет), а также трудность правильного выбора тем для постов - никогда не знаешь, какой именно пост вызовет настоящий интерес у посетителей. Времени писать неинтересные материалы у меня не было, нужно было получать максимум эффекта от каждого поста.

Для поддержания мотивации я использовал следующие методы.

### **Публичное заявление о своей цели**

Это, пожалуй, самое эффективное средство, которое я использовал для поддержания мотивации. Когда я написал о своей цели на этом блоге, то в тот же день получил небывалое по тому времени количество комментариев от других блоггеров со словами поддержки. Это было здорово. Одновременно я понимал, что остается либо достичь цели, либо...

Впрочем, с этого момента второго пункта для меня не было. Появился, как я его называю, "глаз тигра". Это такой уровень мотивации, причем постоянной, с которой можно достичь всего. Появилась такая трудоспособность, что я был готов работать над блогом круглыми сутками. Я был готов проснуться среди ночи и работать до утра. Как будто обычную батарейку заменили на мощный аккумулятор Energizer, который еще сам постоянно заряжается.

Публичное заявление о цели - классная вещь. Вы сжигаете все мосты, образно говоря. Остаются два варианта развития событий - либо вы достигаете цели, либо не достигаете. Появляется спортивный азарт. К тому же статистика моего блога открыта, и все желающие могли следить за ходом развития событий. Это служило дополнительной мотивацией.

### **Открытая статистика блога**

Открытая статистика этого блога также подпитывала мою мотивацию. Когда знаешь, что посетители могут смотреть в деталях за каждым твоим шагом, успехом или неудачей в увеличении посещаемости, это здорово стимулирует. Они могут смотреть, по каким поисковым запросам приходят на мой блог, с каких поисковиков и сайтов приходят посетители, столько в среднем просматривают страниц, как меняется средняя посещаемость и многое другое.

### **Просмотр популярных сайтов для мотивации**

Посещение интересных сайтов и блогов по интересам отлично повышают мотивацию. В плане увеличения посещаемости и качества контента для меня всегда был идеалом блог для вебмастеров [Smashingmagazine.com](#). Его авторы Виталий Фридман и Свен Леннартц создали блог поистине мирового уровня и задали новый стандарт качества материалов. Изучая объем и полноту изложения любого материала, понимаешь, сколько надо работать, чтобы полностью раскрыть тот или иной вопрос.

В плане трудолюбия ориентир для меня - мой знакомый американский вебдизайнер [Стивен Снелль](#), который давал для блога shakin.ru [интервью](#). Кстати, Стивен сейчас пишет замечательные гостевые посты для Smashingmagazine. По их качеству и объему Вы можете понять, какой это трудолюбивый человек.

Посещая эти и многие другие сайты, я быстро увеличивал свою мотивацию до максимального уровня, если он вдруг начинал снижаться.

### **Вера в свои силы**

Период достижения цели был одновременно трудным и интересным временем. Для того, чтобы поверить в свои силы, я действовал по знакомой мне из спорта системе самомотивации. Суть ее в том, чтобы сначала самому поверить в свою цель, а затем сконцентрировать все свои силы, знания и умения на ее достижении.

Если вы сами не верите в свой успех в каком-то деле, то и никто не поверит. И наоборот, как только вы по-настоящему поверите в свои силы, все окружающие также поверят. Звучит просто, но это так.

### Хорошее настроение

Если вы расстроены или обеспокоены чем-то, то не сможете полностью отдавать себя какому-либо делу. Я старался не обращать внимания на разные мелочи, чтобы сохранять хорошее настроение. Конечно, есть вещи, от которых никак не получится отстраниться и придется волноваться и переживать. Но есть масса мелочей, которые нас раздражают и сбивают настрой.

Для создания хорошего настроения можно слушать любимую музыку, покупать себе приятные мелочи и многое другое. Тут у каждого свой арсенал методов.

Даже хорошая [заставка на рабочий стол](#) может дополнительно мотивировать, я активно использовал красивые заставки.

В целом резюме такое - добиться можно всего, нужно только верить в свои силы и много работать. Чего вам и желаю.

## Как из одной статьи сделать тысячи

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Продвижение сайтов статьями становится все более популярным. Ссылки в статьях выглядят более естественно, так как они окружены текстом. Зачастую есть возможность задать свои метатеги title, keywords и description для страницы со статьей (при обмене статьями, платном ручном размещении статей или при работе с биржами статей), что дает гораздо больше преимуществ по сравнению с обычной ссылкой.



Одним из проблематичных моментов при продвижении сайтов статьями является то, что публикация одного варианта статьи даст гораздо меньший эффект, нежели публикация нескольких сотен вариантов

этой статьи. Поисковики просто склеят одинаковые варианты статьи и будут считать, что разные сайты просто скопировали одну статью. В итоге эффект от публикации будет таким же, как и от одной статьи.

Уникальность самой статьи является очень важным моментом. Толку от публикации чужой скопированной статьи не будет.

В этой статье я подробно расскажу о методике создания уникальных статей и о том, как из одной статьи сделать тысячи.

Нам потребуется:

1. Программа [SEO Anchor Generator](#)
2. Word (для проверки на опечатки и ошибки)

Итак, нам надо написать уникальную статью. Если у вас с этим нет проблем, то этот пункт пропускаете и переходите к следующему. Если написание статей дается вам нелегко, то читаем.

Написание уникальной статьи с нуля может занять много времени и усилий, особенно если делать это нечасто. Поступаем следующим образом: находим статью по нужной тематике и полностью переделываем ее. Полный рерайт, так сказать.

Для поиска статей вводим в поисковике запрос вида *статья стройматериалы, турция отели обзор, кондиционеры статья* и т.д. Соберите несколько статей по своей тематике и выберите из них одну-две наиболее подходящие.

Теперь полностью переписываем статью (полный рерайт). Можно и лучше заменять не только отдельные слова, но и фразы и предложения, а также менять местами/удалять/дописывать абзацы. При этом пользуйтесь синонимами слов из своего словарного запаса (быстрее всего), либо подсказками в ворде или скачайте базу синонимов с интернета.

Готовый вариант статьи внимательно проверьте на предмет опечаток или ошибок (можно в ворде). Статья должна иметь логическую структуру и быть читабельной. После этого оптимизируйте текст под нужное ключевое слово и поставьте 2-3 ссылки с ключевиками в текст статьи (о том, как это сделать, в интернете есть масса материалов, поэтому на этом останавливаться не буду).

Ссылок можно и больше, но я использую 2-3. Несколько раз проводил эксперименты и пришел к выводу, что это количество ссылок с теле статьи оптимально для ссылочного ранжирования.

Ссылки ставьте либо на главную продвигаемого сайта, либо на внутренние страницы, в зависимости от того, какого эффекта хотите добиться.

Теперь нужно удостовериться, что получившаяся статья полностью уникальна. Для этого идем на [antiplagiat.ru](#), проходим по ссылке “Проверить текст” и вставляем нашу статью в форму. Если получившийся отчет показывает 100% уникальность, то все ок, если нет - дорабатываем нужный кусок текста. Для того, чтобы полностью убедиться, что статья уникальная, можете выборочно проверить предложения из статьи в поисковиках, поместив их в кавычки. Есть еще англоязычный сервис [soruscare.com](#), но там нужно вводить адрес страницы с текстом.

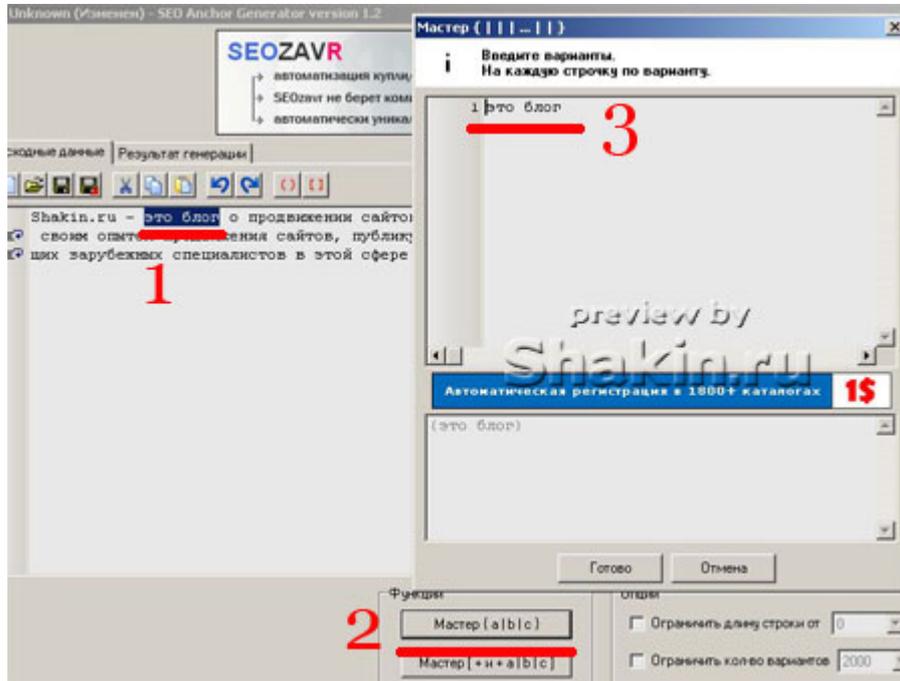
Переходим к размножению нашей статьи. Для этого открываем полезную программу [SEO Anchor Generator](#), открываем вкладку “Исходные данные”, удаляем текст, который там по умолчанию и вставляем нашу статью. Если вы никогда не пользовались этой программой, рекомендую немного почитать советы по работе с программой на сайте разработчика, чтобы иметь представление о том, как это работает.

В качестве примера я составил небольшой текст:

*Shakin.ru - это блог о продвижении сайтов и веб-дизайне. Этот сайт работает на движке Wordpress.*

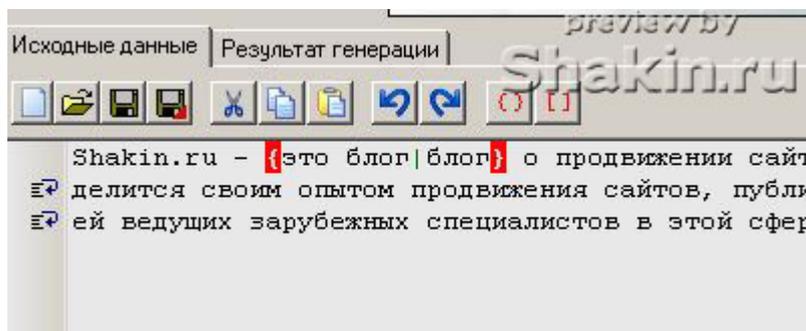
На нем Глобатор делится своим опытом продвижения сайтов, публикует сайт-шоу со скриншотами красивых сайтов, а также делает переводы статей ведущих зарубежных специалистов в этой сфере.

Первый кусочек, который я изменю, будет “это блог”. Выделяем его мышкой и нажимаем волшебную кнопку “Мастер {a|b|c}”. Появится окно, в котором мы увидим выделенные слова. Ставим курсор после этих слов и ждем Enter, чтобы спуститься на строчку ниже. Каждое новое слово или фраза, которые мы будем добавлять, должно находиться в новой строчке в окне этого мастера.



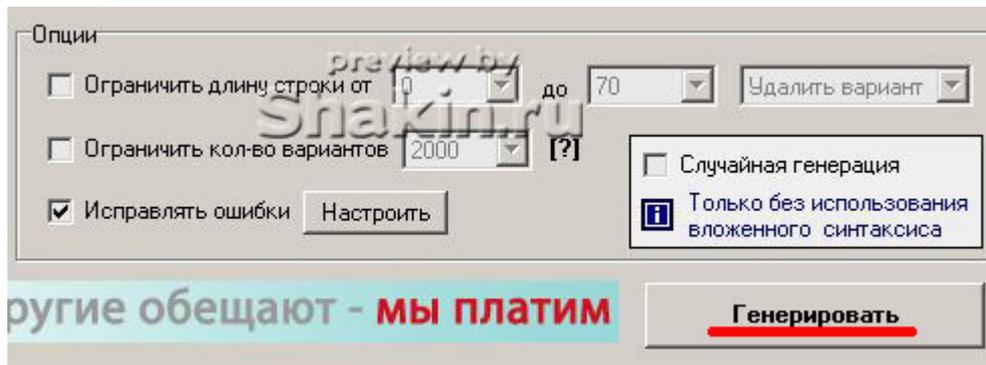
В новой строке пишем аналогичную фразу с использованием синонимов, которые пришли на ум. При этом важно, чтобы при добавлении новой фразы смысл предложения не менялся. Я напишу просто “блог”. Можно вводить много вариантов таких фраз типа “ресурс”, “интересный сайт”, “полезный блог” и т.д. Я на практике убедился, что достаточно к каждому слову или фразе добавить один вариант, чтобы на выходе получить несколько тысяч вариантов статьи. Поэтому на составление множества синонимов для каждого слова тратить время не советую.

Ждем “Готово”. В тексте нашей статьи появились вот такие красные фигурные скобки:

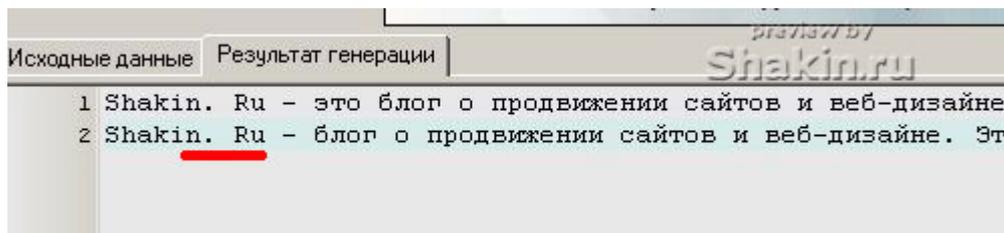


Все слова, которые находятся внутри скобок и разделены знаком “|”, будут перемешаны при генерации вариантов статьи, и для каждого варианта будет взято по одному слову.

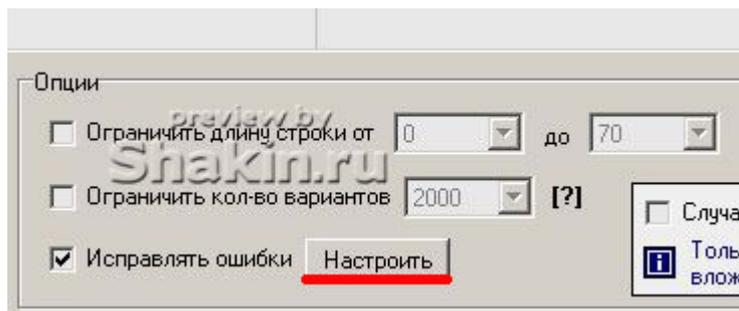
Чтобы увидеть, как это работает, нажмите кнопку “Генерировать”.



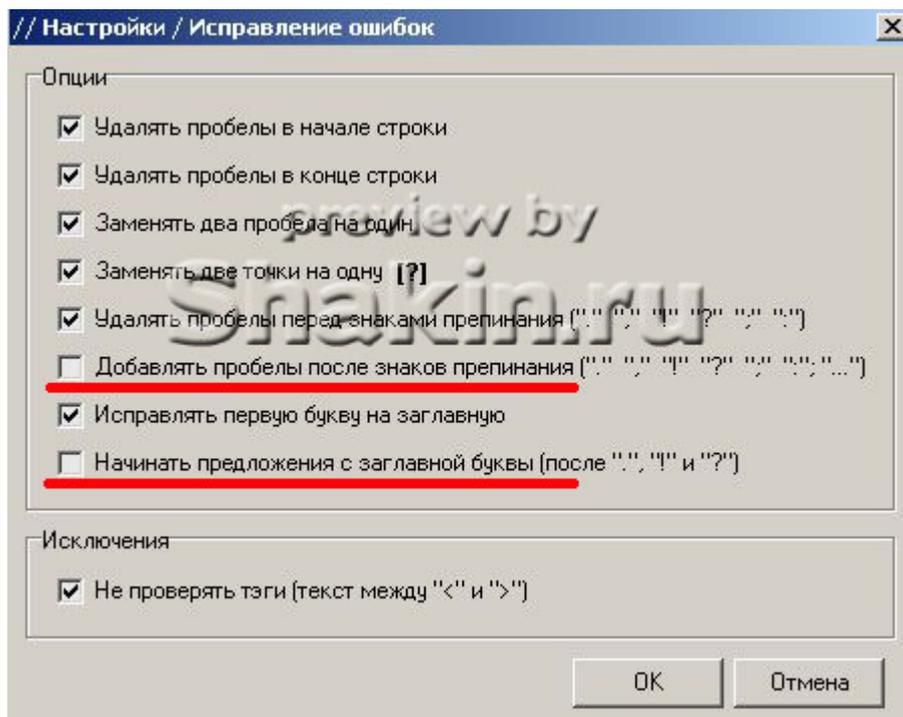
Получилось два варианта статьи. По умолчанию в программе стоят такие настройки, что при генерации получается пробел после точки и следующая буква начинается с большой буквы. Вы можете увидеть это на скрине:



Чтобы исправить это, идем обратно в закладку "Исходные данные" и заходим в "Опции - Настроить".

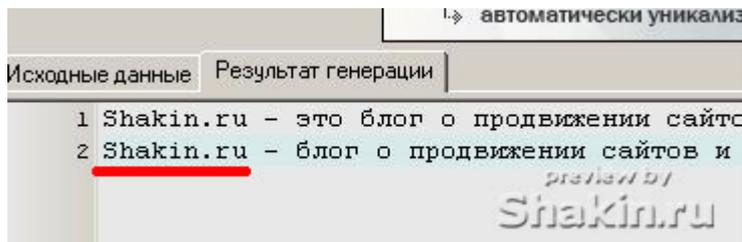


Убираем галочки в нужных пунктах, ждем "Ок" и снова "Генерировать".

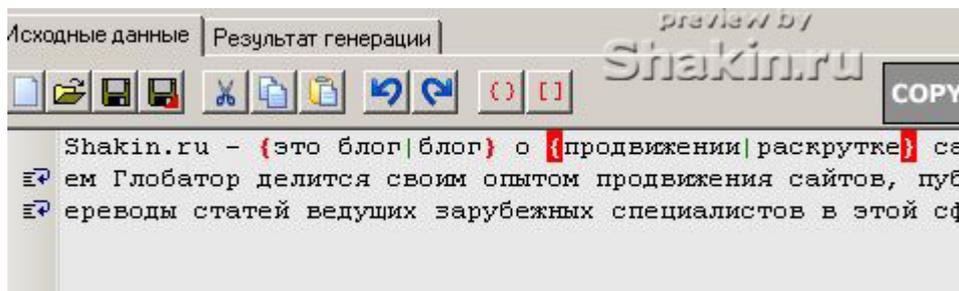


Можно вообще убрать галочку “Опции - Исправлять ошибки”, но потом полученные варианты статьи нужно тщательно проверить на опечатки и ошибки.

Теперь все нормально:

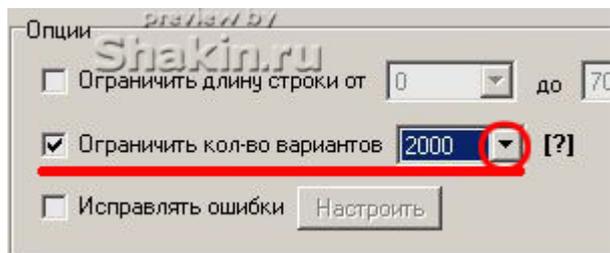


Таким же образом подбираем следующую фразу или слово. Я выбрал слово “продвижении” и добавил “раскрутке”:

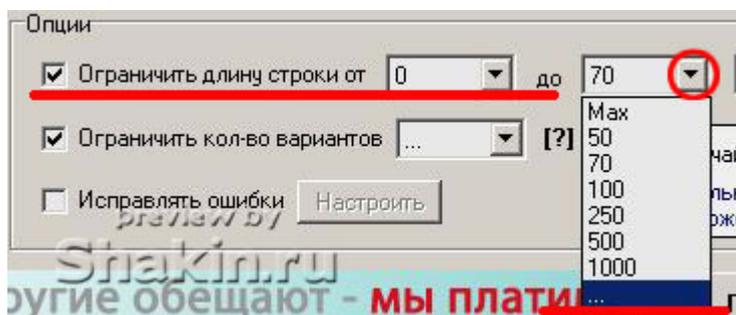


Аналогично заменяем все подходящие слова или фразы. Вот что у меня получилось:  
*Shakin.ru - {это блог|блог} о {продвижении|раскрутке} {сайтов|веб-сайтов} и веб-дизайне. {Этот сайт работает на движке Wordpress|Этот блог работает на платформе Wordpress}. На нем {Глобатор|автор} {делится своим опытом продвижения сайтов/пишет статьи о раскрутке сайтов}, публикует {сайт-шоу со скриншотами красивых сайтов/обзоры красивых сайтов со скриншотами}{, а также делает переводы статей/и переводит статьи} ведущих {зарубежных/мировых} {специалистов в этой сфере|блоггеров}.*

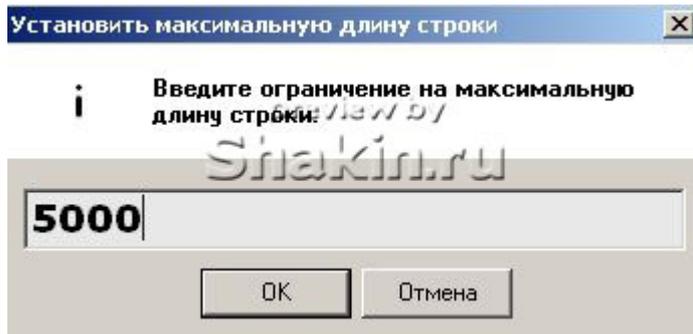
Из моего образца текста (я называю это формулой для генерации) получилось 1024 варианта. Из обычной статьи в 2000-5000 знаков получается несколько десятков тысяч вариантов. Такое количество статей попросту не требуется, поэтому рекомендую ограничить число генерируемых вариантов в программе:



Можно еще ограничивать минимальное и максимальное количество символов при генерации. Для этого ставим галочку “Ограничить длину строки” и в выпадающем меню выбираем многоточие:



И выставляем нужное количество символов (для примера я взял 5000):



После генерации советую сохранять не только полученные варианты статьи, но и получившуюся формулу для генерации. Меня это много раз выручало.

Этих приемов достаточно, чтобы генерировать тысячи статей. Эта методика также подходит для генерации названий и описаний сайтов для регистрации в каталогах.

## Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Это заключительная часть цикла статей **Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год**. Вы можете ознакомиться с [первой](#) и [второй](#) частями.



**Как увеличить  
посещаемость  
с 0 до 3600 посетителей  
в сутки за 1 год  
- часть третья** Shakin.ru

Далее я рассмотрю оставшиеся методы продвижения сайта и увеличения посещаемости, которые я использовал для своего сайта [Уроку Photoshop на globator.net](#), чтобы увеличить посещаемость до 3600 посетителей в сутки за 1 год.

## Форум

Форум - прекрасное средство увеличения посещаемости. На форуме посетители сайта могут общаться между собой и задавать интересующие их вопросы.

Форум эффективно служит для формирования целевой аудитории сайта, так называемого активного ядра посетителей. Это особенно важно для тематических сайтов.

Хватит общих фраз, преимущества форума вы и так знаете. 😊 Далее расскажу о том, что и как я сделал, чтобы организовать и развить форум для увеличения посещаемости.

В декабре 2006 года назрела необходимость создания форума на сайте. Посетители в гостевой книге активно об этом просили. Посещаемость сайта к тому моменту составляла около 2000 посетителей в сутки (сам сайт globator.com появился 31 марта 2006 года).

Я начал собирать информацию о форумных движках. Остановился на 3 движках - [phpBB](#), [Invision Power Board](#) и [VBulletin](#). В итоге выбрал бесплатный phpBB. Подробно на описании возможностей форумных движков останавливаться сейчас не буду. Если такая информация интересует, то отпишите в комментариях, и я напишу подробную статью на эту тему.

Затем перешел на другой тариф хостинга (мой начальный тариф был без поддержки PHP и MySQL). Немного помучился с установкой и изучением phpBB на локальном компьютере, а затем установил его на сервер (я не программист, поэтому далось это не сразу).

Итак, форум был готов к приему посетителей. Скажу сразу, что у моего форума был большой плюс на старте - на сайте было около 2000 посетителей в сутки. Мне достаточно было поставить ссылку на форум на видном месте в меню сайта, и посетители начали с первых дней форума активно на нем общаться.

Мне даже не пришлось создавать фантомов (клонов самого себя), чтобы имитировать беседу людей на форуме. Хотя фантомы - очень распространенный метод по первоначальному развитию форума. Админ создает с десятков аккаунтов, и создает беседу на своем форуме до тех пор, пока не начнут приходить реальные посетители.

Также сейчас стали модными услуги по наполнению форумов. Можно нанять целую команду, которая будет активно общаться на вашем форуме с оплатой за каждый пост. Подобные предложения можно найти на [форуме оптимизаторов](#). Все это делается для имитации общения и привлечения реальных посетителей на форум. Хотя я не одобряю такие методы - все должно быть естественно.

С большим количеством посетителей форум практически сразу начал жить своей жизнью. Я считаю, что для организации форума важно выбрать подходящий момент. Если сайт нулевой и никаких посетителей нет, то особого смысла в форуме я не вижу. Надо сначала наполнить сайт интересным и оригинальным контентом, чтобы было достаточно материала для посетителей. Не будет интересного материала - не будет посетителей.

При организации форума очень важно не делать много разделов и подразделов. Обычно у начинающего владельца форума появляется эйфория, и ему хочется охватить на своем форуме как можно больше тематик. Ему кажется, что посетители сразу начнут общаться на его форуме. И он делает пару-тройку десятков разделов, которые в итоге будут пустыми.

Если посетитель приходит на форум и не видит там общения, то он в 99% случаев не станет писать в таком форуме. Это особенность человеческой психологии. Сделайте 2-3 раздела форума и добавляйте новые лишь по мере увеличения посещаемости и количества тем. Лучше иметь пару-тройку разделов, где будет более-менее оживленное общение, чем много пустых.

Поэтому для владельца форума очень важно делать так, чтобы каждый посетитель захотел вернуться на форум. А вернется он в том случае, если ему помогут советом, подскажут, где и как найти ту или иную информацию. Он вернется также в том случае, если найдет полезную для себя информацию.

Я отвечал на все вопросы посетителей, был с ними вежлив и доброжелателен. Люди сразу чувствуют атмосферу, которая царит на форуме. Ни в коем случае нельзя отписываться вместо нормального ответа фразами вроде "Вопрос уже много раз задавали, пользуйтесь поиском". Это могут позволить только развитые форумы.

Очень важно создать очаг общения на форуме. Не ищите модераторов на стороне. Хотите сделать хорошо - делайте сами. Все модерирование форума вам придется делать самостоятельно (я говорю о молодых форумах). И каждый день. Это позволит вам видеть все моменты развития форума и делать необходимые коррективы. Впоследствии появятся активные форумчане, которые могут стать модераторами.

На форуме важно избрать "золотую середину" между анархией и тоталитарным режимом. Например, есть режим "Дикий Запад" (как я называю такую политику на форуме), это когда ~~шериф~~ админ особо не вмешивается в общение ~~проетых ковбоев~~ форумчан, не позволяя ссор и ругательств, но за грубые нарушения правил форума виновный ~~получает нулю~~ в лоб публично банится (либо его аккаунт удаляется).

Если будете жестко банить посетителей за флуд и небольшие нарушения, то вы потеряете большую часть потенциальных посетителей. С другой стороны, если позволять любой флуд, ссоры и нецензурную лексику, то ваш форум быстро превратится в неуправляемый хаос, где вас никто не будет слушать.

Чтобы избежать этого, создайте раздел “Оффтопик”, где посетители смогут общаться на свободные темы. Составьте правила форума и подробно опишите, что можно, а что нельзя. Полезно сделать раздел “Предложения”, где форумчане смогут писать свои пожелания и предложения по работе форума и сайта. Обратная связь с посетителями - великое дело.

Где-то мне попадалась мудрая мысль: “Вместо того, чтобы писать что-то на чужом форуме, лучше создайте свой и пишите в нем”. Конечно, это подходит не всем (не каждому человеку нужен форум), но вебмастеру, который создает свой форум, эта фраза очень пригодится. Сократите общение на других форумах до необходимого минимума, а основное время посвятите своему форуму.

Чтобы не быть голословным, приведу свой форум, о котором я вел речь - [PlanetaPhotoshop.ru](http://PlanetaPhotoshop.ru).

## Конкурсы

Проведение конкурсов является отличным методом увеличения посещаемости. Конкурсы поддерживают интерес посетителей к вашему сайту и стимулируют их возвращаться на ваш сайт вновь и вновь.

Необязательно делать конкурсы с ценными призами. У начинающих владельцев сайтов финансы часто ограничены.

В этом случае советую провести конкурс с символическими призами. Можете придумать звания, медали, грамоты. Можете предложить поставить ссылку со своего сайта на сайт победителя. Можете предложить в качестве приза сделать подробный обзор сайта или блога победителя. Можете предложить победителю свои услуги (например, регистрацию в каталогах, консультацию по продвижению сайтов и т.д.). В поисках идей для призов можете посетить другие сайты по вашей тематике, на которых проводятся конкурсы.

Можете взять у победителя интервью и опубликовать его на всех страницах сайта. На своем сайте [globator.net](http://globator.net) я с самого первого конкурса сделал это доброй традицией. Теперь все победители конкурсов дают интервью, которые я публикую в правой колонке на всех страницах сайта. Людям всегда приятно, что их ценят и публикуют интервью с ними.

Конечно, ничто так не подогревает интерес к конкурсу, как ценные призы. Постарайтесь найти спонсора для своего конкурса. Подумайте, какие компании могут быть заинтересованы в проведении конкурса на вашем сайте. Если вам трудно определиться с такими компаниями, то дам свой проверенный временем совет: просто наберите те поисковые запросы, по которым продвигаете свой сайт, в яндексе и гугле. В правой колонке на странице результатов поиска вы найдете (в большинстве случаев) компании, которые платят за переходы посетителей по этому слову. То есть этим компаниям нужны такие посетители, которые заходят на ваш сайт. Это и есть потенциальные рекламодатели для вашего конкурса. Зайдите на их сайты и найдите e-mail для обратной связи. Приведу пример своего письма:

“Здравствуйте!

Я администратор такого-то сайта, на котором столько-то посетителей. Тематика сайта такая-то. Если Вам интересна аудитория моего сайта, то могу предложить Вам проведение конкурса на моем сайте.

С уважением,

Ваше имя”

В теме письма упомяните адрес сайта потенциального спонсора. Это поможет избежать того, что ваше письмо попадет в спам.

Приведу пример проведения конкурса на сайте Уроки Фотошоп на [globator.net](http://globator.net). Я подумал, что наиболее подходящий спонсор для тематики моего сайта - это компания [Wacom](http://Wacom), производитель графических планшетов. Я написал им письмо с предложением о сотрудничестве. И они согласились провести на моем сайте конкурс "[Нарисуй свою мечту](#)". В качестве призов компания Wacom предоставила 3 графических планшета. Конкурс вызвал отличный подъем посещаемости.

## Интервью

Проведение интервью эффективно помогает увеличивать посещаемость сайта.

Можете брать интервью у известных людей, можете брать интервью у владельцев сходных по тематике сайтов. Можете провести конкурс и взять интервью у победителя.

Интервью - это здорово. Когда вы берете интервью, то ваша основная задача состоит в том, чтобы составить вопросы, которые будут интересны не только тому человеку, у которого вы берете интервью, но и посетителям вашего сайта. Важно, чтобы интервью было по тематике вашего сайта.

Когда вы публикуете интервью, то человек, у которого вы взяли интервью, не раз зайдет на ваш сайт полюбоваться своими ответами. Кроме этого, он расскажет своим близким и друзьям о том, что он дал интервью на вашем сайте. С помощью интервью вы получите не только дополнительных посетителей, но, возможно, и ссылки на свой сайт (с сайтов и блогов).

Если вам трудно придумать вопросы для интервью, то рекомендую заглянуть на сайт [Interviewme.ru](http://Interviewme.ru), на котором собрано много интересных интервью. Можете почерпнуть оттуда идеи для интервью. Не копируйте вопросы. Старайтесь придумывать свои. Поверьте, это гораздо интереснее. Вы можете ознакомиться с [интервью](#) на этом блоге.

В целом хочу сказать следующее. Для того, чтобы увеличить посещаемость сайта, не нужно ничего сверхъестественного. Посвятите максимум времени своему сайту, активно наполняйте его уникальным контентом, черпайте всю возможную информацию по тематике вашего сайта, а также по его продвижению. Придумывайте новые пути развития своего сайта.

В идеале для максимального эффекта нужно заниматься одним сайтом. Максимум 3 сайтами.

Знаете, что самое важное для продвижения сайта и увеличения посещаемости? Самое важное - нужно стать фанатом своего сайта. Даже не просто фанатом, а маньяком. Как определить, когда вы станете маньяком? Определяется это просто. 😊 Когда в середине ночи вы поймаете себя на том, что увлеченно пишете очередную статью для своего сайта и даже не замечаете усталости (прямо как я сейчас 😊), хотя утром не выспитесь и будете, как зомби, вот тогда вы станете настоящим маньяком.

Вы должны больше всех верить в успех своего сайта и ни на секунду не сомневаться в себе. С таким настроением у вас все получится. Я несколько не сомневаюсь, что к 1 июня достигну [1000 посетителей на этом блоге](#).

Посетители вашего сайта начнут заряжаться вашим фанатизмом. Они поймут, что ваш сайт - это не однодневка, это сайт по-настоящему увлеченного человека. А у увлеченных людей всегда найдутся единомышленники.

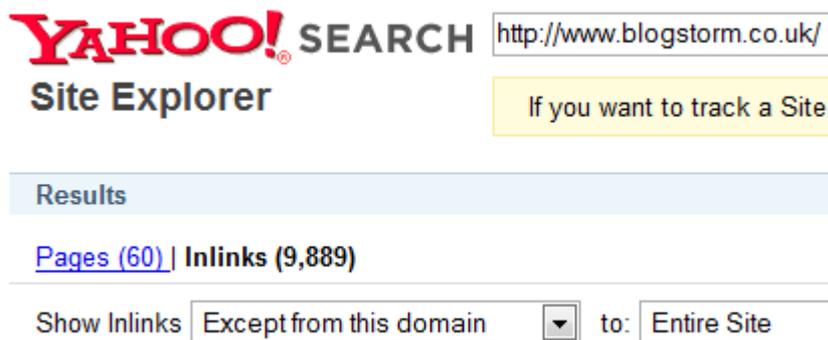
## Как получить 10000 ссылок за 3 недели

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Продвижение сайта является непростым делом. Масса времени и усилий, потраченные на новый проект, не всегда приносят ожидаемое количество посетителей. В таких случаях возникает чувство, что вы просто зря потратили время.

В этой статье я опишу методы, которые позволили получить 10000 ссылок на мой блог всего за 3 недели.

Вы можете взглянуть [на количество ссылок, которые я получил за 3 недели](#) (на момент написания статьи их было почти 10000). Этот эффект я получил, используя описанные в этой статье методы.



Первым делом нужно изучить целевую аудиторию, на которую ваш сайт ориентирован. Я занимаюсь интернет маркетингом в течение нескольких лет и стал достаточно известным на тематических форумах и блогах, а также завел нужные знакомства в этой сфере. Вы должны хорошо ориентироваться в тематике своего нового проекта. К примеру, на память назвать 50 популярных сайтов по этой тематике.

Хорошим подспорьем при запуске нового сайта являются связи с партнерами по бизнесу, клиентами, поставщиками и прессой, что при правильном подходе может дать определенный трафик и внешние ссылки на ваш сайт, но мне пришлось начинать практически с нуля.

### Качественный контент

Для успеха вашего сайта вам нужен действительно качественный и уникальный контент. Рекомендую вам заняться [линкбайтингом](#) - получением внешних ссылок на ваш сайт. На блоге BlogStorm я с самого начала хотел иметь качественный и интересный контент. Для начала я написал подробную обучающую статью по системе статистики [Google Analytics](#). Кроме этого, я стал записывать все свои идеи для будущих статей. Это хорошо помогает, когда при написании новой статьи нет никаких мыслей.

В результате моя статья о Google Analytics стала популярной и получила много ссылок с других блогов. Это значительно ускорило дальнейшее продвижение моего блога BlogStorm.

### Взаимодействие с другими блоггерами

Как только мой блог BlogStorm стал развиваться и получать ссылки с нескольких популярных блогов, я решил обратиться к другим блоггерам с просьбой написать о моем блоге в своих постах. Я считал, что они заинтересуются. Каково же было мое удивление, когда в течение нескольких часов после этого я не получил ни одного ответа. Я подумал, что такая система не работает. Я долго работал над своим сервисом [tracker tool](#), но никто не хотел писать о нем на своем блоге.

К счастью, в течение следующей пары дней я стал получать отзывы с таких популярных блогов, как TechCrunch и ProBlogger и в итоге получил [множество других положительных отзывов](#). Нет ничего лучше,

чем упоминание о вашем блоге на другом блоге, и я благодарен всем блоггерам за то время, которое они посвятили написанию обзора моего блога и за то, что они поставили ссылки на него.

## Социальные сети

Рекомендую вам разместить на своих страницах кнопки добавления в социальные сети. Также советую зарегистрироваться в разнообразных социальных сетях и изучить их, чтобы вы знали, как их можно использовать для продвижения своего сайта. В случае со своим блогом BlogStorm все, что я сделал, это проголосовал за него в **StumbleUpon** и **Digg** после того, как кто-то добавил мой блог в эти сети. Главное - это иметь на сайте действительно полезный и уникальный контент, который будет сам продвигать ваш ресурс. Иногда вы можете уехать на несколько дней и потом обнаружить тысячи внешних ссылок на ваш сайт.

## Использование тематических форумов

После того, как мой блог получил неплохой рост, я продолжал писать интересные статьи и начал использовать форум **Digital Point** для получения трафика. На форумах вебмастеров много потенциальных посетителей для моего блога. Не советую использовать спамные методы, этим вы только навредите своему блогу и репутации.

Я создал сообщение на форуме о том, что я хочу бесплатно поделиться своим сервисом. В результате я получил около 500 ответов и личных сообщений с просьбами о более подробной информации.

В таких случаях то, что вы предлагаете, должно быть действительно полезным и качественным. В противном случае вы получите противоположный эффект. Если это нужный и полезный сервис, то вы получите много целевых посетителей, которые будут возвращаться на ваш блог вновь и вновь.

## Продвижение ссылками

В этом разделе поговорим о ссылках. Методы получения входящих ссылок, покупка, способы размещения и составления анкоров, обмен и т.д.

## Искусство покупки ссылок

*[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)*

[Брайен Чеппэл](#) в своей недавней статье [подробно описал](#) действия, связанные с покупкой ссылок, которые могут как выдвинуть ваш сайт в топ поисковых систем, так и погубить его.

Давайте на некоторое время забудем об этическом аспекте покупки ссылок и сабжевых заявлениях Мэтта Катса и перейдем к сути.

Итак, список того, что вам делать не стоит:

- не покупайте ссылки группами или блоками;
- не покупайте ссылки в подвале сайта;
- не покупайте ссылки на нерелевантных сайтах;
- не покупайте ссылки только в блогах;
- не покупайте ссылки только в подписях на форумах;
- не покупайте ссылки только на сайтах из зоны .edu;
- не покупайте ссылки только на сайтах из зоны .gov;
- не покупайте ссылки только на линкофермах;
- не покупайте ссылки на сайтах, составляющих крупную сеть и сидящих на одном IP;
- не покупайте ссылки только у брокеров;
- не покупайте ссылки на сайтах, где полно ссылок на ваших конкурентов;
- не используйте одинаковый [якорь](#) для всех ссылок;
- не ссылайтесь только на главную страницу сайта;
- не покупайте ссылки только в сайдбарах;
- не придавайте огромного значения тулбарному PR;
- не отягощайте якоря ссылок стоп-словами;
- не сообщайте Мэтту Катсу о том, когда и на каких сайтах вы накупили ссылок.

Теперь о том, что вам определенно нужно сделать:

- покупайте ссылки в теле страницы (в тексте);
- покупайте ссылки на проиндексированных страницах;
- покупайте ссылки на страницах с недавно обновленным кэшем;
- покупайте ссылки на сайтах, близких по тематике с вашим сайтом;
- покупайте ссылки на старых трастовых сайтах;
- покупайте ссылки на длительный срок. (Время от времени проверяйте, не выпала ли страница с вашей ссылкой из индекса.)
- связывайтесь с владельцами сайтов напрямую и договаривайтесь с ними о покупке ссылок;
- ссылайтесь на внутренние страницы;
- распределяйте покупку ссылок во времени, так чтобы наращивание ссылочного веса выглядело максимально естественными;
- для определенного числа ссылок используйте в качестве якоря URL страницы;

- покупайте ссылки на совершенно новых страницах, которые еще не успели проиндексировать поисковики;
- покупайте ссылки на популярных страницах — так вы получите не только ссылочный вес, но и трафик;
- разнообразьте все, что можно разнообразить: якоря ссылок, скорость наращивания ссылочного веса, расположение ссылок на страницах...

Несмотря на все попытки Google платные ссылки до сих пор остаются весьма эффективным способом продвижения сайтов, поэтому используйте его с максимальной отдачей. Однако будьте очень осторожны, если ваш сайт молод — Google с превеликим удовольствием отправит его в песочницу за малейший прокол.

## Биржи ссылок

*[Автор: Дмитрий Голополов \(Dimok\)](#)*

Биржа ссылок - это сервис, предоставляющий возможность вебмастерам продать ссылки со своего сайта или блога, а оптимизаторам купить эти самые ссылки. Биржи ссылок являются на текущий момент одним из самых популярных инструментов для продвижения сайтов и блогов. В тоже время, биржи ссылок очень популярны как средство монетизации сайтов и блогов, а отдельных сайтах являются основным способом заработка.

### Русскоязычные биржи ссылок

Основные биржи:

1. <http://sape.ru/>
2. <http://mainlink.ru/>
3. <http://www.xap.ru/>
4. <http://www.linkfeed.ru/>
5. <http://www.fatlink.ru/>
6. <http://www.setlinks.ru/>

Сравнительная таблица по основным биржам:

Биржа	Сайтов	Страниц
sape.ru	170 078	53 135 859
mainlink.ru	75 955	30 806 381
xap.ru		42 799 464
linkfeed.ru	24 654	9 304 553
fatlink.ru		48 419
setlinks.ru	22 448	6 531 865

Прочие:

1. <http://www.prospero.ru/>
2. <http://www.getlinks.ru/>
3. <http://www.propage.ru/>
4. <http://www.linksbank.ru/>

5. <http://www.adtime.ru/>
6. <http://www.clx.ru/>
7. <http://www.spacelinks.ru/>
8. <http://m-links.ru/>
9. <http://www.buylinks.biz/>
10. <http://www.indexx.ru/>
11. <http://seozavr.ru/>
12. <http://www.liex.ru/>
13. <http://www.seolin.ru/>
14. <http://miralinks.ru/>
15. <http://uniplace.ru/>

## Англоязычные биржи ссылок

1. <http://www.text-link-ads.com/>
2. <http://www.textlinkbrokers.com/>
3. <http://www.linkworth.com/>
4. <http://www.LinkHaul.com>
5. <http://www.LinkAdage.com>
6. <http://www.BackLinks.com>
7. <http://www.livecustomer.com/>
8. <http://www.linkworth.com/>
9. <http://www.link-vault.com/>
10. <http://www.receive-links.com/>
11. <http://www.dclickads.com/>

Кроме того, если национальные биржи. Например, **немецкие**:

1. <http://www.linklift.de/>
2. <http://www.text-links-mieten.de/>
3. <http://www.teliad.de/>
4. <http://www.linkadage.com/>
5. <http://www.linkbuy.de/>

## Купить трастовые ссылки теперь просто

*[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)*

При [продвижении сайта](#) очень важно на него что бы ссылались авторитетные сайты, с отличным весом.



Например, что бы этот сайт был в основных каталогах как [Dmoz](#) и ЯК (Яндекс каталог), если это новостной сайт что бы он транслировался в [Гугл](#) новости и [Яндекс](#) новости и так дальше.

На хороших трастовых сайтах отличная индексация ссылок, и поисковые системы на ура учитывают с них ссылки на продвигаемые сайты. Если коротко и ясно, то речь сегодня пойдет о сервисе [PR.sape.ru](#).

### Немного о сервисе:

В нем можно размещать [ссылки](#) в новых новостях в [СМИ](#) или новостных сайтах. Ссылки размещаются навсегда, а не арендуются, что есть большой плюс.

#### Список площадок, размещающих ссылки в новостях

Название	Стоимость, руб.	Титц	PR	Каталоги, Агрегаторы	Регион
<a href="#">kharikov.ua</a> → <a href="#">GBL</a>	4 277,78	7 700	6	Yasa Ян, Gп, Нов	Страны СНГ
<a href="#">crimea.ua</a> → <a href="#">GBL</a>	452,22	4 700	5	Yasa Dmoz Ян, Gп	Москва и область
<a href="#">mignews.com</a> → <a href="#">GBL</a>	977,78	4 300	4	Yasa Dmoz Ян, Gп, Нов	
<a href="#">vokrugsveta.ru</a> → <a href="#">GBL</a>	1 833,33	3 800	4	Yasa Dmoz Ян, Gп, Нов	Москва и область
<a href="#">vzv.ru</a> → <a href="#">GBL</a>	1 222,22	3 500	3	Yasa Dmoz Ян	Россия
<a href="#">versii.com</a> → <a href="#">GBL</a>	3 788,89	3 300	7	Yasa Dmoz Ян, Gп	Страны СНГ
<a href="#">rsci.ru</a> → <a href="#">GBL</a>	1 222,22	3 300	6	Yasa	
<a href="#">annews.ru</a> → <a href="#">GBL</a>	2 444,44	3 200	5	Yasa Dmoz Ян, Gп, Нов	Москва и область

Как мы видим, есть авторитетные площадки по заоблачным ценам, например больше 4000 рублей за ссылку. Но если посмотреть на скрин, то можно чуток меньше показателей найти за 300-500 рублей.

Таких [ссылок](#) много не нужно при продвижении, точнее бюджет получится сильно раздутым и он не оправдает вложения в ближайшем будущем.

Но если хорошо поискать, то есть много площадок по приемлемым ценам (100-200 рублей) и с отличными показателями.

Для разбавления ссылочной массы при продвижении сайта самое оно. По практике скажу, что 5-10% ссылочного бюджета можно потратить на ссылки в [СМИ и новостных сайтах](#).

Так же в сервисе достаточно много тематических площадок, например по авто, по туризму и так дальше.

## Сервисы покупки постовых и контекстных ссылок

*[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)*

Если у вас возникают вопросы: **Как купить постовой? Где купить постовой? Где купить ссылки навсегда? Где купить контекстные ссылки?**



Данный пост о том, где можно найти любые ссылки для [продвижения сайта](#), а именно сервисы на которых можно их приобрести.

**Итак, приступим:**

[Rotapost](#) – из всех сервисов про которые я вам сегодня расскажу он самый молодой, но функционал лично для меня тут самый удобный, и количество блогов растет ежедневно.

В данной системе можно прикупить много постовых, по вашим правилам на нормальных блогах. Для начала прочитайте про [эффективную покупку постовых в Ротапост](#), а так же [отчет после 1-го месяца пользования этим сервисом](#). Я уже пользуюсь этим сервисом и очень доволен, так как блогов стало на порядок больше, процент нормальных блогов тоже отличный, и прикупил постовых там я уже больше 650.

[Gogetlinks](#) – отличный сервис для получения контекстных ссылок навсегда и постовых на продвигаемый сайт. Его в кругах вебмастеров и оптимизаторов знают больше всего. Изначально сам сервис был заточен под [поисковую систему Яндекс](#). Система отличная, блогов и сайтов больше чем в Ротапосте.

Им я пользуюсь, потому что в нем можно купить постовые и купить контекстные ссылки с многих тематических ресурсов разных тематик, которых нет в других сервисах.

[Blogun](#) – это самый первый сервис покупки постовых в блогах, им я пользовался и прикупил там не мало ссылок на сайты, но по сравнению с новыми сервисами, функционал и удобство пользования тут страдает. Тем не менее, те кто привыкли прикупать постовые в данном сервисе 2 года назад, до сих пор очень активно им пользуются.

[Getgoodlinks](#) – это аналог Gogetlinks, только заточенная под [поисковую систему Google](#). Система развивается неплохо, и например если вы хотите продвигать сайты под англоязычный сегмент, то тут можно найти площадки. Пока выбор не большой, но есть все перспективы роста.

А так же если вы, например, продвигаете сайт только под Google, то тут есть неплохие сайты под контекстные ссылки и постовые.

[Pr.sape](#) – это сервис от самой крупной биржи ссылок, в помощью его вы можете разместить контекстные ссылки в СМИ сайтах, причем не только в старых статьях а и в новых. Тут получается **двойная выгода**:

- ссылки моментально входит в индекс и передает вес
- можно получить трафик со статьи на продвигаемый сайт

Если нужны инвайты в PR.sape.ru – напишите на почту, есть пару инвайтов.

Я пользуюсь всеми перечисленными сервисами для получения ссылок на продвигаемые сайты. Скоро будет обзоры по Pr.sape и Getgoodlinks. Думаю после этого обзора купить постовые и купить контекстные ссылки навсегда будет легче.

## Обратные ссылки, обратные ссылки, обратные ссылки...

*Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)*

ет, это не мантра для оптимизатора и даже не попытка покорить Google по ключевикам “обратные ссылки”. Скорее это то, что появится у вас в избытке (хотя разве такое бывает? 😊), если вы внимательно прочтаете эту статью и примените хотя бы часть перечисленных в ней приемов и методов.

Некоторые способы лежат на поверхности: закладки в социальных сетях, линкбайтинг, комментарии в блогах, регистрация в каталогах, пресс-релизы... — но речь здесь пойдет не о них.

В Интернете очень много ресурсов, которые прямо сейчас готовы поделиться с вами своим PR и ссылочным весом. [Ким Поач](#) рассказывает о некоторых из них в своей статье [100+ Untapped Link Building Strategies](#), перевод которой я и представляю вашему вниманию.

Статья достаточно большая и информационно насыщенная, поэтому настоятельно советую вам либо сохранить ее в закладки, либо распечатать. На этом вступление заканчивается...

**1. Блоги eBay.** Каждый пользователь eBay может создать персональный блог и разместить в нем любую информацию, не противоречащую правилам сайта. Взгляните на [блог](#) западного специалиста по SEO Джима Бойкина. Видите контекстную ссылку с якорем “search engine optimization”? Она ведет на его официальный сайт и, что самое главное, не содержит атрибута no-follow. Вот таких ссылок вы можете наставить сколько вашей душе будет угодно. Для этого просто создайте свой блог на eBay.

**2. Конкурсы.** Проведение конкурса может существенно увеличить посещаемость, нарастить ссылочный вес и заметно продвинуть блог в поисковой выдаче. [Джон Чоу](#) и [Джон Кау](#) обязаны своим успехом именно им.

Если вы решите провести конкурс, анонсируйте его на следующих ресурсах:

- [Contest Blogger](#)
- [ThePrizeBlog](#)
- [ContestHound](#)
- [DisregardMe](#)
- [ReviewWow](#)
- [MyBlogContest](#)
- [TheLinkBait](#)
- [ContestBeat](#)
- [Blog-Contests](#)
- [TheContestWinner](#)
- [MyBlogContests](#)
- [AboutBlogContest](#)
- [ContestBlogcat](#)
- [Contester](#)
- [SubmitYourContest](#)

**3. CSS-галереи.** Такие ресурсы дают хороший трафик и неплохие обратные ссылки. Так, например, сайт [FreelanceSwitch](#) с одних только галерей получил больше 25000 уникальных посетителей. Если у вас есть симпатичный CSS-шаблон, разместите его на следующих сайтах:

- [CSSMania](#)
- [CSSRemix](#)
- [BestWebGallery](#)
- [WebCreme](#)
- [CSSElite](#)
- [CSSDrive](#)
- [CSSHeaven](#)
- [CSSTux](#)
- [CSSGlobe](#)
- [CoolHomePages](#)

**4.** Еще один неплохой источник трафика — сайт [KillerStartups](#). На этом сайте ежедневно размещаются обзоры 30 стартапов. Этот сайт дает хорошие обратные ссылки и немалый трафик — в рейтинге Alexa он [занимает 7761 место](#). Чтобы зарегистрировать свой ресурс, перейдите по [ссылке](#).

**5. Списки полезных ресурсов.** Речь идет не о тех списках, которые покоряют топы Digg и del.icio.us. Нет, это именно списки полезных ресурсов, которые вы можете размещать на таких сайтах, как [Listible.com](#). Зарегистрировавшись на сайте, вы сможете создать собственный список полезных сайтов и регулярно обновлять его. Пользуясь сайтом, не забывайте о хорошем манерах: прежде чем постить ссылки на собственные ресурсы, создайте добротный список действительно полезных источников информации.

Похожие сайты:

- [Listverse](#)
- [ListafterList](#)
- [Listphile](#)
- [OnmyList](#)
- [Whatali.st](#)

6. [Flickr](#). Вы уже наверняка знаете о весе ссылок в комментариях к закладкам на Digg и Propeller , но на них свет клином не сошелся. С похожим успехом вы можете использовать сайт Flickr. Посмотрите на [обратные ссылки](#) Glitter-Graphics.com. Многие из них идут с Flickr. А размещают они свои ссылки с помощью анимированного изображения в виде [порхающей бабочки](#). (Можно ставить и контекстные ссылки — примечание.)

7. [Cool Site of the Day](#). На этом ресурсе регулярно публикуются заметки о самых интересных сайтах со всего мира. Что особенно хорошо, вы можете подать заявку на упоминание вашего сайта и если его одобряют, ссылка на ваш сайт попадет на главную страницу Cool Site of the Day. Более того, ее увидят около 150000 подписчиков.

Появление вашей ссылки на главной странице сайта может иметь долгосрочный эффект. Некоторые из лучших сайтов дня попадали на страницы официальных сайтов BBC News, USA Today, упоминались на радио и в различных СМИ.

Вот список похожих ресурсов:

- [CoolPick](#)
- [AskMen](#)
- [CSOTD](#)
- [TopsiteoftheDay](#)
- [Yahoo Picks](#)
- [Blackstump](#)
- [Family First](#)

Если у вас есть оригинальный развлекательный сайт, разместите его на следующих ресурсах:

- [Leenks](#)
- [I-am-Bored.com](#)
- [Bored](#)
- [BoredatWork](#)
- [Ubersite](#)
- [College Humor](#)
- [Stimes](#)
- [Ebaumsworld](#)

8. **Подкасты.** Чтобы озвучить свой англоязычный блог, не прилагая усилий, используйте сервис [Odiogo.com](#). Odiogo автоматически конвертирует RSS-записи, статьи и сообщения в блогах в аудио-файлы. Как только у вас появятся готовые подкасты, вы сможете разместить их в [каталогах подкастов](#) и получить массу обратных ссылок.

9. Если вы продаете софт, вы можете получить тысячи бесплатных обратных ссылок, стоит вам лишь сделать **демо-версию программы** и разместить ее описание в специальных каталогах. Для этого вам нужно создать PAD файл. Используйте бесплатное приложение [PADGen](#). Когда PAD файл будет готов, разместите его на специальных сайтах. Чтобы автоматизировать процесс регистрации, используйте сервис [SubmitMySoft](#).

Так вы сможете увеличить не только ссылочный вес сайта, но и объем продаж.

На этих же сайтах вы можете размещать скринсейверы, виджеты, тулбары, дополнения к Firefox, дополнения к Internet Explorer и многое другое.

10. **Torrent.** С помощью сети Torrent вы можете распространять демо-версии программ, .pdf-файлы, видео- и аудиоролики. [Здесь](#) вы найдете список из 35 самых популярных torrent-сайтов. Размещение материалов в торренте может стать хорошим подспорьем в вирусной маркетинговой кампании.

**11. Размещение материалов на тематических социальных сайтах.** Если у вас есть бесплатная электронная книга, разместите ее в самых популярных информационных каталогах:

- [MindlikeWater](#)
- [ebook2u](#)
- [Jogena](#)
- [WisdomEbooks](#)
- [GetFreeEbooks](#)
- [EbookPalace](#)
- [EbookMall](#)
- [Scribd](#)
- [Published.com](#)
- [Ebook88](#)
- [Virtual-Ebooks](#)
- [EbooksTemplateSource](#)
- [Ebook Tags](#)
- [Ideamarketers](#)
- [EbookJungle](#)

Если вы создали веб-приложение, добавьте его на сайты

- [SimpleSpark](#)
- [Web2List](#)
- [Go2Web20](#)
- [FeedmyApp](#)
- [Makeuseof](#)
- [Emily Chang](#)
- [Find Apps](#)
- [Listio](#)
- [AllthingsWeb2](#)
- [Search Free Apps](#)
- [2.0 Websites](#)
- [BuzzShout](#)
- [Web2.0Searchr](#)
- [NeoBinaries](#)
- [Reflexz](#)

**12. Продвижение в социальных сетях.** При правильном применении социальные медиа могут принести вам не только тонны разношерстного трафика, но и весьма неплохие обратные ссылки. Если ваш сайт будет по-настоящему хорош, часть социального трафика осядет на нем в виде подписчиков и даже покупателей.

Несомненно, вы знакомы с такими социальными тяжеловесами, как Digg, Del.icio.us, StumbleUpon, Reddit и Propeller. Однако кроме них есть еще немало восходящих звезд вроде [Mixx](#) и нишевых социальных сайтов, краткий обзор которых вы можете найти [здесь](#).

Нишевые социалки не только принесут вам целевой трафик, но и помогут продвинуться в более крупных сетях, поскольку очень часто пользователи имеют аккаунты на разных социальных сайтах, и поэтому они могут проголосовать за понравившуюся новость несколько раз.

**13. Обзоры сайтов.** Кроме обратных ссылок этот метод позволяет получить критичную и зачастую качественную оценку интересующего сайта. Однако, чтобы заслужить подробный отзыв, вы должны стать активным членом сообщества. Вот некоторые из таких сообществ:

- [UK Webmaster World Forums](#)

- [Anizone](#)
- [DigitalPoint](#)
- [NamePros](#)
- [GameMakerGames](#)
- [Webmaster-Talk](#)
- [Webmaster-Forums](#)
- [Webdev Forums](#)
- [Webdesign Forum](#)
- [Web designer Forum](#)
- [Ozzu](#)
- [Critics-Corner](#)
- [Site Owners Forums](#)
- [Sitepoint Forums](#)
- [Warrior Forum](#)
- [V7n](#)
- [SeoChat Forums](#)
- [Search Engine Watch Forums](#)
- [DnForum](#)
- [DevShed Forums](#)
- [aBestWeb](#)
- [KillerSites](#)
- [Successful Blog](#)
- [CreamAid](#)
- [Site Critic](#)
- [Hallway Testing](#)

Сайт [ReviewBack](#) позволяет обмениваться обзорами с другими блоггерами. Также вы можете получить обзор в обмен на ссылку или баннер. Вот еще один [список сайтов](#), где сможете получить бесплатный или бартерный обзор.

**14. Списки топ-комментаторов.** Если вы любите комментировать чужие записи, выберите несколько нишевых блогов, в сайдбарах которых стоит виджет “Лучшие комментаторы”, и начинайте постить туда свои идеи и пожелания. [Здесь](#) вы найдете список англоязычных блогов по Интернет-маркетингу, где такой виджет присутствует. Если вы опубликуете у себя такой же список для русскоязычных блогов, велкам в комменты 😊, я обязательно подправлю статью и поставлю на вас обратную ссылку (то же самое касается всех остальных списков из этой статьи).

Добавлено: вот [список русских блогов, выгодных для комментирования](#), от [Абсурдного Людя](#).

15. Если вы пишете руководства по веб-дизайну, графике или программированию (на английском), вы можете залить их на другие сайты и, опять же, получить обратную ссылку. Вот некоторые из таких сайтов.

- [Good-Tutorials](#)
- [Tutorialized](#)
- [Pixel2Life](#)
- [Photoshop Roadmap](#)
- [Flash Perfection](#)
- [Dzone](#)
- [Rnel](#)
- [Design Float](#)
- [CG Tutorials](#)
- [Pslover](#)
- [Tweako](#)
- [Tips Clique](#)

- [Fstutorials](#)
- [Graphics World](#)
- [Tutorials Garden](#)
- [Photoshop Pack](#)
- [Tutorial Kit](#)
- [Kaos-Tutorials](#)
- [Total Tutorials](#)

Эти сайты не перепечатавают ваш материал — они просто ставят на него ссылку. Посещаемость выше перечисленных сайтов достаточно высока, поэтому с каждой такой ссылки вы можете получить от нескольких сотен до нескольких тысяч посетителей. (На сайте Tutorialized.com можно размещать материалы по SEO и Интернет-маркетингу.)

**16. Темы WordPress.** Если вы опытный программист, вы можете писать бесплатные темы под WordPress, в подвале которых будет стоять ссылка на ваш ресурс. Благодаря этому приему сайт [Carlocab.com](#) вышел на первое место по запросу *make money online*. Даже если вы ни черта не смыслите в коде, вы всегда можете нанять человека, который напишет тему за вас.

Вы также можете создать оригинальный дизайн и с помощью сервиса [Wpcustomization.com](#) прикрутить его к уже существующей теме — такой подход тоже весьма эффективен.

Если у вас уже есть готовая оригинальная тема, покажите ее миру. Вот вам сайты в помощь.

- [Wpdesigner](#)
- [WordPress Theme Viewer](#)
- [Weblogs Tools Collection](#)
- [WordPress Theme Codex](#)
- [JohnTp WordPress Blog](#)
- [Blogflux](#)
- [ThemesBase](#)
- [BloggingThemes](#)
- [Wpskins](#)
- [WordPress Theme Forum](#)
- [Fresheezy](#)
- [EmilyRobbins Blog](#)
- [WpSnap](#)
- [WpThemesFree](#)
- [Blogging Themes](#)
- [WordPress Wow](#)
- [WordPress Theme Base](#)
- [Free WordPress Themes](#)
- [iThemes](#)
- [Rock-Kitty Themes](#)
- [Web2Feel](#)
- [Themes-wp](#)

Не забывайте о тематических форумах:

- [DigitalPoint Forums](#)
- [Theme Vibes](#)
- [Graphic Design Forum](#)
- [Easy WordPress Forum](#)
- [Bloggeries](#)
- [Webmaster Talk](#)

**17. Размещение статей.** Кроме всем известных каталогов статей есть еще несколько авторитетных сайтов, которые с радостью разместят у себя вашу статью и поставят на ваш сайт весомую обратную ссылку. Среди них можно выделить сайт [Gather.com](http://gather.com). Это не просто каталог статей — это самая настоящая социальная сеть со всеми вытекающими. Также обратите внимание на сайт [Work.com](http://work.com), особенно если ваш ресурс посвящен бизнесу и маркетингу.

Если вы хотите разместить онлайн материалы в формате .pdf, воспользуйтесь сервисами [Scribd](http://scribd.com) и [FreelQ](http://freelq.com).

**18. Wiki.** Wiki-сайты являются бесценным источником обратных ссылок, однако чтобы получить такие ссылки, нужно сначала получить некоторое признание внутри сообщества, иначе все ваши ссылки будут удаляться в считанные минуты. [Здесь](#) список Wiki-сайтов, с которых вам лучше начать.

**19. Интервью.** Интервью с известным в вашей нише человеком добавит вам известности, а вашему сайту — ссылочного веса. Главное, не подкачайте с вопросами.

**20. Виджеты.** Создание и распространение виджетов является одним из самых эффективных методов линкостроения. Виджеты — это небольшие веб-приложения, которые распространяются через третьи сайты и легко интегрируются на страницы, профили Facebook, стартовые страницы iGoogle и пр.

Именно благодаря этому ссылка на ваш сайт может появиться на сотнях и тысячах других сайтов. Даже такие сайты, как Amazon и USA Today давно предлагают своим посетителям и клиентам размещать у себя их фирменные виджеты. Что мешает вам сделать то же самое?

Если вы далеки от программирования, используйте сервис [WidgetBox.com](http://widgetbox.com). С его помощью вы сможете как минимум превратить в виджет свой блог или фид.

Продвигать свои виджеты вы можете через следующие сайты:

- [Widgepedia](http://widgepedia.com)
- [Google Widget Directory](http://googlewidgetdirectory.com)
- [Yahoo Widgets](http://yahoowidgets.com)
- [WidgetBox](http://widgetbox.com)
- [SpringWidgets](http://springwidgets.com)
- [Widget Gallery](http://widgetgallery.com)
- [Snipperoo Widget Directory](http://snipperoo.com/widget-directory/)
- [RateitAll Widgets](http://rateitall.com/widget-directory/)
- [Friendster Widget Directory](http://friendster.com/widget-directory/)
- [Netvibes Widget Directory](http://netvibes.com/widget-directory/)
- [Xanga Widget Directory](http://xanga.com/widget-directory/)

С помощью программы [App Accelerator](http://appaccelerator.com) вы можете превратить виджет в приложение для Facebook.

Надеюсь, вы нашли здесь хоть что-то, что поможет вашему сайту сдвинуть конкурентов и, соответственно, выйти на новый уровень [заработка в Интернете](#). 😊

## Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов

*Автор: Димитрий KtoNaNovenkogo*

Материалы этой рубрики вызывают наибольший интерес у посетителей сайта, если судить по количеству комментариев, либо просто сама тема **получения бесплатных обратных ссылок** на сайт, таким способом, является довольно спорной и многие спешат выразить свое мнение на этот счет.



Мнения по поводу такого способа **бесплатного продвижения сайта** встречаются самые полярные. От полного отрицания пользы бесплатных обратных ссылок с профилей или блогов трастовых сайтов до угроз за то, что я палю рабочую тему. В общем, я и сам на сто процентов не уверен в абсолютной пользе всех тех обратных ссылок на сайт, о получении которых я рассказывал.

### **Что дают бесплатные обратные ссылки с жирных (трастовых) сайтов**

Но тем не менее, если рассматривать мой блог в качестве примера, то можно сказать, что положительный результат есть и он, как говорится, на лицо. Если вы помните, то я уже неоднократно писал о том, что эти бесплатные **обратные ссылки с жирных сайтов** в первую очередь нужны именно для [наращивания трастовости собственного проекта](#).

Тут, в принципе, все очевидно - ссылки с трастовых сайтов передают немного траста и вашему сайту (читайте об этом подробнее здесь - [Траст и авторитетность сайта в поисковых системах](#)).

Вопрос, зачем нужен траст сайту, мы обойдем стороной, ибо об этом вы можете прочитать, перейдя по предшествующей ссылке. Вкратце можно резюмировать, что чем выше будет траст вашего проекта, тем выше будет его посещаемость при прочих равных условиях.

Если рассматривать мой блог в качестве примера эффективного использования такого метода бесплатного продвижения, как **обратные ссылки с жирных (трастовых) сайтов**, то однозначные выводы сделать будет трудно.

Да, в последние несколько месяцев у меня наблюдается существенный рост посещаемости (сейчас [посещаемость доходит до 3500 тысяч уникалов в сутки](#), что уже стало сравнимо с посещаемостью [блога Глобатора](#), который у меня довольно давно выступает в качестве ориентира, на который мне хотелось бы равняться).

Но я не могу сказать, что это однозначно заслуга **бесплатного метода продвижения сайта** путем получения жирных ссылок с сайтов, которые я здесь описываю. Дело в том, что начиная с августа этого года я довольно плотно занялся поисковой оптимизацией текстов своих старых статей, которые были написаны без учета нужной плотности ключевых слов.

О том, каким идеалам должна соответствовать правильно оптимизированная под поисковики статья я уже довольно много писал. В теории все довольно просто и если резюмировать, то нужно добиться оптимальной частоты использования в тексте ключевых слов, заключить часть из них в различные теги акцентирования (Title, Strong, Em, H1-H6) и выдержать при этом оптимальную длину текста.

В общем, можете сами ознакомиться с теми аспектами, которые по-моему нужно учитывать при **проведении внутренней поисковой оптимизации:**

- [Внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO\)](#)
  - [Внутренняя оптимизация сайта](#)
  - [Почему так важна внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO оптимизация\)](#)
  - [Внутренняя поисковая оптимизация \(SEO\): подбор и выделение ключевых слов, проверка тошноты страницы](#)
  - [Боремся с дублированием контента на сайте](#)
  - [Внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO\): внутренняя перелинковка под низкочастотные поисковые запросы](#)
  - [Что влияет на релевантность \(соответствие\) текста поисковому запросу, как попасть в ТОП выдачи поисковых систем](#)
  - [Как определить оптимальную частоту употребления ключевого слова \(из поискового запроса, по которому продвигается статья\)](#)
  - [Какая длина текста будет достаточной для достижения максимальной релевантности \(соответствия\) поисковому запросу](#)
- [Работа с внутренними факторами продвижения и основные моменты оптимизации контента сайта](#)
  - [Тег заголовка страницы Title, как основной фактор внутренней оптимизации контента сайта](#)
  - [Тег Description \(описание страницы\) - использование его поисковыми системами в качестве сниппета](#)
  - [Использовать заголовки \(H1 - H6\) для структурирования текста и выделения ключевых слов](#)
  - [Использовать теги выделения STRONG и EM для усиления ключевых слов и другие моменты поисковой оптимизации контента](#)

При выполнении всех этих условий статья сама (без использования внешней поисковой оптимизации в виде покупки обратных ссылок с нужными анкерами) за счет только грамотной внутренней оптимизации текстов и серьезной внутренней перелинковке страниц всего сайта, способна выйти в топ поисковой выдачи. Но, правда, на данный момент такое возможно только для **низкочастотных и сверх низкочастотных поисковых запросов.**

Но, т.к. статей много и заточены они будут сразу под несколько низкочастотных поисковых запросов, то результат должен быть очень существенным. Во всяком случае пока тот темп роста посещаемости, который наметился, только подтверждает правильность моих действий по продвижению своего блога бесплатными методами (пока не купил еще ни одной ссылки на блог, но учтите, что времени и сил бесплатное продвижение отнимает очень много).

Но я не зря упомянул чуть выше о том, что кроме поисковой оптимизации текстов статей нужно еще охватить глобальной **внутренней перелинковкой все страницы сайта**. Дело в том, что бесплатные обратные ссылки с трастовых (жирных) сайтов не всегда получается проставить на внутренние страницы сайта. Чаще всего у вас будет возможность проставить ссылку только на главную страницу.

Но в этом нет ничего страшного, ибо [статический вес](#) бесплатной обратной ссылки, проставленной с профиля или блога жирного ресурса на главную страницу вашего проекта будет успешно и равномерно перераспределен между всеми страницами сайта за счет всеобъемлющей внутренней перелинковки.

Да, хочу упомянуть, что под усилением внутренней перелинковки страниц при оптимизации старых статей имеется следующее. Я просто добавляю в старые статьи ссылки на материалы, которые появились позже них и ссылка на которые была бы уместна по тексту. Раньше добавить эти ссылки не было

возможность, в силу того, что ссылаться-то было еще не на что. Таким образом, **усиливается перелинковка всего сайта**.

Раньше ссылки вручную могли быть проставлены (автоматические методы перелинковки я тоже использую) только из более новых статей в более старые, а вот после поисковой оптимизации текстов старых материалов, появились ссылки из более старых материалов в более новые, что есть гуд, по-моему.

Но вернемся к нашим баранам. В результате внутренней перелинковки, страницы со статьями (оптимизированными под поисковые запросы текстами) тоже получают свою долю статического веса от **бесплатных обратных ссылок с жирных сайтов** и смогут за счет этого еще немного подняться в поисковой выдаче.

Ну и, конечно же, растущий за счет бесплатных обратных ссылок с жирных сайтов траст вашего собственного ресурса тоже внесет свою лепту в то, что ваши статьи смогут подняться в поисковых выдачах по тем или иным вопросам.

Поэтому, эффективность использования такого метода **бесплатного продвижения сайта**, как обратные ссылки с трастовых сайтов, можно оценивать на примере моего блога только в комплексе с предпринимаемыми усилиями по поисковой оптимизации текстов статей и усилением внутренней перелинковки страниц.

## **Переиндексация в панели для вебмастеров Яндекса и улучшение определения авторских прав Яндексом**

Кстати, хочу поделиться с вами некоторыми наблюдениями, которые, правда, на данный момент, возможно, потеряли свою актуальность, но возможно, что все еще вернется не круги своя. Дело в том, что в ходе моей планомерной работы над текстами старых статей для повышения их привлекательности в глазах поисковых систем, я заметил, что Google практически сразу реагирует на изменения, внесенные в тексты статей (увеличился поисковый трафик именно с Google), а вот Яндекс был все по барабану.

Причем, на протяжении пары месяцев поисковый трафик с Google рос по мере оптимизации текстов статей, а вот трафик с Яндекса оставался на прежнем уровне. Но, относительно недавно, я узнал, что в [панели для вебмастеров Яндекса](#) появился замечательный инструмент, позволяющий отправить на переиндексацию до 5 страниц вашего сайта за сутки.

После того, как я прогнал через **инструмент переиндексации Яндекса** все уже оптимизированные мною страницы, начался довольно резкий **рост поискового трафика с Яндекса**. Причем, сейчас Яндекс мне дает уже даже больше посетителей, чем Google, хотя последнее время был замечен существенный перекосяк в сторону трафика с Google.

Получается, что Google сам умеет оперативно отслеживать все производимые изменения на страницах сайтов, а вот Яндекс явно в этом нужно помогать. Плохая же новость заключается в том, что этот замечательный инструмент для переиндексации из панели вебмастеров Яндекса исчез.

Правда, есть один обнадеживающий момент. На официальном [блоге Яндекс.Поиск](#) под новостью о появлении этого инструмента переиндексации стоит пометка, что "21 октября работа инструмента была временно приостановлена по техническим причинам". Обнадеживающим является слово "временно", хотя, как известно, у нас нет ничего более постоянного, чем временное.

Так что будем надеяться, что все образуется в лучшем виде, ибо этот инструмент переиндексации Яндекс и особенно вебмастерам нужен позарез. Да, и раз уж речь зашла о блоге Яндекса, то уместным будет сказать и еще об одном нововведении Яндекса, которое он намерен внедрить в ближайшее время или же уже внедрил - **"Улучшение определения авторства Яндексом"**.

В общем, Яндекс теперь будет пытаться определить автора той или иной статьи и удалять из индекса все дубликаты, растиражированные ушлыми вебмастерами. Новость безусловно хорошая с учетом, если все будет работать как надо. Но меня терзают смутные сомнения, что авторы уникальных статей могут пострадать от этого нововведения даже больше, чем это было до этого.

Все зависит от того, как Яндекс будет определять авторство. Если по тому, чья именно статья появилась в индексе раньше, то это чревато воровством контента у совсем молодых сайтов, обладающих еще низкой трастовостью и авторитетом у поисковиков. Индексация новых материалов на таких молодых проектах, в особенности Яндексом, оставляет желать лучшего.

У меня год назад Яндекс индексировал новые статьи только через несколько суток. Правда, сейчас новые материалы индексируются Яндексом через минут 20, но моему блогу уже более года. В связи с этим возможны ситуации, когда не чистые на руку вебмастера, имеющие уже хорошо индексируемые ресурсы, будут безнаказанно воровать уникальный контент у молодых проектов.

Для этого достаточно будет отслеживать анонсы новых материалов на различных соцзакладках и социальных сетях, куда вебмастера с молодых проектов обязательно будут их выкладывать, надеясь на ускорение индексации статей поисковыми системами.

Поэтому, в связи со всем выше сказанным, наверное, будет целесообразно **откладывать анонсирование новых материалов** (особенно авторами молодых проектов) до их полной индексации поисковыми системами и безоговорочного присвоения вам авторства на данные материалы. В противном случае статья именно с вашего сайта может быть вообще удалена из индекса Яндекса, если ее успеет опубликовать у себя автор какого-либо более быстро индексируемого ресурса.

Возвращаясь к эффективности обратных ссылок с трастовых ресурсов в продвижении сайта хотел бы отметить, что эти **халявные ссылки с профилей и блогов жирных сайтов**, по идее, особо не должны влиять на показатель ТИЦ сайта, ибо по своему определению ТИЦ должен расти только за счет обратных ссылок с тематических ресурсов.

Но на практике у меня наблюдается довольно приличный **рост ТИЦ** с того момента, как я стал использовать в своем продвижении бесплатные обратные ссылки с трастовых сайтов (об их трастовости я косвенно сужу по значению показателя ТИЦ, хотя это позволяет сделать только сравнительную оценку траста). Рост ТИЦ довольно таки планомерный (по 10 за один апдейт) и это при том, что каких-либо других способов получения обратных ссылок на свой блог я за это время не использовал.

## Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов

1. **Medlinks** - большой медицинский портал, имеющий **ТИЦ=3800**, в связи с чем этот ресурс можно считать весьма жирным и трастовым. И он нам особенно интересен тем, что с него можно получить не просто бесплатную обратную ссылку открытую для индексацию поисковыми системами, а **обратную ссылку с нужным нам анкором**, что еще больше повышает ее ценность для поискового продвижения.

Сайт: <http://ktonanovenkogo.ru/>

Возраст: 37  
Пол: Мужской  
Стаж пользователя Интернет: 10  
Адрес (страна, город и т.д.): Москва

**Краткая информация о пользователе:**  
Веду блог [ktonanovenkogo.ru](http://ktonanovenkogo.ru/) - советы по созданию сайтов, фо

- Детскому андр
- Дерматовенер
- Детскому хиру
- Диетологу
- Кардиоаритм
- Логопеду
- Наркологу
- Невропатолог

Alexa: 30 251 | medlinks.ru Google: n/a **Yandex: 3 800** | 6

Как обычно, сначала регистрируемся ([\\_http://www.medlinks.ru/user.php](http://www.medlinks.ru/user.php) - в комментариях мне советовали не ставить прямых ссылок, поэтому я не премину воспользоваться этим советом). Сразу же в форме регистрации заполните поле "Краткая информация о себе", вписав туда текст обратной ссылкой с нужным анкором (бесплатная обратная ссылка может вести на любую страницу вашего сайта, а не только на главную).

Для [вставки ссылки в текст используйте Html код](#), например, так:

```
1 Веду блог <a href="http://ktonanovenkogo.ru/">KtoNaNovenkogo.ru</a> - советы по  
созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов
```

Поле с адресом домашней странички при регистрации можете не заполнять, ибо эта ссылка все равно будет закрыта от индексации поисковыми системами (см. скриншот выше, где открытая для индексации обратная ссылка подсвечена светло-коричневым цветом с помощью замечательного плагина [Seobar](#)).

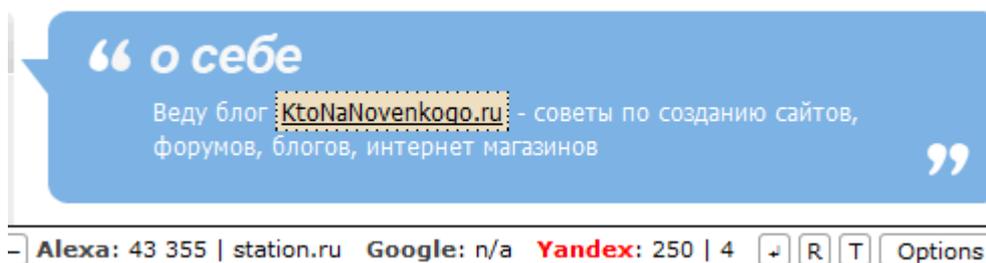
Чтобы узнать публичный URL странички своего профиля, где будет красоваться открытая для индексации поисковиками **абсолютно бесплатная жирная обратная ссылка**, вам нужно будет заменить мой логин Dima73 в приведенной ниже ссылке на свой, который вы задали при регистрации:

```
1 http://www.medlinks.ru/user.php?op=userinfo&uname=Dima73
```

Прогоните этот URL по аддурилкам [Яндекса](#) и [Google](#). Кстати, аддурилка Яндекса полезна еще и тем, что в случае, если данная страница закрыта от индексации поисковыми системами в [файле robots.txt](#), то вам будет об этом сообщено (что-то вроде губозакаточной машинки получается).

2. **Rusnovosti** - новостной портал с **ТИЦ=4000**, что само по себе очень даже круто, но, к сожалению, страничка с вашим профилем будет иметь **ТИЦ=250**, но это ведь тоже не мало, тем более, что у вас будет возможность проставить **бесплатную обратную ссылку с анкором**.

Для начала регистрируемся ([\\_http://rusnovosti.ru/registration](http://rusnovosti.ru/registration)), после чего перейдите по ссылке "Отредактировать свой профиль", авторизуйтесь и заполните поле "О себе", добавив туда текст с ключевыми словами и обратную ссылку на свой сайт, используя возможность встроенного визуального редактора.



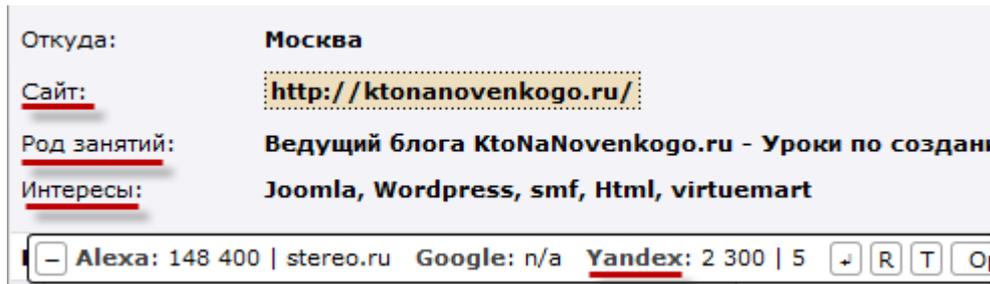
URL странички с вашим профилем вы можете получить, заменив мой логин Dimon76 на свой в приведенной ниже ссылке:

```
1 http://rusnovosti.station.ru/community/members/Dimon76/default.aspx
```

Ну и, как обычно, прогоните этот URL по аддурилкам (формам для добавления URL - от слов "add url") [Яндекса](#) и [Google](#).

3. **Stereo** - довольно известный ресурс с информацией об аудио- и видеоаппаратуре, у которого **ТИЦ=2300**. С его профиля можно будет получить открытую для индексации поисковыми

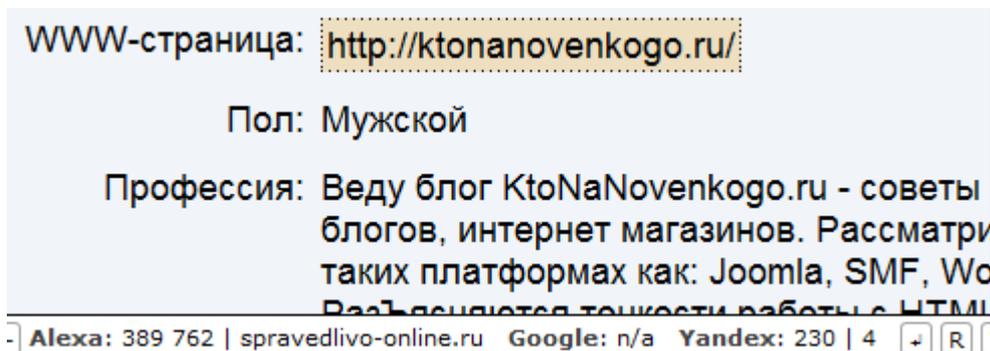
системами обратную ссылку, правда, без анкера, но мы компенсируем это добавлением околоссылочного текста.



Регистрируемся ([\\_http://www.passport.stereo.ru/registration](http://www.passport.stereo.ru/registration)), а затем переходим по ссылке "Управление учетной записью" и в самом низу окна заполняем поля "Дополнительная информация", куда вводим в соответствии с приведенным выше скриншотом обратную ссылку на свой сайт и вписываем околоссылочный текст (для придания тематичности странички вашего профиля).

**URL странички с бесплатной обратной ссылкой** вы можете узнать, посетив эту страницу ([\\_http://www.stereo.ru/forum/](http://www.stereo.ru/forum/)) и перейдя по ссылке со своим логином, расположенным в самом низу окна. Ну, и аддурилки вам в помощь, что гарантирует то, что поисковики обязательно обнаружат и проиндексируют ваш халявный беклинк.

4. **Spravedlivo-online - ТИЦ=230.** Традиционная бесплатная обратная ссылка из профиля без анкера, но с околоссылочным текстом. Регистрируемся ([\\_http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/index.php?register=yes](http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/index.php?register=yes)), подтверждаем регистрацию и авторизуемся, после чего попадаем на страничку редактирования данных профиля.



Здесь в области "Личные данные" в поле "WWW-страница" вводите обратную ссылку на свой проект, а в поле "Профессия" - добавляете околоссылочный текст. Чтобы найти URL странички с обратной ссылкой, вам нужно пройти на эту страницу ([\\_http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/](http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/)) и перейти по ссылке со своим логином, расположенным в самом низу. Аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#) - для того, чтобы уж наверняка проиндексировалась обратная ссылка.

5. **Paleo - ТИЦ=750.** Из профиля можно будет получить открытую для индексации поисковиками бесплатную жирную обратную ссылку с анкором, что очень даже не плохо для продвижения. Как обычно регистрируемся ([\\_http://www.paleo.ru/forum/index.php?action=register](http://www.paleo.ru/forum/index.php?action=register)), подтверждаем регистрацию и авторизуемся.

**ТИЦ:**  
**Email:** admin@ktonanovenkogo.ru  
**Сайт:** KtoNaNovenkogo.ru - блог для начинающих вебмастеров  
**Текущий статус:**  Online

Alexa: 287 439 | paleo.ru Google: n/a Yandex: 750 | 5

Далее переходите в настройки профиля и вводите в самые нижние поля название своего сайта (анкор бесплатной обратной ссылки) и его URL. Адрес публичной странички своего профиля с бесплатной обратной ссылкой вы сможете найти на этой странице ([\\_http://www.paleo.ru/forum](http://www.paleo.ru/forum)), щелкнув в самом низу по своему логину в поле "Последний пользователь".

6. **Formulakino - ТИЦ=550.** Обратная ссылка будет безанкорная, но мы попытаемся это несколько сгладить добавлением околоссылочного текста. Итак, регистрируемся ([\\_http://www.formulakino.ru/forum/ucp.php?mode=register](http://www.formulakino.ru/forum/ucp.php?mode=register)), потом подтверждаем регистрацию из письма и авторизуемся.

Род занятий: Веду блог KtoNaNovenkogo.ru- советы по созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов  
Интересы: joomla, smf, seo, wordpress, html, css, VirtueMart, хостинг, домены, вебмастер, начинающий, web-мастер, webmaster, php, mysql  
Сайт: <http://ktonanovenkogo.ru/>

Alexa: 68 995 | formulakino.ru Google: n/a Yandex: 550 | 4

Переходите в личный отдел ([\\_http://www.formulakino.ru/forum/ucp.php](http://www.formulakino.ru/forum/ucp.php)) и выбираете из левой колонки пункт "Профиль". Заполняете поля "Род занятий" и "Интересы" околоссылочным текстом, а в поле "Сайт" вставляете свою обратную ссылку.

URL публичного профиля вы можете найти внизу этого окна ([\\_http://www.formulakino.ru/forum/](http://www.formulakino.ru/forum/)) в поле "Зарегистрированные пользователи". Убедитесь, что **халявная обратная ссылка** присутствует и прогоните этот URL по аддурилкам [Яндекса](#) и [Google](#).

7. **Secnews - ТИЦ=1100.** Бесплатная обратная ссылка получится безанкорная, но с околоссылочным текстом. Регистрируемся ([\\_http://www.secnews.ru/forum/index.php?register=yes](http://www.secnews.ru/forum/index.php?register=yes)), после чего нас автоматически авторизует на сайте.

Форум Личные данные Информация о работе

Дата рождения: нет информации  
WWW-страница: <http://ktonanovenkogo.ru/>  
Пол: нет информации  
Профессия: нет информации  
Место жительства: нет информации  
Интересы: Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - советы по созданию сайтов блогов, интернет магазинов  
Подробно и доступно рассказывается обо всем, что может начинающему вебмастеру в его работе над сайтом, форум интернет-магазином. Рассматривается создание проектах платформ как: Joomla, SMF, WordPress, VirtueMart. Подробности работы с HTML, CSS, php, mysql.

Alexa: 628 978 | secnews.ru Google: n/a Yandex: 1 100 | 5

Заходите в профиль и жмете по надписи "Изменить профиль". В поле "WWW-страница" вводите URL вашей обратной ссылки, а в поле "Интересы" вводите околоссылочный текст. Найти URL публичной странички своего профиля вы сможете здесь ([\\_http://www.secnews.ru/forum](http://www.secnews.ru/forum)) в поле "На форуме за последние 10 минут".

На сегодня все, но тема **бесплатного получения халявных обратных ссылок с жирных сайтов** будет продолжена в последующих статьях рубрики [Жирные обратные ссылки](#).

## Обратные ссылки с профилей трастовых ресурсов за бесплатно new

*[Автор: Дмупий KtoNaNovenkogo](#)*

Сегодня будет очередная статья из серии [получения бесплатных обратных ссылок](#) на свой сайт с трастовых ресурсов. Как вы, наверное, уже знаете и понимаете, что вероятность легитимного получения [открытой для индексации поисковыми системами обратной ссылки](#) с трастового ресурса практически равна нулю (исключения только подтверждают правило). Никто не согласится на халяву размещать вашу обратную ссылку, да и не везде можно будет даже купить желанный бэклинк.



Вообще, в рунете довольно трудно получать добровольно проставленные открытые для индексации обратные ссылки за бесплатно. Причем, я говорю про обратные ссылки с любых ресурсов, а не только с трастовых. Вы, наверное, много раз слышали утверждение о том, что для получения **естественных бесплатных обратных ссылок** достаточно будет писать качественные, уникальные и полезные статьи. Халявные бэклинки после этого должны будут политься на вас, как из рога изобилия.

### Бесплатное продвижение сайтов в рунете возможно?

Ни фигя подобного, доложу я вам. Во всяком случае, в рунете я даже намек на такое явление не замечаю. Мне кажется, что все материалы, которые в изобилии встречаются в сети, где проповедуется такая истина,

являются переводами буржуйских статей. Причем, исповедуют веру в способность качественного контента существенно увеличивать ссылочную массу, как правило, именно начинающие вебмастера.

Но, к сожалению, получение бесплатных обратных ссылок за счет написания качественных статей возможно только в буржунете, и практически совсем не работает в рунете. У нас обратные ссылки являются ходовым товаром, который способны раздавать бесплатно лишь единицы. В рунете основным способом продвижения является покупка бэклинков в биржах типа Sape или в [биржах ссылок "навсегда"](#).

В буржунете же биржи ссылок, по сравнению с рунетом, выступают далеко не на первом месте при продвижении сайтов. **Обратные ссылки** с таких бирж в буржунете стоят не сопоставимо дороже, чем в рунете. Связано это, скорее всего с тем, что [лидер мирового поиска \(Google\)](#) очень плохо относится к покупке ссылок, стремясь к получению наиболее релевантной поисковой выдачи.

Поэтому пробиться в Google.com за счет покупных ссылок с бирж будет очень и очень проблематично. В рунете же, продажные обратные ссылки по прежнему очень хорошо работают для коммерческих проектов (для [некоммерческих покупка обратных ссылок в Sape](#) будет напрасной тратой денег).

В общем, буржуи опережают нас на несколько лет в плане используемых [методов поискового продвижения](#), но и мы когда-нибудь придем к таким же результатам. Но до тех пор, пока ссылки можно будет с успехом и практически безнаказанно со стороны поисковых систем продавать через биржи типа Sape или биржах ссылок "навсегда", получение халявных *обратных ссылок открытых для индексации поисковиками* нам не видать, пусть даже вы напишите шедевр, а не статью.

А вот когда [обратные ссылки будет реально опасно продавать](#) из-за опасения серьезных санкций со стороны поисковых систем, то и проставлять открытые бэклинки на качественные материалы станет не западло, ибо это уже не будет входить в противоречие с желанием [монетизировать свой проект](#).

Скорее всего открывать для индексации обратные ссылки на полезные ресурсы и материалы со временем станет правилом хорошего тона в рунете, так же как это имеет место быть в буржунете. Ну а пока остается уповать на тех отдельных вебмастеров, которые уже сейчас готовы пойти в разрез со стремлением заработать и открывающих обратные ссылки для индексации поисковиками. В общем-то, такие люди несомненно заслуживают уважения.

В связи со всем вышесказанным могу сделать неутешительный вывод - **продвигать сайт бесплатными методами** в рунете на данный момент невероятно сложнее, чем в буржунете. Остается очень мало инструментов внешней оптимизации, которые можно реально применить для бесплатного наращивания ссылочной массы. К числу этих инструментов можно отнести и получение бесплатных обратных ссылок с профилей трастовых сайтов - то, о чем я пишу на страницах рубрики [Бесплатные обратные ссылки](#).

Да, обратные ссылки с профилей будут иметь несоизмеримо меньший [статический вес](#) в глазах поисковых систем, нежели те же самые ссылки проставленные с основных страниц ресурса. Это, наверное, понятно всем и ожидать чудес сверх эффективности от бесплатных бэклинков с профилей было бы не правильно. Но, повторяю, что к сожалению, в условиях продвижения сайта в рунете найти что-либо более эффективное и при этом бесплатное практически не возможно.

Увы и ах, но даже многие профессиональные SEO конторы не брезгают *получением бесплатных обратных ссылок* с профилей, и даже некоторые из них делают основную ставку именно на такой способ продвижения. Все дело в том, что массовая закупка обратных ссылок в Sape и ей подобных биржах не всегда может привести к желаемому результату в продвижении, и зачастую снятие обратных ссылок купленных в Sape приводит не к падению сайта в поисковой выдаче, а наоборот, к росту позиций.

Этот парадокс объясняется скорее всего тем, что несмотря на принятые догмы, **обратные ссылки с ГС сайтов** могут обладать отрицательным весом (уменьшать статический вес страниц акцепторов), поэтому массовое снятие ссылочной массы, закупленной в биржах ссылок (а там ведь практически одни ГС) может привести к росту позиций. Некоторые оптимизаторы как раз в основном занимаются именно тем, что

потихоньку отсеивают из закупленной ссылочной массы откровенные ГС, обратные ссылки, с которых могут привести к понижению позиций в поисковой выдаче.

Но все выше сказанное вовсе не должно вас привести к мысли, что все плохо и безнадежно. Просто я хотел, чтобы вы трезво смотрели на вещи и не ждали чудес от этих бесплатных бэклинков. Бесплатные обратные ссылки и с профилей трастовых ресурсов нужны - в этом нет сомнений, но во-первых, вам придется потрудиться для их получения (бесплатно не означает не трудозатратно).

А во-вторых, эти халявные бэклинки принесут вам должный результат в продвижении проекта только в том случае, если контент вашего сайта уникальный и хорошо оптимизирован под поисковые запросы, а так же очень важно иметь разветвленную систему [внутренней перелинковки](#) для того, чтобы обратные ссылки с профилей, ведущие в основном на главную страницу, без проблем передавали статический вес страницам со статьями, которые вы будете бесплатно продвигать по [низкочастотным поисковым запросам](#).

Такая схема [бесплатного продвижения сайта](#) работает и проверена на данном блоге в течении полутора лет. За прошлый год у меня был [десятикратный рост посещаемости](#) - с 400 до 4000 посетителей в сутки.



Именно тогда я активно стал искать и получать бесплатные обратные ссылки с трастовых ресурсов, а так же вплотную и всерьез занялся [внутренней поисковой оптимизацией](#) всех статей (включая старые) и ручным усилением внутренней перелинковки (ранее я просто игнорировал возможность затачивания статьи под поисковые запросы, считая себя выше этого - глупый был).

Некоторые вебмастера не верят, что такой посещаемости можно достичь только за счет бесплатных методов продвижения. Думаю, что при желании это не сложно будет проверить, но можете поверить мне на слово - все **обратные ссылки были получены бесплатно** (из них пару десятков в результате обоюдного обмена).

Да, уникальный контент рулит не только в буржунете, но и в рунете, особенно, если его хотя бы немного заточить под какие-либо низкочастотные поисковые запросы (не поленитесь разобраться в этом, хотя бы опираясь на материалы рубрики [Поисковая оптимизация сайтов \(SEO\)](#), ибо результат вас приятно поразит).

Ребят, поймите, что нет ничего постыдного и зазорного во внутренней поисковой оптимизации текстов. Почему-то в рунете считается зазорным иметь целью получить достойную оплату за свой труд - видно это

отрывка былых социалистических идеологий. Но любая работа должна оплачиваться, да и не только в деньгах дело.

Судите сами. Написали вы действительно нужную статью, материалы, которые каждый день безуспешно пытаются найти сотни людей в рунете. Ну и что хорошего будет в том, что вы останетесь гордым и не опуститесь до [оптимизации текстов под тот поисковый запрос](#), который вводят эти самые страждущие знаний и ответов на свой вопрос (ну не совершенны еще поисковые машины, чтобы без вашей подсказки понять, о чем идет речь в вашей статье).

Вам будет плохо от того, что [посещаемость сайта](#) не позволит получить достаточную денежную (а почему нет) компенсацию за свой труд, а куча людей останется без быстрого и подробного ответа на свой вопрос. По-моему, это уже не гордость, а глупость чистой воды.

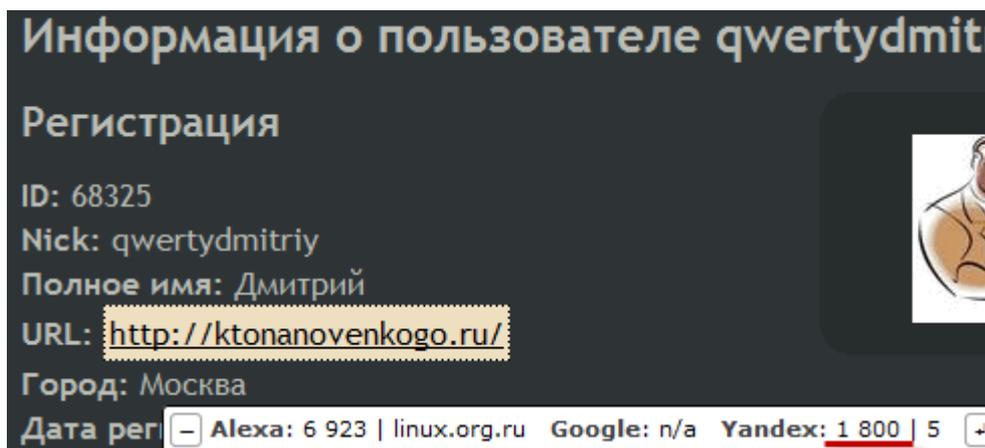
Сам не раз сталкивался с ситуацией, когда попадал на страницу с подробным ответом на мой вопрос, но такими окольными путями, что и сам повторить их не смог бы, а вот из поисковой выдачи ссылки на эту статью не было именно из-за **пренебрежения элементарной поисковой оптимизацией** (ну, не подсказал автор поисковику суть своей публикации с помощью повторения в разных [морфологических формах в тексте статьи](#) фразы предполагаемого поискового запроса). Аж зло берет в таких случаях, честное слово.

Ведь все мы в идеале работаем над общим делом - повышаем доступность к информации по тому или иному вопросу. Так почему же дав этот ответ мы стесняемся во все горло прокричать (как зазывала на рынке) о появлении нового материала. Интеллигенты ...?

В общем, я считаю, что в [поисковой оптимизации текстов](#) нет ничего зазорного, особенно если вы сами считаете, что написанный вами материал может кому-то помочь в разрешении какой-либо проблемы. В конце концов, почитайте советы самих поисковых систем по тому, как правильно писать и оформлять материалы для того, чтобы они были видны тем, кто именно их и ищет. ИМХО.

## Получение обратных ссылок бесплатно

1. **Linux -Титц=1800.** Уже ставшей традиционной обратная ссылка из профиля с трастового сайта. Ссылка будет без анкера, но даренному коню, как говорится, в зубы не смотрят. Будем благодарны и за это, тем более, что для передачи статического веса наличие или отсутствие анкера никакой роли не играет.



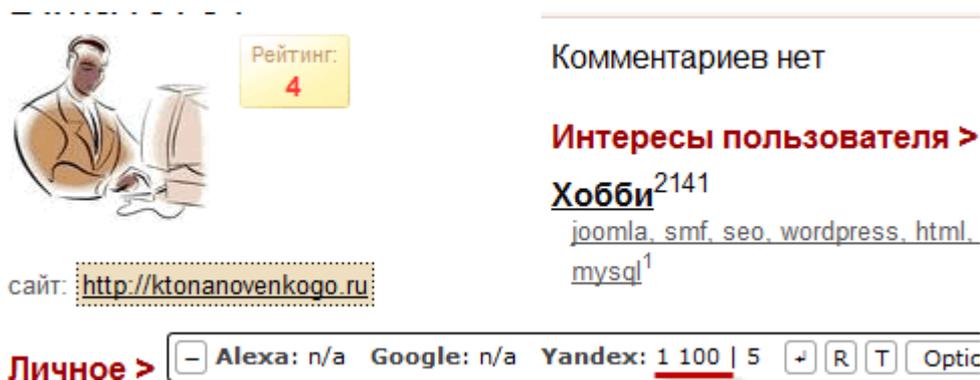
Сначала нужно будет, естественно, зарегистрироваться ([\\_http://www.linux.org.ru/register.jsp](http://www.linux.org.ru/register.jsp)). Сразу укажите обратную ссылку на свой ресурс, а в поле "Дополнительная информация" введите околоссылочный текст, для придания некой тематичности данному бэклинку. Дождитесь письма, перейдите по ссылке подтверждения и авторизуйтесь, не забыв ввести код из письма.

Справа, в самом верху окна щелкните по своему логину, в результате чего вы попадете на публичную страницу своего **профиля с бесплатной обратной ссылкой** на свой ресурс. Как вы

можете видеть на приведенном выше скриншоте, данная обратная [ссылка будет открыта для индексации поисковыми системами](#) (см. материал про [Seo плагин для Opera](#)).

Добавьте Url этой страницы в аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#). Кстати, если Яндекс не скажет вам, что добавляемая страница закрыта для индексации в [файле robots.txt](#), а плагин SEOba для Opera выделяет вашу обратную ссылку светло-коричневым фоном, то считайте, что проблем с индексацией этого халявного бэклинка поисковыми системами у вас не будет.

2. **Rodgor - Тиц=1100.** Зарегистрироваться можно на этой странице - [\\_http://www.rodgor.ru/register](http://www.rodgor.ru/register). После авторизации переходите в раздел "Редактировать профиль", щелкнув по одноименной надписи в верхнем правом углу страницы. На вкладке "Контакты" заполняете поле "Домашняя страница" (ваша обратная ссылка), а на вкладке "Интересы" можете добавить в "Хобби" ключевые слова по тематике вашего ресурса.



Рейтинг: 4

Комментариев нет

Интересы пользователя >

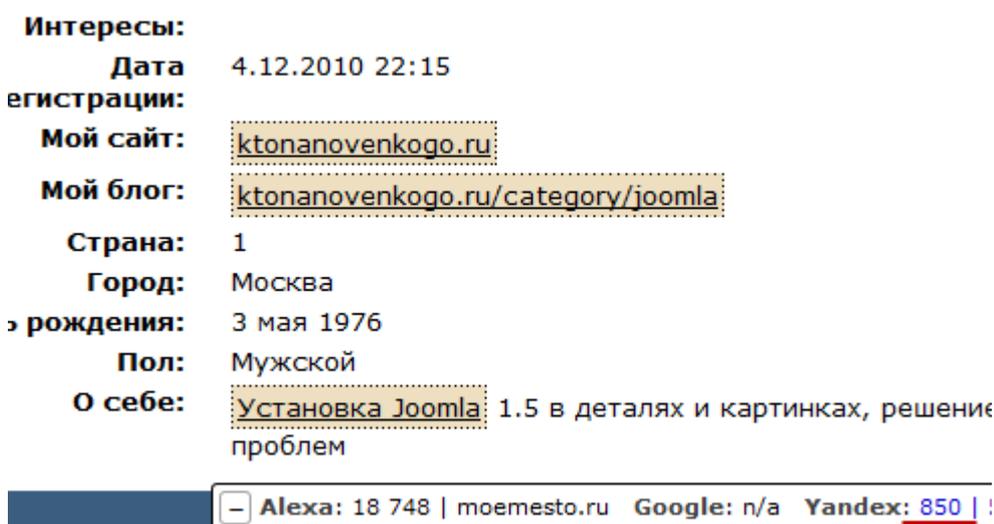
Хобби<sup>2141</sup>  
[joomla](#), [smf](#), [seo](#), [wordpress](#), [html](#), [mysql](#)<sup>1</sup>

сайт: <http://ktonanovenkogo.ru>

Личное > [- Alexa: n/a Google: n/a Yandex: 1 100 | 5 [R] [T] [Optic]

URL страницы с публичным профилем, на котором будет красоваться бесплатная жирная обратная ссылка можно узнать, щелкнув по своему логину в правом верхнем углу страницы. При желании, вы можете прогнать данный url по аддурилкам [Яндекса](#) и [Google](#).

3. **Moemesto - Тиц=850.** Жирную обратную ссылку можно получить с нужным вам анкором. В общем-то, при желании из одного аккаунта можно будет проставить до трех халявных бэклинков, но сначала потребуется зарегистрироваться ([\\_http://moemesto.ru/register/?from=auth](http://moemesto.ru/register/?from=auth)). После регистрации вас автоматически авторизует и можно будет приступать к добавлению обратных ссылок, зайдя в настройки своего профиля ([\\_http://moemesto.ru/setup/profile/](http://moemesto.ru/setup/profile/)).



Интересы:

Дата регистрации: 4.12.2010 22:15

Мой сайт: [ktonanovenkogo.ru](http://ktonanovenkogo.ru)

Мой блог: [ktonanovenkogo.ru/category/joomla](http://ktonanovenkogo.ru/category/joomla)

Страна: 1

Город: Москва

рождения: 3 мая 1976

Пол: Мужской

О себе: [Установка Joomla](#) 1.5 в деталях и картинках, решение проблем

[- Alexa: 18 748 | moemesto.ru Google: n/a Yandex: 850 | !

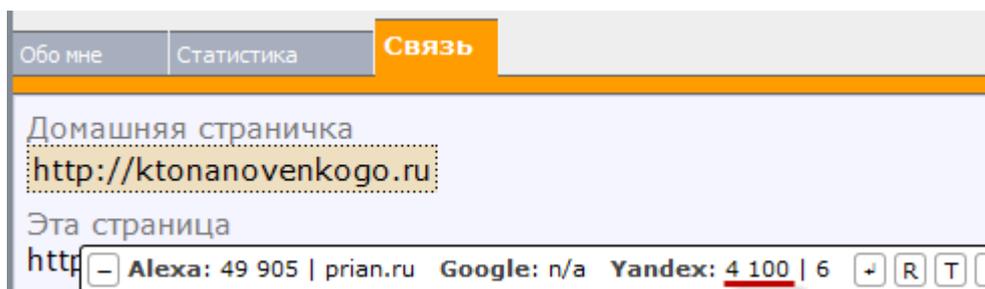
Обратные ссылки вы можете добавить в поля "Мой сайт" и "Мой блог", а так же в поле "О себе", используя [Html код ссылки через тег А и его атрибуты](#). Например, так:

<sup>1</sup> Веду блог [<a href="http://ktonanovenkogo.ru/">KtoNaNovenkogo.ru</a>](http://ktonanovenkogo.ru/) - советы по созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов

URL страницы с жирными обратными ссылками вы может получить, просто заменив логин в этой строчке на свой:

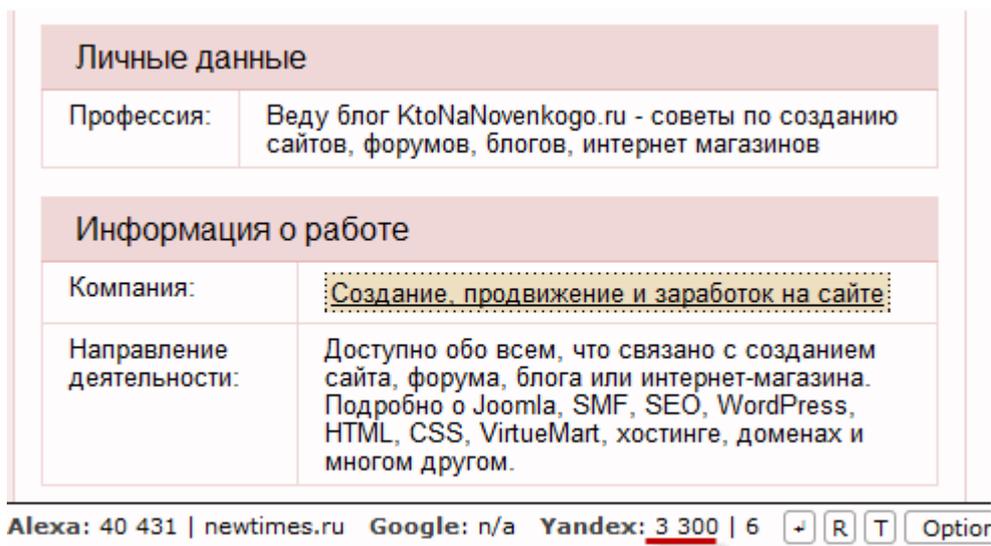
1 <http://moemesto.ru/DmitriyI/info/>

4. **Prian - ТИЦ=4100**. Бесплатная обратная ссылка без анкора, но зато с довольно жирного ресурса. Нужно будет зарегистрироваться ([\\_http://prian.ru/forum/register.php](http://prian.ru/forum/register.php)), дождаться письма и перейти по ссылке подтверждения. После авторизации, переходите в редактирование профиля ([\\_http://prian.ru/forum/profile.php?](http://prian.ru/forum/profile.php?)) и добавляете обратную ссылку в поле "URL домашней страницы".



В поля из области "дополнительная информация" можно будет, при желании, добавить околоссылочный тематический текст. Переходите на главную страницу, в самом низу которой находите свой логин с URL публичной страницы профиля, который потом прогоняете по аддурилкам поисковиков.

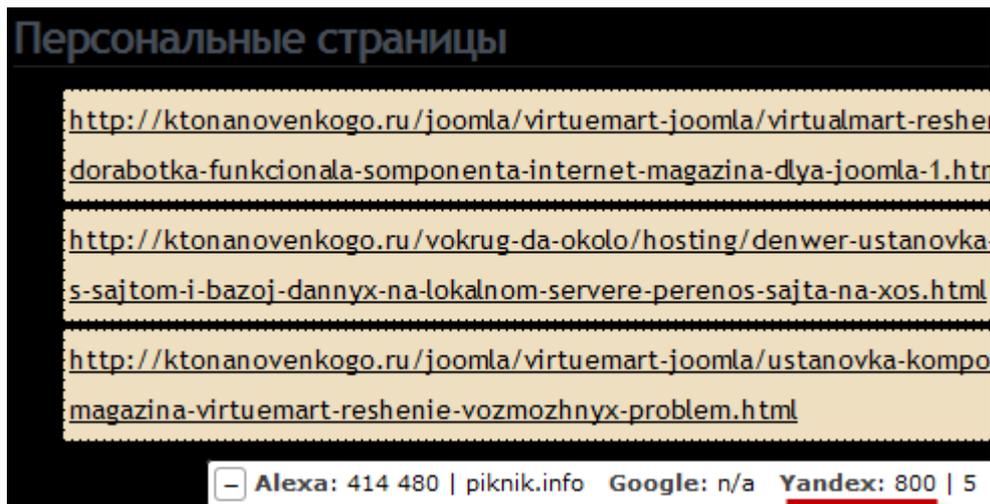
5. **Newtime - ТИЦ=3300**. Еще один жирный ресурс, с профиля которого можно будет получить **бесплатную обратную ссылку с нужным анкором**, что просто замечательно. Для начала неплохо было бы зарегистрироваться ([\\_http://newtimes.ru/communication/forum/index.php?register=yes&PAGE\\_NAME=profile&UID=10004](http://newtimes.ru/communication/forum/index.php?register=yes&PAGE_NAME=profile&UID=10004)), перейти по ссылке подтверждения из письма и авторизоваться на ресурсе.



Потом заходите в свой профиль и щелкаете по надписи "Изменить профиль". На вкладке "Информация о работе" вставляете обратную ссылку в поле "WWW-страница", а в поле "Компания" вводите анкор для этого бэклинка. Сохраняете произведенные изменения и прогоняете страницу профиля по аддурилкам поисковиков.

6. **Piknik - ТИЦ=800**. Можно получить несколько жирных бесплатных обратных ссылок на любые страницы своего ресурса (длина ссылок не ограничена). Как обычно, начинаем все с регистрации ([\\_http://piknik.info/register](http://piknik.info/register)), причем, можно сразу же заполнить поле "Кратко о себе"

околоссылочным тематичным текстом, а в поле "Список ссылок" - добавить обратные ссылки по одной на строчке.

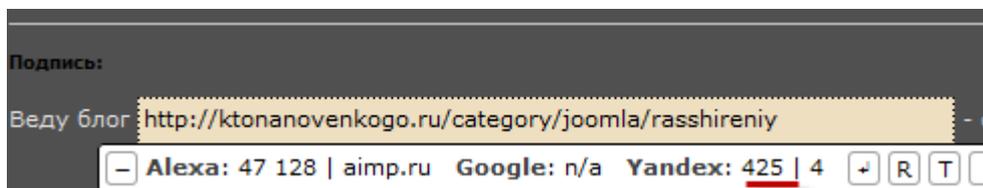


Url страницы публичного профиля вы можете получить, просто подставив свой логин в эту строку:

1 <http://piknik.info/users/Dima19731>

Ну и по аддурилкам, наверное, прогнать можно будет для верности.

7. **Aimp - Тиц=450.** Рядовая бесплатная обратная ссылка без анкера. Как всегда регистрируемся ([\\_http://www.aimp.ru/forum/index.php?action=register](http://www.aimp.ru/forum/index.php?action=register)), после чего вас сразу же авторизует на ресурсе. Потом переходите на страницу изменения профиля и в поле "Подпись" добавляете обратную ссылку и околоссылочный текст.



Далее идете на главную страницу и в самом низу находите свой логин, после чего копируете URL публичной страницы профиля и прогоняете его по аддурилкам. Все, бесплатная обратная ссылка у вас в кармане.

## Как разместить бесплатную ссылку на сайт

*Автор: Димпуй KtoNaNovenkogo*

**Ссылки на сайт бесплатно** и без особых хлопот хотят получить все вебмастера. Все ведь понимают, что практически любая ссылка, ведущая на сайт, пусть даже самая завалющаяся, будет учтена поисковыми системами и пойдет в актив вашего проекта. Если, конечно же, обратные [ссылки не будут закрыты от индексации поисковиками](#). **Обратные ссылки** закрывают от индексации поисковыми системами по разным

причинам, но в основном это связано с тем, чтобы избежать утечки [статического веса \(PageRank\)](#) с ресурса.



И вам я тоже советую [проверить открытость внешних ссылок для поисковиков](#) и при необходимости закрыть все внешние ссылки с вашего проекта, которые могут вести, например, на [сервисы счетчиков посещений](#) или какие либо другие похожие сервисы. Тем самым, вы бережете статический вес внутри своего проекта, в результате чего, статический вес страниц будет чуть больше и они будут находиться чуть выше в выдачах поисковых систем.

## Где можно разместить бесплатную ссылку и как это влияет на поисковую оптимизацию сайта

Ну, это уже немножко не в тему, ибо данная статья посвящена в первую очередь проблеме поиска сайтов, форумов, блогов, рейтингов, каталогов и прочих ресурсов, на которых можно будет **разместить бесплатную ссылку** на свой сайт. Вообще, если вы знаете, то существует два основных положения [поискового продвижения сайта \(SEO\)](#) - внутренняя оптимизация и внешняя оптимизация.

Я делаю акцент в основном на [внутреннюю поисковую оптимизацию сайта](#), которая в первую очередь заключается в оптимизации текстов статей и создании правильной [внутренней перелинковке страниц](#). Видите, как много ссылок на другие статьи проставлено уже в начале этой публикации. Таким незамысловатым образом можно добиться хорошей внутренней перелинковки, которая поможет равномерно распределять вес обратных ссылок по всем страницам проекта.

Получается своеобразная аналогия с разветвленной кровеносной системой. При вводе лекарства (уколом) в любую вену, через некоторое время оно равномерно распределится по всему организму. Так и при грамотной внутренней перелинковке - **статический вес обратных ссылок** равномерно распределится по всем страницам со статьями, в результате чего они немного подрастут в поисковых выдачах по тем или иным запросам.

Кроме этого правильная внутренняя перелинковка позволит наибольшему количеству страниц вашего проекта попасть в [основной индекс Google](#), а следовательно большее количество страниц вашего сайта будет участвовать в поиске и к вам придет больше посетителей. Благодаря только [внутренней поисковой оптимизации](#), ваш сайт по некоторым низкочастотным поисковым запросам сможет попасть в топ, а так же вы сможете получить достаточно высокое значение Google PageRank (PR) только за счет удачной внутренней перелинковки страниц.

Но все же, одной только внутренней поисковой оптимизации будет недостаточно. Нужно будет получить хотя бы немного обратных ссылок на свой сайт. Эти **обратные ссылки помогут получить статический**

вес для страниц вашего сайта, а так же помогут подняться вашему проекту в поисковой выдаче по тем или иным запросам. Но, правда, только в том случае, если обратные ссылки будут содержать ключевые слова, по которым продвигается та или иная ваша статья.

Но даже безанкорные обратные ссылки (без текста ссылки) передают статически вес на ваш сайт и [увеличивают его траст](#). Конечно же, самый популярный и простой способ получения обратных ссылок (внешней поисковой оптимизации сайта) - это **покупка обратных ссылок** на биржах подобных Sape или же на биржах вечных ссылок, подобных [GoGetLinks](#). Способ простой, но вам придется при этом расстаться с некоторым количеством денежных знаков, а это не всегда приемлемо для молодых проектов, перспективы и финансовые возможности которых еще не очень высоки.

В "проклятом буржунете", кстати, биржи ссылок играют совсем не такую большую роль в получении обратных ссылок, как в рунете. Во-первых, их биржи ссылок не очень развиты, а во-вторых, цены на тех биржах очень высоки и не сравнимы с ценами на наших клондайках обратных ссылок. Как же "проклятые буржуины" выходят из сложившегося положения и набирают все же необходимую ссылочную массу?

Все достаточно просто - буржуины изыскивают возможности **бесплатно разместить ссылку** на свой сайт в различных социальных сетях, блогах, сайтах, форумах и подобных ресурсах. Правда, у них гораздо проще обстоит дело с получением таких **бесплатных обратных ссылок на сайт**. В рунете вебмастера либо более злые, либо более жадные, но они крайне редко безвозмездно могут поставить обратную ссылку на какой-либо ресурс, а вот в буржунете это в порядке вещей. Знаю об этом я, правда, лишь по наслышке, но информация эта доходила до меня из разных источников, поэтому ей можно в какой-то степени доверять.

Так давайте же уподобимся прижимистым и прагматичным буржуинам и тоже будет решать вопрос **как и где можно разместить бесплатную ссылку** на свой проект. Вопрос этот не тривиальный в силу нашей национальной рунетовской черты, но зато его решение становится тем интереснее и вы с большим удовольствием будете класть в копилку очередную **бесплатную обратную ссылку**, добытую в неравном бою с жадностью и вредностью рунетовских вебмастеров.

Кстати, хочу так же с вами поделиться и другими слухами, которые сейчас циркулируют в кругу оптимизаторов и вебмастеров. В ближайшее время ожидается некоторое **смещение акцентов в отношении Яндекса к обратным ссылкам**, полученным с форумов и гостевых книг, а так же к обратным ссылкам, полученным или купленным на блогах. Связанно это, в первую очередь, с желанием прижать так называемые биржи вечных ссылок (аля Блогун). В чем же будет выражать смещение акцентов в отношении Яндекса к обратным ссылкам с этих ресурсов?

Обратные ссылки с блогов в ближайшее время могут потерять свой текущий вес, как это было сделано до этого с форумами и гостевыми книгами. В то же время обратные ссылки с форумов и гостевых книг, напротив, получают тот же вес, что и обратные ссылки с обычных сайтов. Эту информацию я привожу в пику тем, кто в комментариях к предыдущим статьям рубрики [Жирные обратные ссылки](#) говорил, что ссылки с профилей форумов сейчас ничего не стоят и не учитываются поисковыми системами.

Безусловно, что эти **обратные ссылки учитываются поисковиками**, но вот вес этих обратных ссылок с профилей форумов на данный момент несколько занижен в Яндексе, по сравнению с аналогичными обратными ссылками с профилей сайтов. Но, как я говорил выше, все может поменяться в ближайшее время, а поменяется или нет - это только Яндекс знает. Да и не один Яндекс дает нам поисковый трафик. Лично у меня, Google и Яндекс соблюдают некий паритет в плане [привлечения посетителей на мой блог](#).

## **Бесплатные обратные ссылки на сайт с рейтингов блогов и каталогов RSS лент**

Если вы продвигаете блог или же сайт, который имеет такую вещь как [RSS ленты \(feed, фуд\)](#), то **бесплатные ссылки на сайт** вы сможете получить с так называемых агрегаторов RSS лент (RSS каталогов) или же с рейтингов блогов. Конечно же, не все из каталогов RSS лент и рейтингов блогов позволят вам **разместить бесплатную ссылку** открытую для индексации поисковыми системами, но с

некоторых из них вы все же сможете получить обратные ссылки, которые будут учтены поисковыми системами. Именно о таких RSS каталогах и рейтингах блогов и пойдет речь в этой части статьи.

Для того, чтобы при добавлении своего ресурса в эти рейтинги блогов и каталоги RSS лент у вас не возникло проблем, советую вам предварительно [настроить трансляцию своей RSS ленты через сервис Feedburner](#). У вашей RSS ленты изменится адрес на подобный этому:

1 <http://feeds.feedburner.com/Ktonanovenkogoru>

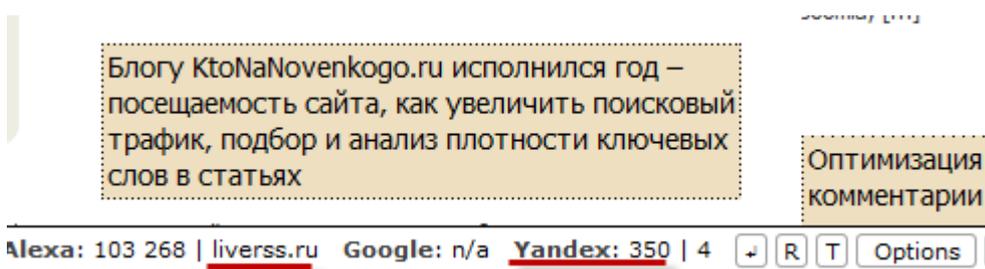
а так же вы получите возможность подсчитывать и отображать на своем сайте количество подписчиков на ваш RSS канал, а так же эта информация будет доступна и рейтингам, которые используют количество подписчиков на RSS ленту, как критерий ранжирования вашего проекта в рейтинге. Добавление вебсайта в рейтинги блогов или каталоги RSS лент довольно просто осуществляется и не требует каких либо ухищрений, которые нам встречались при попытке [получить бесплатные ссылки на сайт с различных профилей](#).

Искать страницы с обратной ссылкой на ваш сайт, чтобы добавить ее в аддурилки поисковых систем, тоже, наверное, не имеет смысла, да и в некоторых случаях это довольно сложно или вообще не возможно сделать. Поисковики сами найдут страницы с вашими обратными ссылками на этих рейтингах блогов или RSS каталогах и **проиндексируют бесплатные ссылки на ваш сайт**, в том случае, если они не будут закрыты от индексации. Давайте начнем с каталогов RSS лент, ибо все равно с чего начинать.

## Получаем бесплатные ссылки на сайт с RSS каталогов

Сначала начну с тех RSS каталогов, которые точно позволяют получить открытую для индексации поисковыми системами обратную ссылку, а затем приведу ссылку на список всех остальных RSS агрегаторов, которые я знаю, а так же дам ссылку и поясню как работать с программой по полуавтоматической регистрации в каталогах RSS лент и добавлению своего проекта в некоторые каталоги блогов.

1. Каталог русскоязычных RSS лент [LiveRSS](#) имеет неплохой **ТИЦ=350** и обратные ссылки с его страниц будут успешно проиндексированы поисковиками. В качестве подтверждения открытости для поисковиков **бесплатной обратной ссылки с этого каталога**, приведу скриншот:



Если вы помните по предыдущим статьям рубрики [Жирные обратные ссылки](#), то светло-коричневый фон обратной ссылки означает, что она не закрыта от индексации. Подсветить и увидеть **какие обратные ссылки закрыты от индексации поисковиками**, а какие открыты, вы можете с помощью специально заточенного [плагина для Оперы под названием SEObat](#).

Для добавления своей RSS ленты в каталог LiveRSS вам достаточно на главной странице ввести адрес своей [RSS ленты](#) в поле "Проверить/добавить RSS-канал" и нажать на кнопку справа от этого поля. Собственно все, можно переходить к следующему RSS каталогу.

2. RSS каталог [KanBan](#) имеет **ТИЦ=1000** и позволяет получить со своих страниц бесплатную обратную ссылку открытую для индексации поисковыми системами. Добавить свой RSS канал вы сможете [на этой странице](#), а найти страницу с материалами вашей RSS ленты на сервисе KanBan вы сможете, введя ее адрес в форму "Адрес RSS", расположенную в самом низу главной страницы.

Блогу KtoNaNovenkogo.ru исполнился год – посещаемость сайта, подбор и анализ плотности ключевых слов в статьях

Здравствуй...  
самым ва...  
Alexa: 137 247 | [kanban.ru](http://kanban.ru) Google: n/a Yandex: 1 000 | 5

Url страницы, где расположены **бесплатные ссылки на ваш сайт**, вы можете для ускорения их индексации поисковыми системами добавить в аддурилки поисковиков (аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#)).

3. RSS каталог [RSSReader](#) имеет ТИЦ=100 и позволяет **получить бесплатную обратную ссылку на сайт**, которую смогут проиндексировать поисковики. Добавить свою RSS ленту вы сможете на [этой странице](#). Для того, чтобы узнать адрес страницы с вашей RSS лентой, вы можете воспользоваться [встроенным поиском](#), выбрав область поиска "В лентах".

[KtoNaNovenkogo.ru](#) - блог для начинающих вебмастеров

Alexa: 122 720 | [rssreader.ru](http://rssreader.ru) Google: 0 Yandex: 100 | 3 R T Opti

URL страницы с бесплатными обратными ссылками вы можете прогнать для гарантии их индексации поисковиками по аддурилкам (аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#)).

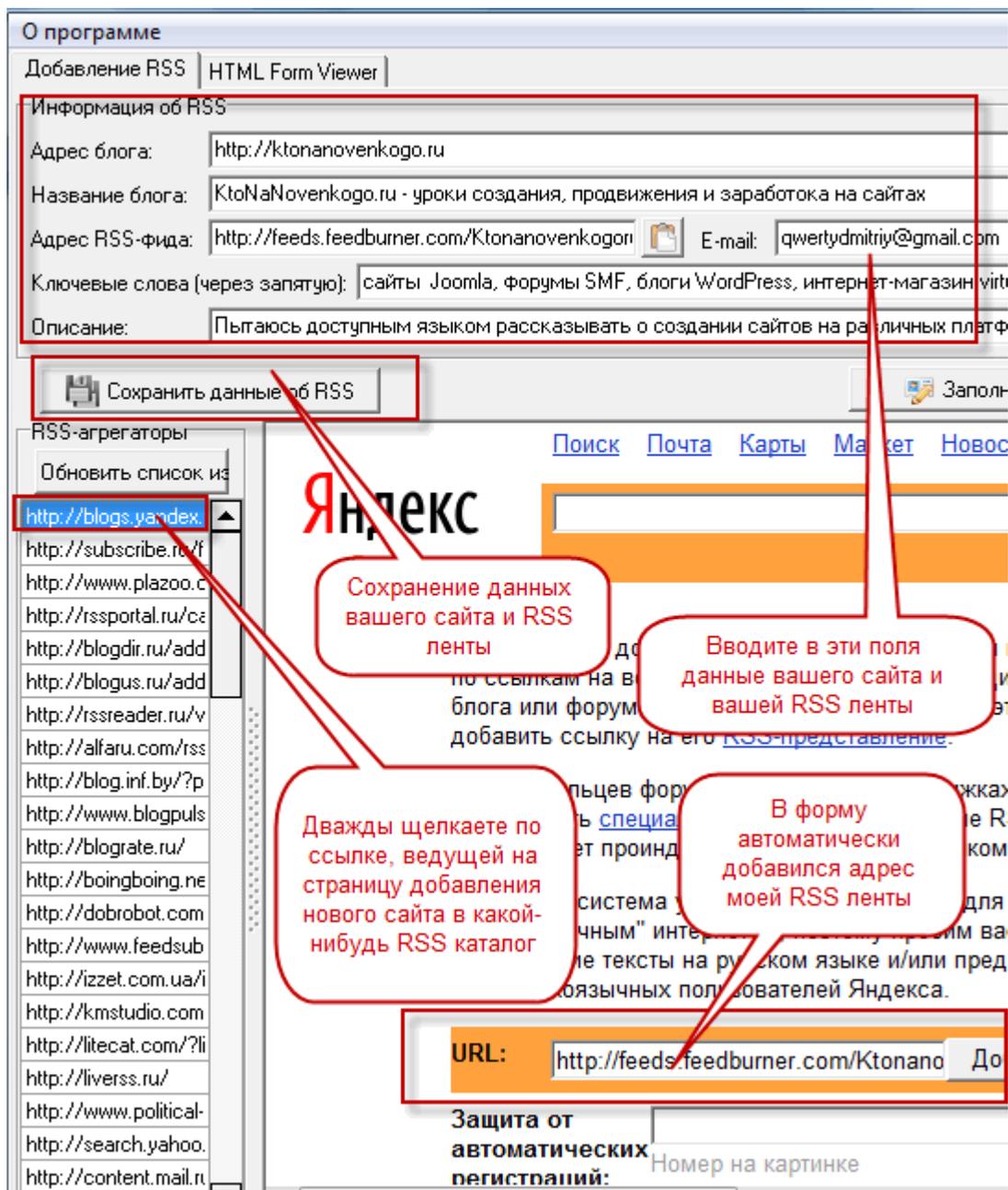
Вы можете так же добавить свой ресурс и в другие каталоги RSS, список которых вы найдете на [этой странице](#). Возможно, что часть обратных ссылок с этих RSS каталогов будет закрыта для индексации поисковыми системами, но все же какие-то обратные ссылки будут проиндексированы поисковиками.

### Автоматический прогон (добавление) сайта по базе RSS каталогов и рейтингов с помощью программы RssAdder

Кстати, есть довольно удобный способ добавления своего ресурса в RSS каталоги и некоторые рейтинги блогов - это программа для полуавтоматического прогона RssAdder. Скачать эту программу можно [со страницы автора](#) или же прямо [отсюда](#).

Программа RssAdder не требует установки. Вам достаточно будет распаковать архив и запустить файл RssAdder.exe. В открывшемся окне вам нужно будет заполнить все поля в области "Информация об RSS" и нажать на кнопку "Сохранить данные об RSS", расположенную чуть ниже. Теперь можно будет начинать **прогон по имеющимся в базе RssAdder RSS каталогам и рейтингам**.

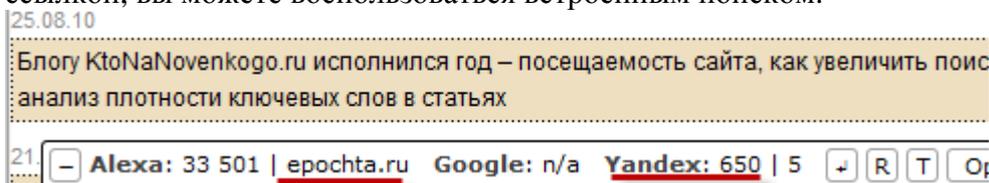
Для этого вам нужно будет дважды щелкнуть по адресу первого каталога в левой колонке под кнопкой "Обновить INI" (эта кнопка вам может понадобиться, если вы скачаете с авторского сайта новую базу каталогов и рейтингов в формате INI и скопируете ее в каталог с программой RssAdder). В результате, в центральной части окна программы откроется страница добавления сайта в каталог, на которой большинство данных автоматически заполнится из полей, расположенных вверху окна программы.



Вам останется только заполнить все оставшиеся обязательные поля и при необходимости ввести код капчи. Кстати, у меня не все капчи получалось проходить из окна программы и мне приходилось копировать адрес каталога в обычный браузер и проходить регистрацию там. В общем, программа работает не идеально, но тем не менее может существенно **облегчить и ускорить размещение бесплатных обратных** ссылок на ваш ресурс.

## Получаем бесплатные ссылки на сайт с рейтингов блогов

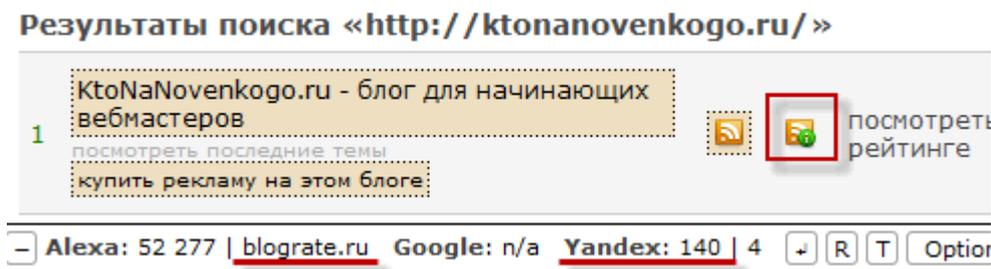
1. Рейтинг блогов [Epochta](#) имеет **ТИЦ=650** и с него можно запросто **получить бесплатные ссылки на сайт** при условии, что ваш ресурс является блогом или же просто имеет RSS ленту. Добавить свой вебсайт можно на главной странице в правой колонке, где вам нужно будет указать адрес и название вашего ресурса, а так же адрес RSS ленты. Для того, чтобы найти страницу с обратной ссылкой, вы можете воспользоваться встроенным поиском.



Страница с бесплатными обратными ссылками будет выглядеть примерно [так](#). URL этой страницы

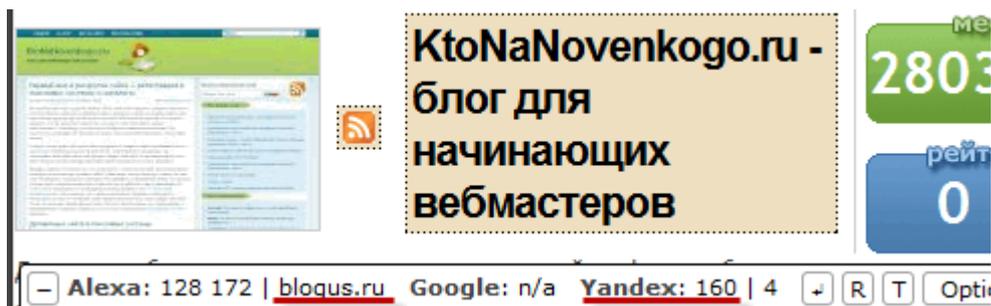
вы можете прогнать по аддурилка для ускорения ее индексации поисковыми системами (аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#)).

2. Рейтинг блогов [BlogRate](#) имеет **ТИЦ=140** и позволяет **разместить бесплатную обратную ссылку** на своих страницах. Добавить свой вебсайт можно в правой колонке главной страницы рейтинга, а найти страницу с бесплатными ссылками на сайт можно воспользовавшись встроенным поиском и нажав в результатах поиска по иконке похожей на RSS с зеленым восклицательным знаком "Посмотреть сведения об участнике":



URL страницы с бесплатными обратными ссылками можно прогнать по аддурилкам поисковых систем.

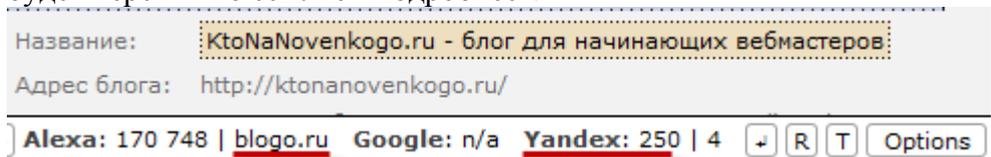
3. Рейтинг блогов [Блогус](#) имеет **ТИЦ=160** и само собой **позволяет получить бесплатные обратные ссылки**, иначе бы его не было в этом списке источников бесплатных бэков на сайт. Добавить свой ресурс вы сможете [на этой странице](#).



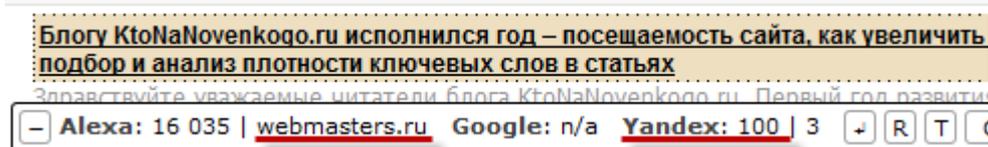
4. Рейтинг блогов [Блог Бустер](#) имеет **ТИЦ=140** и дает нам возможность **бесплатно разместить ссылку с нужным анкором**. Добавить свой ресурс можно на [этой странице](#), но, правда, рассмотрение новых блогов закрыто на несколько дней. Найти страницу с бесплатной обратной ссылкой вы можете с помощью встроенного поиска, введя название своего блога, а на открывшейся странице с результатами поиска вам нужно будет перейти по ссылке "Подробно".



5. Каталог блогов [Blogo](#) имеет **ТИЦ=250** и дает возможность **получить обратные ссылки на сайт бесплатно**. Сначала вам нужно будет [зарегистрироваться](#), а уже потом [добавить свой ресурс](#) в этот каталог. Найти страницу с бесплатной обратной ссылкой вы можете с помощью встроенного поиска, введя название своего блога, а на открывшейся странице с результатами поиска вам нужно будет перейти по ссылке "Подробнее".



6. Рейтинг блогов [Webmasters](#) имеет **ТИЦ=100** и позволяет получить **ссылки на сайт бесплатно** и с анкором (текстом ссылки). Добавить свой ресурс в рейтинг блогов вы можете на [этой странице](#).



На сегодня все, встретимся в следующих статьях рубрики [Жирные обратные ссылки](#), где я продолжу выкладывать жирные ссылки и рассказывать про **способы получения бесплатных ссылок на сайт**.

## Сервисы определения ссылочного бюджета

*Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)*

Приветствую Вас, уважаемые, читатели. В блоге [blog.dimok.ru](http://blog.dimok.ru) есть мой гостевой пост, где я занимаюсь ведением [seo blog seoadd.ru](http://seo.blog.seoadd.ru). Вы не знаете об этом блоге - [подпишитесь на RRS](#). Вашему вниманию хочу представить пост на тему "Сервисы определения ссылочного бюджета".

На сегодняшний день проблема правильной оценки ссылочного бюджета у многих оптимизаторов и SEO компаний стоит остро. Давайте начнем немного с истории.

### Какие способы определение ссылочного бюджета были раньше?

#### Один из вариантов.

Когда работали операторы anchor и link в поисковой системе [yandex.ru](http://yandex.ru) и непом - фильтр не был дифференцируемым. Надо было собрать обратные ссылки на конкурентов из Топа и посмотреть показатели PR и тИЦ этих доноров, и определить среднюю стоимость ссылок с этими показателями. В результате получаем сумму, которую нам необходимо будет потратить на покупку ссылок.

*Пример такого запроса:*

```
anchor#link="www.seoadd.ru"[seo]
```

#### Второй из вариантов.

Заходим в сервис [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru), вводим запрос и смотрим количество показов в месяц по этому запросу. Один показ стоил один рубль, данную стоимость выставляли клиенту.

### Как определять ссылочный бюджет сегодня?

На сегодняшний день стоимость зависит от самого сайта, его возраста, количества естественных ссылок и качества этих ссылок, количества страниц у сайта с уникальными текстами, позициях сайта по запросам и от прочих параметров, говорящих о качестве сайта. При оценке бюджета обязательно обращайте внимание на параметры сайта.

На рынке SEO существует много сервисов, позволяющих определить ссылочный бюджет как платно, так и бесплатно. Я разделил сервисы на несколько групп:

1. Сервисы автоматического продвижения, которые основаны на создании обратного индекса бирж ссылок и добавил к ним своих формул и параметров:
  - a. [seopult.ru](http://seopult.ru);
  - b. [rookee.ru](http://rookee.ru);
  - c. [webeffector.ru](http://webeffector.ru);
  - d. MegaIndex.ru -данные не подтверждены, что сервис работает таким образом.
  
1. Сервисы, собирающие обратные ссылки из поисковых систем, в которых эта возможность доступна:
  - a. [seobudget.ru](http://seobudget.ru);
  - b. SEOLib.ru.
  
1. Сервисы, позволяющие создать собственную формулу. Например, основываясь на данных из [direct.yandex.ru](http://direct.yandex.ru) и [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru).
  - a. [direct.yandex.ru](http://direct.yandex.ru);
  - b. [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru);
  - c. [adstat.rambler.ru](http://adstat.rambler.ru)
  - d. **begun.ru**
  - e. [AdSense.google.com](http://AdSense.google.com)
  - f. [adwords.google.com](http://adwords.google.com)
  - g. [siteexplorer.search.yahoo.com](http://siteexplorer.search.yahoo.com)

## Коротко об исследовании

Я решил проверить 7 запросов в различных сервисах и сравнить результаты. Запросы, которые я взял:

- пластиковые окна (п. о.);
- раскрутка сайтов (р. с.);
- офисная мебель (о. м.);
- авиабилеты (а.);
- столешницы (с.);
- двери из массива (д. из м.);
- пресс формы (п. ф.).

Сервисы для оценки бюджета:

- [-seopult.ru](http://seopult.ru)
- [webeffector.ru](http://webeffector.ru)
- [rookee.ru](http://rookee.ru)
- MegaIndex.ru
- [seobudget.ru](http://seobudget.ru)
- SEOLib.ru
- [direct.yandex.ru](http://direct.yandex.ru)
- [siteexplorer.search.yahoo.com](http://siteexplorer.search.yahoo.com)

Сервис / ключевой запрос	п. о.	р. с.	о. м.	а.	с.	д. из м.	п. ф.
<a href="http://seopult.ru">seopult.ru</a>	20 700р.	61 200р.	20 700р.	25 200р.	7 380р.	783р.	1 800р.
<a href="http://webeffector.ru">webeffector.ru</a>	71 055р.	56 205р.	31 950р.	14 805р.	7 020р.	1 350р.	1 080р.
<a href="http://rookee.ru">rookee.ru</a>	25 733р.	37 808р.	52 786р.	43 411р.	3 294р.	976р.	913р.
MegaIndex.ru	127 926р.	38 394р.	4 147р.	142 110р.	26 064р.	5 094р.	3 420р.
<a href="http://seobudget.ru">seobudget.ru</a>	6 280р.	28 500р.	26 487р.	18 510р.	6 646р.	1 670р.	2 965р.
SEOLib.ru	13 301р.	51 758р.	21 444р.	10 084р.	4 601р.	5 783р.	4 698р.
<a href="http://direct.yandex.ru">direct.yandex.ru</a>	241 441р.	8 630р.	58 540р.	22 720р.	5 136р.	1 744р.	544р.

<a href="http://siteexplorer.yahoo.com">siteexplorer.yahoo.com</a>	20 646р.	600 236р.	25 028р.	34 275р.	4 673р.	10 878р.	1 017р.
моя стоимость	40 000р.	30 000р.	30 000р.	20 000р.	8 000р.	1 500р.	1 300р.

Дачные, которые были получены мной, можно будет увидеть в ближайшее время.

В сервисах [seopult.ru](http://seopult.ru), [rookee.ru](http://rookee.ru), [webeffector.ru](http://webeffector.ru), megaIndex.ru берем значение, выставяемое сервисом.

В сервисе [seobudget.ru](http://seobudget.ru) я собирал обратные ссылки на конкурентов из Топа 1,2,3,4,5. и высчитал среднее арифметическое значение.

Ссылочный бюджет в [seobudget.ru](http://seobudget.ru) = (Топ1 + Топ2 + Топ3 + Топ4 + Топ5)/5

В SEOLib.ru собирал обратные ссылки на конкурентов из Топа 1,2,3,4,5,10. и высчитал среднее арифметическое значение.

Ссылочный бюджет в SEOLib.ru = (Топ1 + Топ2 + Топ3 + Топ4 + Топ5 + Топ10)/6

В сервисе [direct.yandex.ru](http://direct.yandex.ru) в разделе “Оценка месячного бюджета рекламной кампании” взял значение из столбца “Прогноз бюджета, у.е.\* ” напротив “гарантированные показы” и разделил на три, тем самым получил ссылочный бюджет.

В [siteexplorer.search.yahoo.com](http://siteexplorer.search.yahoo.com) взял значение с количеством обратных ссылок на каждый сайт из Топа 10. Высчитал среднее арифметическое количества ссылок по запросу и умножал на 5. Естественно, расчет был бы значительно точнее, если бы я посмотрел PR и тИЦ всех доноров, выставил им среднюю цену.

## В каждом сервисе есть плюсы и минусы

Сервис	завшает в max раз	занижает в min раз	скорость оценки	стоимость
<a href="http://seopult.ru">seopult.ru</a>	2	0,5	быстро	бесплатно
<a href="http://webeffector.ru">webeffector.ru</a>	1,9	0,7	быстро	бесплатно
<a href="http://rookee.ru">rookee.ru</a>	2,2	0,4	быстро	бесплатно
MegaIndex.ru	7,1	0,1	быстро	бесплатно
<a href="http://seobudget.ru">seobudget.ru</a>	2,3	0,2	долго	платно
SEOLib.ru	3,9	0,3	долго	платно
<a href="http://direct.yandex.ru">direct.yandex.ru</a>	6	0,3	быстро	бесплатно
<a href="http://siteexplorer.yahoo.com">siteexplorer.yahoo.com</a>	20	0,5	быстро	бесплатно

## Начнем с первой группы

### Плюсы:

- Seopult.ru.
  - Можно посмотреть, сколько денег тратит каждый из конкурентов на ссылки в бирже ссылок.
  - Можно посмотреть ссылки конкурентов.
- Rookee.ru.
  - Самая большая база ссылок.
- [budget.webeffector.ru](http://budget.webeffector.ru).
  - Сделали отдельный сервис для оценки бюджета [budget.webeffector.ru](http://budget.webeffector.ru).

### Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которых нет в биржах ссылок.

- [webeffector.ru](http://webeffector.ru).
  - В сервисе стоит ограничение на ввод слов за одну итерацию максимум 10 слов.
  - Надо вводить капчу.
- [rookee.ru](http://rookee.ru).
  - Нельзя копировать стоимости слов.
  - Кодировка в экспорте неправильная.

## Перейдем к сервисам второй группы

### Плюсы:

- Если оценивать конкурентов, на которых стоит не более 1000 ссылок, точность будет высокая.
- Можно посмотреть, сколько денег тратит каждый из конкурентов на ссылки.
- Получаем данные для аналитики, анкеры, PR, тИЦ, кол-во внешних ссылок и т. д.

### Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которые закрыты от индексации поисковых систем, показывающие обратные ссылки.
- Ограничения по сбору до 2000 ссылок.

### Сервис [direct.yandex.ru](http://direct.yandex.ru)

### Плюсы:

- Принцип работы основан на спросе в Директе.
- Альтернативный вариант оценки.

### Минусы:

- Если по данному запросу нет конкуренции в Директе, то данные будут занижены, или наоборот.
- Слова сортируются в алфавитном порядке.

### Сервис [siteexplorer.search.yahoo.com](http://siteexplorer.search.yahoo.com)

### Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которые закрыты от индексации в поисковой системе [yahoo.com](http://yahoo.com).
- Учитывает ссылки с другими ключевыми словами.

## Подведем итоги

На сегодняшний день существуют несколько сервисов, позволяющих определить ссылочные бюджеты для продвижения сайта. У каждого из них есть свои плюсы и минусы. Каким пользоваться - выбирать Вам самим. Лично я иногда пользуюсь сервисами [seopult.ru](http://seopult.ru), [budget.webeffector.ru](http://budget.webeffector.ru), [seobudget.ru](http://seobudget.ru) и [direct.yandex.ru](http://direct.yandex.ru). Спасибо большое за публикацию моего поста Димку.

## Покупаем ссылки с минимальным риском и максимальной пользой

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*



О том, как купить ссылки с минимальным риском и максимальной пользой для сайта. Итак, тут у нас собралась команда первоклассных специалистов, которые готовы поделиться своими мыслями и соображениями.

Я думаю многие знают о ком я: [Todd Malicoat](#), [Roger Montti](#), [Aaron Wall](#), и [Rand Fishkin](#).

**Давайте начнем с [Rand Fishkin](#) (Рэнда Фишкина)**

Рэнд попросил исключить его из этого диалога, т. к. он не занимается покупкой ссылок (Слышишь Google! SEOmoz не занимается покупкой ссылок...).

Он попросил быть последним, но кто-то пригрозил модератору, чтобы он начал первым. Бедный Рэнд — вечно невинный кролик и стае волков.

Он постарался быть предельно кратким и информативным по поводу покупных ссылок. Он не думает, что покупать ссылки это всегда плохо, но этого он никогда не делает для своих клиентов и SEOmoz. Он говорит, что он истинный SEO мастер.

**Проблемы с покупными ссылками:**

- Улучшены алгоритмы выявления таких ссылок поисковиками.
- Очень трудно предсказать какие санкции вы за это получите.
- Антиспам команда Google постоянно работает над улучшением эффективности борьбы с такими ссылками.
- Ваши конкуренты могут "настучать" куда следует за покупные ссылки. (Не будьте крысой).

**О том, какие советы дает он своим клиентам по трате денег для получения [бэклинков](#)**

- Пользовательский интерфейс высокого качества.
- Быстрота загрузки страницы (быстрые сервера).
- Вкладывайте в контент написанный пользователями + занимайтесь пожертвованиями.
- Организация и спонсирование различных событий.
- Покупайте авторский контент или технологии.
- Выпускать пресс-релизы.
- Создание эмблем и виджетов.
- Собирайте и публикуйте данные тестов.
- Наймите оптимизатора для контента, с которого планируется получать [естественные бэклинки](#).

**Рекламируйте контент используя:**

- StumbleUpon

- TechMeme
- реклама на Facebook
- [Твиттер](#)
- различные блоги
- различные медиа сайты

Выглядит не естественно, если вы покупаете большое количество ссылок, т. к. они появляются внезапно и одновременно. Все должно выглядеть натурально. За ссылки вам постоянно нужно платить, а естественные — бесплатны. Рэнд имеет такую точку зрения на покупные ссылки не потому, что так велит Google, а потому, что это выгоднее иметь естественные бэклинки.

## Следующий Roger Montti (Роджер Монтти)

Вы должны четко понимать весь риск покупки ссылок и то, что [Google](#) может сделать, выявив их.

### Меры предосторожности

Никогда не упоминайте о [покупных ссылках](#). Вы не можете быть уверенными, что за вами не наблюдают. И вообще сократите количество покупных ссылок.

### Чего не следует делать:

- Никогда не говорите прямо, что собираетесь купить ссылку (Как говорит Роджер: "спросить у человека сколько за ссылку — это как сколько стоит твоя девочка?!").
- Связывайтесь с теми сайтами, которые пытаются монетизировать.
- Никогда не покупайте ссылки на сайтах, которые переусердствовали с монетизацией.
- Не покупайте ссылки на сайтах, которые явно продают их: [ссылки в футере](#) или ссылки на сайты, которые явно не родственны этому сайту. Такие сайты быстро обнаруживают и я думаю вы не хотите быть зафильтрованными вместе с ними.
- Не покупайте ссылки на сайтах, которые имеют страницу с рекламой.
- Не покупайте ссылки на сайтах, которые ссылаются на не релевантные сайты.

### Три стадии проведения переговоров

- **Первый контакт:** Никогда не раскрывайте адрес своего сайта. Просто спросите о возможности размещения рекламы / спонсорства. Email должно быть короткое и прямое. Никогда не упоминайте слова как анкоры, покупка ссылок и т. д.
- **Второй контакт:** предложите цену. Должны ли вы занижать цену? Да, отчасти. Все еще ни слова о адресе сайта. Спросите не размещают ли они текстовые ссылки. Не отвечайте на чересчур любопытные письма.
- **Третий контакт:** совершение сделки.

Вы должны быть очень осторожны, если не хотите быть наказаны Гуглом. Вы должны предусмотреть все, чтобы эти ссылки не понизили рейтинг сайта. Поймите все риски, а затем уже предпринимайте все меры, чтобы их минимально снизить.

### Какие ссылки вы должны покупать?

- **Ссылки** на обновляемых сайтах.
- **Платные статьи:** размещение [ссылки в статье](#) выглядит натурально, стоит не дорого и может привлечь другие блоги. Не размещайте статьи на сайтах, где они продаются массово.
- **Баннеры:** выглядят натурально. Это реклама, а не покупка ссылок. Легче добиться размещения, чем обычных ссылок. Нет текстового анкора ссылки.

### Где лучше покупать?

- **Найдите уникальные места:** Кто использует ваш продукт? Где больше целевых пользователей? Не покупайте там, где уже есть ваши конкуренты.
- [Разнообразьте вашу ссылочную массу](#) ссылками с блогов, онлайн журналов, родственников вашей компании сайтов. Используйте благотворительные кампании.

## Теперь выслушаем Aaron Wall (Аарона Уола).

### Какая реклама чиста?

- Скрытые уловки ипотеки.
- Правительство врет о начале фиктивных войн.
- Студенты дают взятки.

Каждый из этих людей делают деньги. Но некоторые попадают в неприятности.

Недавно был опрос, который показал, что большинство пользователей не знали, что ссылки размещаемые на сайтах в большинстве своих случаев платные. Они думали, что они размещены лишь потому, что важны.

### Текстовые анкоры ссылок

- Вариации — меньше шансов попасть под фильтр. Используйте [модификации ключевых слов](#), альтернативные слова, множественное и единственное число.
- Сначала сделайте шаблон текстового анкора, а после этого подбирайте вариации под имя домена.
- Размещайте ссылки на внутренних страницах сайтов.

Место размещения ссылки имеет значение. Чем больше ссылок [окружено текстом](#) — тем лучше для вас. Ссылки внизу страницы обычно не учитываются поисковиками или имеют очень маленький вес.

### Покупайте ссылки с авторитетных сайтов:

- Каталога Best of the Web
- Yahoo! Каталог
- сайтов вашей отрасли
- Бартерный обмен
- Синдикация
- Награды
- Дискуссии
- [Покупайте сайты](#) конкурентов

Создайте имидж сайта. До тех пор, пока у вас будут бэклинки с качественных сайтов, плохие не будут так заметны.

Вы можете получить естественные ссылки:

- накопленным преимуществом
- частыми обзорами редакторов
- участием в сообществах
- показом на общественный обзор
- прекрасным дизайном сайта
- надежностью
- направлением трафика на лучшие материалы сайта.

## Следующая очередь Todd Malicoat (Тога Маликоата)

Покупка ссылок в наши дни стала грязной работой. Иногда это совсем не хорошо. Это тоже самое если бы всех женщин очаровывали, а не снимали...

### 6 важных вещей для привлечения ссылок и любви

- Ценность
- Качество
- Упорство
- Успех
- Обещание
- Выносливость

### Спрашивая о ссылке

Попросить о ссылке — это как совершить сделку. Не называйте это покупкой ссылок, назовите это развитием бизнеса. У всего есть броские никнеймы.

Это не простое задание убедить людей оставить ссылку на ваш сайт. Если вы слушаете SEO оптимизаторов, то должны знать, что существует три ссылки, которые передают PR.

### Как тренировать человека, занимающегося ссылочной массой

Как вы оцениваете ссылку? Общее количество уникальных ссылающихся [доменов](#), [общее количество ссылок](#), особые ссылки, контроль расположения текстового анкера, % сайта, цитирование, возраст сайта.

Объясните противоречия в [значимости PR](#). PR по [тулбару](#) мало чего значит. Если вы видите PR 0, то маловероятно, что он будет значить столько же сколько и PR7, однако, мы не знаем передает ли вес PR7. Отсюда и противоречия.

Покажите им отличное начало и почему это важно. Покажите как правильно подойти, чтобы получить [качественные бэклинки](#). Тод любит начинать с каталога Google.

Объясните как найти контактную информацию. Это очень просто — посмотрев на [WHOIS](#). Вы хотите послать индивидуальный запрос — Найдите имя на сайте, email, частые ключевые слова на странице и т.д. Возможно вы найдете номер телефона. Учитесь искать имя вебмастера для того, чтобы найти email.

**12 разных типов ссылок:** из каталога, [полученная обменом](#), ссылки "односторонние" с сайтов друзей и т. д. Объясните какие из них важные и более весомые для вашего сайта.

### Используйте инструменты.

**Другие рекомендации:** Используйте женские имена при попытках получить бэклинк. Они работают лучше. Используйте различные социальные сети для связи с людьми. Попробуйте различные методы общения. Не в коем случае не переходите на угрозы. Не бойтесь заводить диалоги.

Намереваясь получить ссылку на ваш сайт, убедитесь, что вы максимально информативны. Убедитесь в честности сотрудничества: ваша ссылка не стоит в [nofollow](#).

### В чем разница между покупкой ссылки и размещением пресс релиза на одном из ведущих сервисов?

**Тод:** семантическая

**Роджер:** Об этом можно долго спорить. В каком случае это купленная ссылка, а в каком это просто реклама?

**Покупая ссылки люди зачастую чрезмерно используют текстовый анкор. Есть ли какие-то ограничения?**

**Роджер:** Разнообразие выглядит натуральным — но [разнообразие в типе ссылок](#) и типе сайтов откуда вы получаете ссылку. Он любит это делать по возрастающей и следить, как это влияет на выдачу.

**MyOST:** в Рунете покупать ссылки не стыдно, более того - можно кричать об этом на каждом углу и ничего за это не будет. Пока что это действительно так, но рано или поздно все вернется в цивилизованное русло, когда многие вспомнят, что есть вебмастера и с ними нужно общаться, чтобы получить качественную ссылку.

Источник: [How to Buy Links With Maximum Juice and Minimum Risk](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Инструкция по покупке ссылок в подписях на форумах

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Покупка ссылок в подписях на форумах является эффективным методом для продвижения сайтов. Купив ссылки в подписях активных форумчан на популярных форумах по тематике вашего сайта, вы сможете не только подпитать продвигаемый сайт большим количеством тематических ссылок с нужным текстом, но и получить дополнительных целевых посетителей.



**Инструкция  
по покупке ссылок  
в подписях на форумах  
для продвижения сайтов**

Shakin.ru

По моим наблюдениям, ссылки с подписей отлично накачивают PR и хорошо влияют на рост позиций в поисковиках. Также ссылки с подписей на форумах положительно влияют на рост ТИЦ. Кроме этого, себестоимость таких ссылок в разы ниже, чем при использовании многих других методов.

Я широко применяю покупку ссылок в подписях на форумах. Сегодня я поделюсь с вами особенностями этого метода продвижения. По соотношению затраты/эффект ссылки в подписях на форумах очень выгодны. В итоге ваш сайт получает ссылки со многих страниц форумов, зачастую с прикрепленных тем, которые просматривает большое количество посетителей, а также с хороших пиаристых страниц, которые находятся в выдаче поисковиков.

Итак, приступим к операции. Сестра, скальпель! 🧐

### Как находить форумы по тематике

Если вы давно занимаетесь какой-либо тематикой, вам могут быть известны популярные форумы. Если нет - ничего страшного, форумы можно легко найти с помощью поисковиков. Делаем такие запросы (допустим, тематика - мобильные телефоны):

*телефоны форум*  
*сотовые форум*  
*мобильные форум*

Также можно задать поисковые запросы в соответствии с названиями движков форумов (для примера я привел два, форумных движков намного больше):

*мобильники vbulletin*  
*сотовые ipb*

Можно еще так:

*телефоны viewtopic*

### Какие форумы лучше для покупки подписей

Форум должен быть тематическим. Чем выше параметры ТИЦ и PR, тем лучше. Если форум находится в каталоге яндекса и dmoz.org - вообще замечательно. Чтобы быстро проверить эти данные, рекомендую пользоваться сервисами или программами, которых сейчас много. Можете использовать бесплатную программу [Сайт Аудитор](#), сервис [Be1](#) либо установите плагин [SEOquake](#) для браузера.

Важный момент - не все форумы подходят для покупки ссылок в подписях.

### Какие форумы подходят для покупки ссылок в подписях?

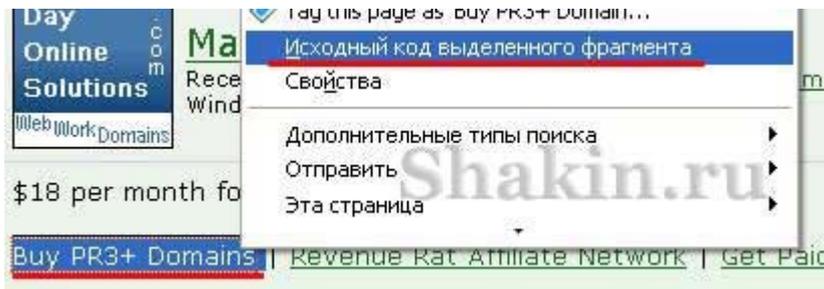
Ссылки в подписях должны быть прямыми (без редиректа) и не должны быть закрыты через noindex и nofollow.

### Как это проверить?

Очень просто. Заходим на форум. Потренируемся на моем любимом форуме [forums.digitalpoint.com](http://forums.digitalpoint.com). Заходим в любую тему, например, в [amy](#), посвященную, кстати, продаже ссылок в подписях на форумах. В англоязычном интернете покупка ссылок в подписях давно популярна. Приведу примерную стоимость из этой темы ссылок в подписи:

форум с PR8, discuz.net - 25\$ в месяц/16400 постов  
форум с PR7, phpwind.net - 18\$ в месяц/16500 постов

Итак, смотрим html код ссылки в подписи. Для этого выделяем ссылку в подписи, жмем правой мышкой и выбираем Исходный код выделенного фрагмента:



Код чист от всяких noindex и nofollow, ссылка прямая. Все замечательно:

```
<a href="http://www.dayonlinesolutions.com/domains.php?
sort=pagerank&soption=DESC" target="_blank">
Buy PR3+ Domains</a>
```

Если в коде ссылки присутствуют тег noindex (закрывает от индексации яндексом) или атрибут nofollow (закрывает от индексации гуглом), либо сделан редирект разными способами, то такой форум нам не нужен.

Приведу пример редиректной ссылки в подписи:

```
<a href="http://liveinternet.ru/click?
http://webmaster.yandex.ru/check.xml ">
http://webmaster.yandex.ru/check.xml</a>
```

### У каких форумчан лучше покупать ссылки?

Лучше всего - у модераторов. Иногда встречаю темы, в которых модераторы сами предлагают купить у них ссылку в подписи. [Пример](#). Модераторы хороши тем, что у них особые права и у них обычно больше прикрепленных тем, чем у обычных пользователей.

Лучше покупать ссылки в подписях форумчан с большим числом сообщений. На многих форумах есть полезные в этом плане функции. Например, на форуме [seobuilding](#) в нижней части вы легко найдете самых активных форумчан за сегодня и форумчан с наибольшим количеством сообщений по этим ссылкам:

10 авторов сегодня · Лучшие 10 авторов

Далее регистрируетесь на форуме и пишете выбранным форумчанам примерно такое личное сообщение:

*Добрый день!*

*Хотел бы купить у Вас ссылку на мой сайт [http://ваш\\_сайт.ru](http://ваш_сайт.ru) в Вашей подписи. Предлагаю \$10 в месяц.*

*Текст ссылки: текст вашей ссылки.*

*С уважением,*

*Ваше имя*

Сайт лучше укажите сразу, чтобы его могли посетить и убедиться, что у вас нормальный сайт, отвечающий законодательству. Также советую сразу указать стоимость, которую можете предложить.

Стоимость ссылок в подписях не зависит от ТИЦ и PR форума, а также от его нахождения в каталогах. Основные факторы ценообразования, по моему опыту, следующие:

- статус пользователя (модератор, состоит в особых группах, обычный);
- авторитет пользователя (можно определить по репутации или если немного почитать его сообщения);
- количество сообщений пользователя (чем больше, тем лучше);

- качество сообщений (чем развернутее и полезнее сообщения, тем лучше);
- количество созданных тем (у форумчанина должны быть не только простые сообщения, но и созданные им темы);
- дата регистрации (чем раньше, тем лучше);
- месячная активность (сколько сообщений в месяц в среднем, чем больше, тем лучше).

Советую предварительно бегло просмотреть сообщения пользователя. Не рекомендую покупать ссылки в подписях у флудеров, сообщения которых состоят из смайликов или нечленораздельных реплик типа “быы”, “йо, креведко” и “зачетно”.

Я часто покупаю ссылки в подписях на форумах у тех форумчан, которые создали популярные или прикрепленные темы с PR3-5. Часто такие темы просматривает большое количество посетителей. Еще я люблю пробивать такие темы на предмет нахождения в поисковиках (для этого можно набрать в поисковике заголовок темы в кавычках или просто набрать основные ключевые слова темы). Если тема в топе поисковиков - берем сразу! 🤔

Если купить ссылку в подписи у создателя такой темы и грамотно и привлекательно составить текст ссылки, то в итоге можно получать посетителей практически прямо из поисковиков. То есть действуем не напрямую, а немного в обход.

Можно пойти немного другим путем - если при изучении топов нужной вам тематики находите какую-либо тему форума, то можете попробовать купить ссылку в подписи у ее создателя.

Суть - постараться совместить количество ссылок с качеством.

Теперь интересный момент. Сестра, иглодержатель! 🤔

### **Какую стоимость предлагать за ссылку в подписи на форуме?**

Так как этот метод в рунете мало кто использует и большинство пользователей форумов про такое не слышали, то ссылки в подписях на русскоязычных форумах зачастую можно купить очень выгодно. Во многих случаях мне удается купить за \$5-20. В итоге за эту сумму при правильном подходе можно получить сотни и тысячи ссылок.

Если форумчанин постоянно пишет сообщения, то я продлеваю сотрудничество с ним и покупаю ссылки в его подписи на постоянной основе. Для проверки активности форумчан советую вести таблицу excel, в которой укажете ники, форумы и количество сообщений по месяцам. Очень удобно. Я еще оцениваю эффективность каждой подписи по пятибалльной шкале. Видимо, сказывается педагогическое образование 🤔 От двоечников отказываюсь. 🤔

Эффективность ссылок в подписях на форумах оцениваю в трех номинациях - рост позиций, рост беков и количество посетителей.

С одного форума я обычно не покупаю ссылки больше, чем у одного форумчанина. Лучше купить ссылки в подписях у 1 форумчанина на 10 форумах, чем у 10 форумчан на 1 форуме. Исключение - жирные и популярные форумы. На таких форумах я покупаю ссылки в подписях у 3-4 и более активных форумчан.

### **Как составлять текст ссылки?**

Текст ссылки я не делаю длинее 3-4 слов, чаще 2-3.

Если хотите сделать акцент на рост позиций, используйте нужный поисковый запрос. Для этого зайдите на сервисы подбора слов [яндекса](#) или [рамблера](#) и подберите нужный запрос. В общем, действуйте по всем правилам SEO. Я заметил, что ссылки с подписей на форумах отлично работают для среднечастотников (образно говоря, для фраз из 2-3 слов).

Если хотите, чтобы по вашей ссылке в подписи перешло побольше посетителей, то вы должны сделать акцент на привлекательность текста ссылки. Постарайтесь сделать его интригующим, но не откровенно рекламным. Не употребляйте слова “лучший”, “самый”.

Кстати, откровенно рекламные ссылки во многих случаях размещать в своей подписи форумчане не будут. Можете сделать красивый баннер или юзербар, но только если форумчанин не против.

Я советую сразу писать предложение о покупке ссылки в подписи 5-7 форумчанам на каждом форуме. Часть не ответит, часть откажется, часть запросит высокую цену. В итоге у вас будет выбор.

## Google дает больший вес естественным ссылкам, располагающимся в тексте

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

Могу сказать с уверенностью, что **вы отслеживаете свои позиции в Google**, даже тогда, когда авторитетные сео издания говорят, что ранжирование ключевых слов утратило свою прежнюю силу.

Вот ряд причин, почему вы продолжаете это делать:

- Дает вам знать удовлетворен ли Google вашей seo деятельностью или нет
- как воздействуют изменения сайта и страниц
- и конечно, это ставит перед вами все новые и новые цели для достижения успеха

**Мониторинг сайта** — хорошее дело, но отслеживаете ли вы в целом, [положение страницы в выдаче по ключевому слову](#) и что вообще делается вокруг вашего сайта?

К примеру, я продвигаю ключевик "**search engine optimization**" - конкуренция тут очень велика. После 8 месяцев работы я нахожусь на второй странице выдачи Google.

Каждую неделю я проверяю свои позиции, а так же **позиции своих 20-30 конкурентов** по этому запросу и действие фильтров Google.

И однажды я заметил, что один из сайтов - [SEOconsult](#), который находился **на 1 странице выдачи упал аж на третью**. Хочу заметить, что это уважаемый ресурс, который никогда не был замечен в спаме, имеет PR 6 и около 50000 бэклинков. Однако, взглянув на ссылочную массу сайта становится все понятно.

### Для начала, сравним

Если вы когда либо наблюдали такое с сайтом-конкурентом или это было с вашим сайтом, находясь на первой странице выдачи. Сейчас просмотрите сайты из выдачи на первой странице и выберите тот, который кажется слабее всех и с меньшим числом ссылок.

Я проделал это с поисковым запросом "search engine optimization" и выбрал самый слабый сайт - [Topclickmedia](#). У него было около 6000 ссылок это в разы меньше чем у конкурентов, а находился на первой странице.

Для анализа я использовал [SEObook backlink analyzer](#), но вы можете использовать любой удобный вам софт. Он показывает 1000 самых важных ссылок, но этого вполне достаточно чтобы понять что к чему.

Для начала посмотрим на результаты анализа сайта **Topclickmedia**:

Links	From	Status	Type	Link Text
1://the40h.com/category/webdevelopment	Y	Completed	.com	search engine optimisationarticles
1://www.webhostright.com/general-web-hosting-info/polic...	Y	Completed	.com	search engine optimisation work
1://www.dotzoo.com/resource.html	Y	Completed	.com	search engine optimisation website
1://www.rvandavid.net/Holiday.html	Y	Completed	.net	search engine optimisation website
1://www.ansafone.com/Blog/post/2009/05/16/Building...	Y	Completed	.com	search engine optimisation uk
1://affiliatipaymoney.com/the-art-and-science-of-seo-cont...	Y	Completed	.com	search engine optimisation techniques
1://www.manchesterstopthearg.org/page/4/	Y	Completed	.org	search engine optimisation technique
1://www.e17.com/indexing-changes-within-google.html	Y	Completed	.com	search engine optimisation tactics
1://www.tuningpointabook.com/tag/seo-updated	Y	Completed	.com	search engine optimisation tactics
1://readrockwrite.com/post/My-Credit-Card-Refused-Agai...	Y	Completed	.com	search engine optimisation survey
1://www.opervision.com/Blog/post/2009/10/19/How-to...	Y	Completed	.com	search engine optimisation survey
1://vdcruisenet.net/post/2008/04/30/Display-Picture-Meta...	Y	Completed	.net	search engine optimisation survey
1://nermins.net/post/2008/09/Implementing-MVC-Site-usi...	Y	Completed	.net	search engine optimisation survey
1://www.serioushomebasedbusiness.com/work-at-home/...	Y	Completed	.com	search engine optimisation strategy
1://webwideway.com/page/2/	Y	Completed	.com	search engine optimisation purposes
1://www.unbox.com/category/technology	Y	Completed	.com	search engine optimisation practitioners
1://thebooksreview.com/title-tags-and-a-strategy-for-seo...	Y	Completed	.com	search engine optimisation practices
1://www.caerers.com/page/3	Y	Completed	.com	search engine optimisation or SEO
1://www.blognamic.com/porter-domains-and-domain-mas...	Y	Completed	.com	search engine optimisation of your website
1://www.psu.fc.com/learn-and-master-the-technique-of-go...	Y	Completed	.com	search engine optimisation marketing
1://www.fruitventure.com/category/internet-marketing-an...	Y	Completed	.com	search engine optimisation marketing
1://www.oneyousmooth.com/how-to-make-your-website-st...	Y	Completed	.com	search engine optimisation marketing
1://inedec.info/tag/seo/	Y	Completed	.info	search engine optimisation marketing
1://www.si-pl.com/resources.html	Y	Completed	.com	search engine optimisation london
1://www.addictivemedia.co.uk/link-partner-4.html	Y	Completed	.in	search engine optimisation london
1://www.seopublicrelations.com/	Y	Completed	.com	search engine optimisation london
1://www.emcolred.com/resources.html	Y	Completed	.com	search engine optimisation london
1://www.sysnetinfosys.com/resources.html	Y	Completed	.com	search engine optimisation information
1://www.jackysopinion.com/	Y	Completed	.com	search engine optimisation information
1://www.theassociatereference.com/	Y	Completed	.com	search engine optimisation information
1://blog.wservemews.com/post/2009/07/17/IT-Performa...	Y	Completed	.com	search engine optimisation info and advice
1://wddb.wine-doors.org/node/34	Y	Completed	.org	search engine optimisation info and advice
1://www.solchina.org/	Y	Completed	.org	search engine optimisation in the UK
1://digitaldreams-si.com/internet-marketing-top-click-media...	Y	Completed	.com	search engine optimisation in the UK
1://desktopgirls.bravejournal.com/	Y	Completed	.com	search engine optimisation in the UK
1://www.markzyl.com/	Y	Completed	.com	search engine optimisation in the UK

Здесь я особо хочу выделить ссылки, которые имеют вариации текстового анора "search engine optimization".

Из анализа вырисовываются 3 вещи:

- Ссылочная масса построена из разных вариаций ключевой фразы, 25% точных анкоров и 39% - вариаций.
- Ссылки расположены на внутренних страницах сайта, а не на главных.
- Ссылки расположены в контенте или части записи.

Хочу сказать, что это очень хорошая стратегия сайта **Topclickmedia** размещать ссылки в контенте используя огромное количество вариаций, вывела его в топ выдачи.

Итак, после анализа и не глубоких рассуждений видно как **Google** относится к ссылкам с вариациями поискового запроса, которые находятся внутри текста.

## Теперь взглянем на сайт SEOconsult

Links	From	Status	Type	Link Text
<a href="http://www.aliclockonline.com/resources_computers_2.html">http://www.aliclockonline.com/resources_computers_2.html</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimization
<a href="http://www.creamentias.com/e-commerce.php">http://www.creamentias.com/e-commerce.php</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimization
<a href="http://gameshows.about.com/b/2005/05/04/deal-or-no-dea...">http://gameshows.about.com/b/2005/05/04/deal-or-no-dea...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimization
<a href="http://www.innovativepeople.com/linkous.html">http://www.innovativepeople.com/linkous.html</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation:
<a href="http://www.pjgighthouse.com/2005/03/16/the-amazing-jar-47/">http://www.pjgighthouse.com/2005/03/16/the-amazing-jar-47/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.ericamusik.com/Links.html">http://www.ericamusik.com/Links.html</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.kidreviewer.com/2002/08/bare-naked-ladies-en...">http://www.kidreviewer.com/2002/08/bare-naked-ladies-en...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.wiseguysonly.com/">http://www.wiseguysonly.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.buydevelop.com/resources.htm">http://www.buydevelop.com/resources.htm</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://links4web.net/computers/Internet/">http://links4web.net/computers/Internet/</a>	Y	Completed	.net	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.houndit.com/hnd2.html">http://www.houndit.com/hnd2.html</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.feelinglirty.com/we-re-all-connected/">http://www.feelinglirty.com/we-re-all-connected/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://newsblaze.com/story/200905090017020001.pr/tops...">http://newsblaze.com/story/200905090017020001.pr/tops...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://blogs.sun-sentinel.com/sports_hockey_panthers/2009...">http://blogs.sun-sentinel.com/sports_hockey_panthers/2009...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.itbusinessnet.com/articles/viewarticle.jsp?id=74...">http://www.itbusinessnet.com/articles/viewarticle.jsp?id=74...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.pressabout.com/seo-consult-add-3-search-engin...">http://www.pressabout.com/seo-consult-add-3-search-engin...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.searchengin rankings.co.uk/">http://www.searchengin rankings.co.uk/</a>	Y	Completed	.uk	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.mayuri.co.in/webdesign.htm">http://www.mayuri.co.in/webdesign.htm</a>	Y	Completed	.in	Search Engine Optimisation
<a href="http://shankerbakshi.com/2009/05/05/membership-site-mas...">http://shankerbakshi.com/2009/05/05/membership-site-mas...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.brisbaneseo.com.au/">http://www.brisbaneseo.com.au/</a>	Y	Completed	.au	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.redtraffic.org/favorites.html">http://www.redtraffic.org/favorites.html</a>	Y	Completed	.org	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.ebgenius.com/">http://www.ebgenius.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.claimsolicitors.co.uk/">http://www.claimsolicitors.co.uk/</a>	Y	Completed	.uk	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.hire-a-designer.com/resources.html">http://www.hire-a-designer.com/resources.html</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.tecommerce.com/itemap.html">http://www.tecommerce.com/itemap.html</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.paddle-taiwan.com/">http://www.paddle-taiwan.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.mycoolatats.com/service.php">http://www.mycoolatats.com/service.php</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.logodesignpros.co.uk/links/logo-design.asp">http://www.logodesignpros.co.uk/links/logo-design.asp</a>	Y	Completed	.uk	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.nierva.com/pacquiao-wins-vs-hatton-2nd-round-t...">http://www.nierva.com/pacquiao-wins-vs-hatton-2nd-round-t...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://layouts.ironmyers.com/">http://layouts.ironmyers.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://c3a-sys-con.com/node/906330">http://c3a-sys-con.com/node/906330</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.seopromotioncompany.com/">http://www.seopromotioncompany.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://planetozh.com/">http://planetozh.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://pressexposure.com/SEO_Consult_Launch_New_SEO...">http://pressexposure.com/SEO_Consult_Launch_New_SEO...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.realwebstemarketing.com/directory/Computers_...">http://www.realwebstemarketing.com/directory/Computers_...</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation
<a href="http://www.floresless.com/">http://www.floresless.com/</a>	Y	Completed	.com	Search Engine Optimisation

Теперь время взглянуть на ссылки сайта SEOconsult, возможно нам удастся найти ключ к его падению:

Как видно, все ссылки имеют анкор с точным поисковым запросом: **"search engine optimisation"** и **"search engine optimization"** - практически без вариаций. Однако это не все. Все ссылки находятся в футере, сайдбарах или просто в каталоге.

## Итак... мой приговор...

Скорее всего, сайт SEOconsult попал под фильтры из-за большого количества одинаковых текстовых анкоров и оказался на 3 странице выдачи.

## Для чего это делает Google?

Это совсем просто:

- Борьба с платными ссылками в каталогах, футерах, сайдбарах.
- Фильтрация происходит из-за большого количества одинаковых анкоров в ссылках, т. к. Google не хочет выглядеть глупцом
- более ценятся ссылки в контенте и на внутренних страницах сайта, т. к. они выглядят более естественно.

## Вывод

Я не хочу говорить, чтобы вы отказались от ссылок в футере и других местах сайта. Я просто хочу подчеркнуть, что **ссылочная масса вашего сайта должна быть более естественной** и содержать ссылки с разнообразными текстовыми анорами. Нормальным будет 25% ссылок с точным анкором от всей массы.

Я надеюсь, что информация была полезной для вас.

Источник: [Google Finally Gives More Weight To Editorial, Natural Link Profiles](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Стоит ли обмениваться взаимными ссылками?

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Хочу сказать, что я не сторонник взаимного обмена ссылками по ряду причин: теряется вес ссылки, передается PR и выглядит это все как спам.

За последние 3 месяца я слегка изменил свою точку зрения.

У меня есть **сеть блогов**, некоторые из них доставили мне достаточно проблем, я делал много усилий, чтобы попасть на первую страницу.

После долгого разговора с моим близким другом и обдумыванием стратегии продвижения, я решил сделать **обмен ссылками с 2 качественными сайтами**. Тогда, мне не было дела до текстовых анкоров и я просто написал адрес домена.

В принципе, этот обмен для меня ничего не значил, сайт приносил примерно \$20 в месяц!

После этого обмена прошло около недели и я не только поднялся в выдаче на первую страницу, но и попал в топ 5! Это означало получение трафика в 20 раз больше чем было прежде и дополнительные \$5. И это сделали 2 ссылки!

Немного поясню, блог был небольшой и тематика низкой конкурентности. Я знаю каждую ссылку на мой блог, так как их количество не измерялось тысячами, да же не сотнями. Поэтому я сделал вывод, что взаимный обмен ссылками поднял мой блог в топ.

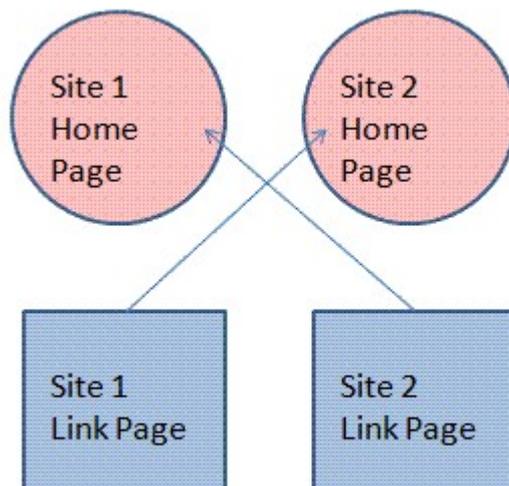
### Как правильно обмениваться ссылками?

Перед тем как вы лихорадочно начнете обмен ссылками разрешите мне рассказать несколько правил и предостережений:

- Всего было установлено 2 ссылки, не рекомендуется устанавливать 10-15 ссылок.
- Перелинковка должна быть только с тематическими сайтами.
- Упоминайте ссылки не только в сайдбаре (типа друзья), а еще и в постах.
- Не обменивайтесь с кучей сайтов в один момент! Нужно делать небольшой промежуток времени.

### Пожалуйста! Не делайте этого!

Ниже представлена схема перелинковки, от которой я вас сразу же попрошу отказаться!



95% предложений по обмену ссылками будет как указано на схеме выше.

**Означает это следующее:** вас просят установить ссылку на главной странице, а в обмен вы получаете ссылку из целого проспамленного каталога этих ссылок. И поэтому бэклинки на ваш сайт будут расценены как спам и сайт попадет под фильтр поисковых машин.

## В чем разница размещения ссылок в различных частях сайта?

Если вы устанавливаете ссылку на всех страницах сайта, то вы рискуете потерять PR каждой из страниц. Будете ли вы это делать для бесполезной для вас ссылки??

Специальные страницы для обмена ссылками не делаются для пользователей, они делаются для роботов поисковых машин, обычно они заспамлены и выглядят ужасно!

Поэтому **бойтесь оставить бэклинк на ваш сайт на такой странице**. Вы могли заметить блок "ссылки" в правом сайдбаре. Ссылки там размещаются строго тематические и постепенно.

**MyOST:** идеальный обмен ссылками - это обмен не только для поисковых систем, но и для получения трафика. Я бы не рекомендовал обмениваться ссылками из "мест" вроде "каталог ссылок", который давно превратился в помойку, хотя если Вам нужно прокачивать сателлиты - ради Бога 😊 обменивайтесь, но для нормальных проектов - побойтесь Бога 😊

## Несколько слов о мерах безопасности при обмене ссылками

Не делайте этого с молодыми сайтами, сначала дайте сайту набрать хоть какой-то вес: размещая статьи с обратной ссылкой, естественные бэклинки.

Затем, когда ваш сайт стал известен, можно начинать искать партнеров для обмена ссылками:

- 1 — многие не согласятся обмениваться с вами, если у вас сайт с нулевыми параметрами
- 2 — когда на ваш сайт ссылаются другие, в глазах вебмастеров он будет желаем для обмена.

Источник: [Is Reciprocal Link Building Worthwhile?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Распределение анкоров ссылочной массы

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*

Сегодня я хочу рассказать одну из теорий [SEO](#), которую можно сформулировать следующими словами - "Чрезмерная оптимизация текстового анкера может привести к так называемым санкциям со стороны Google, так как в алгоритме Google использует ряд фильтров по отношению к текстовым анкерам".

Выше сформулированная теория, предполагает несколько следующих вопросов:

1. **Что такое оптимизация текстового анкера?**
2. **Должны ли мы вообще заниматься этим?**
3. **Возможно ли вообще переоптимизировать текстовый анкор?**

Следующий пост содержит некоторые реальные исследования, что и дало мне толчок для собственных размышлений по поводу текстовых анкоров.

### Что такое оптимизация анкера?

Я уверен, что большинство из вас знает что такое **текстовый анкор** или **текст ссылки**, но для тех кто не знает я поясню — это текст, который используется в ссылке, ведущей на ваш сайт, или текст в тегах 'a' или 'alt'. Это и есть текстовый анкор, а его оптимизация — это употребление нужных ключевых слов, которые используются в ссылке, ведущей на нужную вам страницу.

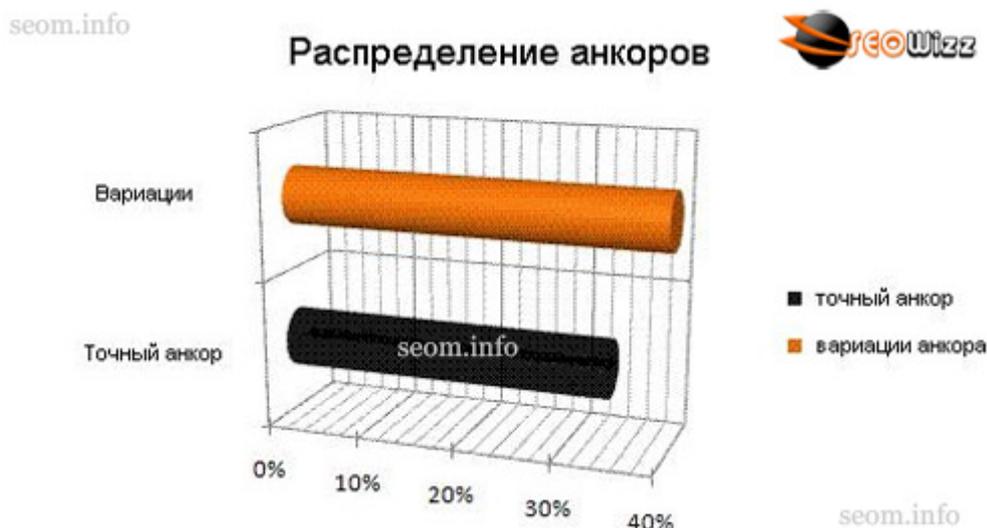
Просто, не правда ли?! Допустим, если у вас есть страница, подходящая под текст "[оптимизация под поисковые системы](#)" - вам следует получить **как можно больше внешних ссылок** с текстовым анкором "оптимизация под поисковые системы", что поднимет ваш рейтинг в поисковике по данному запросу. Это так же называется **ниппингом**.

### А нужна ли вообще оптимизация анкоров?

Ок, позвольте тогда мне задать вам один вопрос: "**Хотите ли вы, попасть в топ по популярным поисковым запросам?**"

Если вы скажете "ДА" - мой ответ — конечно нужна, причем всеми возможными способами! Я думаю, что будет лучше если я объясню, опираясь на реальные исследования.

После анализа пяти сайтов, находящихся в топе по пятнадцати различным поисковым запросам, ответ на выше поставленный вопрос напрашивается сам по себе:



Как видно из схемы, в среднем все сайты имеют около **34% всех своих ссылок с анкором**, являющимся **точным поисковым запросом**, а **40% ссылок — вариации текстов**, включая точный поисковый запрос.

## Пример

**Точный анкор** - "оптимизация под поисковые системы".

**Вариации** - "качественная оптимизация под поисковые системы, город Тюмень".

**Не правильная вариация** - "оптимизация, город Тюмень, под поисковые системы".

Итак, вариация анкора будет учтена поисковиком, если ключевая фраза останется не разбитой.

Каждый из топовых сайтов имел примерно по 20 вариаций каждого запроса.

## Вывод

Если вы хотите подняться по тому или другому запросу в топ Google вам следует использовать точные поисковые запросы в ссылках.

## Об оставшихся 60%

Оставшиеся **60% ссылок имеют близкие по значению** к поисковому запросу анкеры. Запомните, Google дает вес **почти** всем ссылкам, но больший вес и предпочтение уделяется именно анкорам с точными поисковыми запросами.

## Возможно ли переусердствовать с оптимизацией?

У меня никогда не было сайта, который бы попадал под фильтры, но есть примеры, когда молодой сайт имея большую ссылочную массу с одним анкором попадал под фильтры. Поэтому, я рекомендую разбавлять точные анкеры их вариациями.

Запомните, что от вас требуется **постоянный контроль над соотношением ссылок**. На каждое ключевое слово или фразу рекомендуется использовать 15-20 вариаций. Естественные же ссылки вы не сможете контролировать, так как их будут оставлять пользователи и в этом нет ничего страшного, так как практически всегда анкеры будут разные.

Иногда бывает так, что по какому либо запросу в результатах поиска выводятся сайты, не имеющие ничего общего с запросом. Хотите знать почему? Это происходит по тому, что авторитетные сайты имеют ссылки с анкором "click here, жми или тут..."

Надеюсь, что статья окажется полезной для вас и вы возьмете ее как основу в построении ссылочной массы.

Источник: [Anchor Distribution and Anchor Text Penalties](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Составляем анкеры и описания для продвижения сайта

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

Часто проскакивают вопросы: **Как правильно составить анкоры? Какой нужен окружной текст? Как разбавлять описания и сами ссылки?** Именно об этом сегодня пойдет речь. Мне вообще блог нравится тем, что тут можно копнуть часто задаваемые вопросы, и если кто-то из знакомых или клиентов спрашивает как сделать что-то, просто можно дать ссылку на пост в блоге и сэкономить время на объяснение.



Для начала немного того что я заметил и рекомендую, ссылки нужно разбавлять, что бы поисковые системы относились естественней к вашему сайту и без проблем придавали ему трасту.

**Давайте объясню на примере:**

Есть интернет магазин по продаже сумок, даже если вы продвигаетесь по одному запросу (хотя так продвигаться не рекомендуется) ссылки нужно будет разбавлять так:

сумки  
купить сумки  
женские сумки  
мужские сумки  
И так далее.

То есть вы покупаете или размещаете ссылки на вышеперечисленные слова, что бы в итоге получить топ для запроса «сумки». А теперь давайте посмотрим, как лучше распределять:

60% с прямым вхождением сумки  
35% смежные запросы (купить сумки, женские сумки)  
5% просто ссылка с урл сайта (например, www.site.com)

В таком случае все будет идти как по маслу, и не возникнет проблем с выводом в топ.

**Дальше как же составлять описания для бирж ссылок и окружной текст:**

- старайтесь включать смежные ключевые слова в описании
- используйте повторения ключевых слов в описании

**Пример описания для продвижения в Google**

толковые сумки для вас, купить сумку  
лучшие сумки в Киеве  
приобретайте сумки, купить сумку  
купить сумку женскую, сумки Киев  
смотрите сумки у нас  
настоящие сумки из кожи купить  
кожаные сумки в Киеве  
купить сумку, сумки в Киеве  
реальные сумки женские в Киеве  
женские сумки из кожи

### Пример описания для продвижения в Яндекс

Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, у нас  
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, Киев, у нас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, для вас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, только у нас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, покупайте  
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, Киев, только у нас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, Киев, покупайте смело  
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, мужские, у нас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, сумки женские, для вас  
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, сумки женские, у нас  
Магазин, где можно купить сумки. Сумки, мужские, покупайте  
Магазин, где можно купить сумки. Сумки, Киев, только у нас  
Магазин, где можно купить сумки. Сумки, мужские, у нас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, сумки женские, только у нас  
Интернет-магазин сумок. Сумки, Киев, только у нас

В этом варианте описания генерировались в Allsubmitter, но для лучшей отдачи можно прописать ручками.

Просто в основном ссылки закупаются не на тематических сайтах. Тематических сайтов не так мало и зачастую там завышена цена, если сделать нормальный окружной текст, то есть шансы что он поможет на какой- то процент передать нужную вам тематику на продвигаемый сайт.

**Важно:** При продвижении сайта использовать не один запрос, а комплекс, тогда и отдача будет больше, и в комплексе вы будете тратить на вывод значительно меньше для каждого запроса.

Так же нужно не забывать про [этапность продвижения сайта](#), хотя есть разные задачи и разные этапности, но зачастую лучше использовать стандартный вариант и с выводом в топ не будет проблем.

## Советы по грамотному составлению анкоров

*Автор: Сергей Кокуаров (Devaka)*



Каждому оптимизатору известно, что качество продвижения сайта в поисковых системах зависит от качества его внутренней и внешней оптимизации. Качество внешней оптимизации определяется эффективностью размещенных (купленных) ссылок, которая зависит от эффективности донора, правильности составления анкора и от некоторых других факторов. Ниже представлены основные пункты, которые стоит учитывать при составлении анкоров, так как правильно составленный анкор-лист даст больше эффекта в продвижении запросов и сэкономит ссылочный бюджет.

### 10 советов по составлению анкоров.

Составляя анкоры для своих проектов, некоторые оптимизаторы используют самый простой вариант — прямое вхождение ключевого слова в текст ссылки. Даже при автогенерации анкоров в сервисах автоматического продвижения, максимум используется простое разбавление ссылки, иногда анкор разбивается на пару предложений. Следуя простым советам, если вы прежде не задумывались особо о грамотном составлении анкоров и использовали простые варианты, вы сможете сэкономить ссылочный бюджет минимум в 2 раза, а также увеличить тематический трафик на свой ресурс. Итак...

#### 1. Ключевое слово

**Ключевое слово**, по которому вы собрались продвигать страницу вашего сайта, **должно входить в текст ссылки** при составлении анкоров (исключая случаи безанкорного продвижения, см. ниже). Это ключевое слово также **должно присутствовать в статистике поиска** (например, [wordstat](#)), то есть, теоретически, это слово или словосочетание люди должны использовать при поиске.

Например, если у вашей компании “РосЕвроОкна-Инвест” имеется сайт по продаже пластиковых окон, то при составлении анкоров ключевое слово **РосЕвроОкна-Инвест** может быть полезным лишь при брендовом продвижении, в остальных случаях необходимо использовать работающие запросы, так как только они дают нужный трафик.

*Пример (здесь и далее из области микробиологии):*

*спирулина выращивание*

*спирулина купить*

#### 2. Разбавление

Поисковые машины любят естественные ссылки, так как они наиболее корректней отражают популярность ресурсов в сети. Разбавление текста ссылки, как и некоторые другие приемы, придают анкору немного естественности. Также разбавление анкоров вносит разнообразие в анкор-лист, показывая поисковикам, что на вас ссылаются не только с текстом **кондиционер купить**, но с разными вариантами естественных текстов, за которые было бы неверным поисковику наложить какой-нибудь фильтр.

При разбавлении анкоров также необходимо следить, чтобы разбавленный текст ссылки составлял словосочетание, которое люди используют при поиске, тогда, помимо разнообразия ссылок, вы получаете

вес для потенциально работающих ключевых запросов, увеличивая трафик по менее частотным запросам.

*Пример:*

*спирулина быстрое выращивание  
спирулина сочи купить  
спирулина оптом купить*

### 3. Морфология

Не стоит заикливаться лишь на прямых вхождениях каждого из слов ключевого запроса в анкор, **используйте разнообразные формы слова** — склонения, изменения слова по числам и родам. Например, Яндекс знает множество вариантов (форм) слова [купить](#), каждое из используемых будет работать в ссылке на основной запрос.

Например, для запроса **спирулина выращивание** добавление таких анкоров, как представлены ниже, было бы очень полезным для разбавления всего анкор-листа.

*Пример:*

*выращивание спирулины  
выращиваем спирулину  
где купить спирулину*

Как видим, при использовании морфологических изменений слова анкеры получаются уже более естественными.

### 4. Синонимизация

Как и в предыдущих двух случаях, синонимы помогут разнообразить анкеры. Перед поиском по обратному индексу, поисковики переделывают запрос, вставляя нужные синонимы или сокращения. Так, если вы ищете по [аббревиатуре](#), например [knu](#) или [imho](#), то увидите подсвеченным также текст “киевский политехнический институт” и “in my humble opinion”, соответственно.

Используйте синонимы и аббревиатуры слов в анкорах, это поможет не только разнообразить ссылки, но и разгрузить контент продвигаемой страницы, избавив его от лишнего текста при надобности.

*Пример:*

*выращивание водоросли spirulina  
где купить spirulina platensis*

### 5. Очепятки

Использование опечаток в анкорах – хороший прием для привлечения дополнительного тематического трафика на сайт. Если опечатку вставить в текст, то читателю он может показаться безграмотным, к тому же вариантов опечаток может быть много и, чтобы не загромождать ими контент, выносите очепятки в анкеры.

Люди опечатываются в запросах не только потому, что они неграмотные, но зачастую потому, что ряд слов можно правильно написать различными способами. Например, как вы думаете, как правильно пишется название машины **фольцваген** на русском и на английском языках? :)

*Пример:*

где купить spirulina  
недорогое агенство недвижимости  
недвижимость москвы

## 6. Окружающий текст

Окружающий текст позволяет сделать ссылку более естественной, отделяя её от других ссылок в блоке. Чем длиннее окружающий текст, тем лучше для ссылки, однако многие биржи ограничивают длину до 100 символов. Ссылка без окружающего текста смотрится и воспринимается обособленной, в то время как окружающий текст может внести ей элемент тематического контекста.

*Пример:*

Группа управления биосинтезом микроводорослей изучает технологию **#a#выращивания водоросли spirulina platensis#/a#** в своих тайных лабораториях.

На нашем сайте вы узнаете **#a#где купить спирулину#/a#** высокого качества.

## 7. Естественный анкор

К естественным ссылкам относятся ссылки вида “здесь” и в виде URL. Подобные ссылки используются для безанкорного продвижения, когда окружающий текст попадает в анкор-лист и влияет на результаты поиска. К тому же, естественные анкеры такого вида позволяют получить акцептору больше траста, а на форумах или в других социальных сервисах ссылка может пройти модерирование, что позволит получить “два зайца” одновременно.

*Пример:*

В научной статье <https://biotex.ibss.org.ua/tech/8/> рассказано о выращивании спирулины в искусственных водоемах.

О том, где купить спирулину, можно узнать **#a#здесь#/a#** по ссылке.

## 8. Знаки препинания

Из экспериментов известно, что при наличии в предложении определенных символов (точки, восклицательного или вопросительного знака, двоеточия) и следующего слова с заглавной буквы, Яндекс делит это предложение на два составляющих. При наличии нескольких предложений в анкоре, учитываться будет лишь первый.

*Пример:*

**#a#ArchiCAD StarT. Поставки.#/a#** Цена ниже.

В приведенном примере в анкор-лист попадет предложение ArchiCAD StarT, слово “Поставки” уже не будет учитываться, так как находится уже во втором пассаже. Если бы автор анкера поменял местами слова, то анкор не дал бы ссылочного веса на ключевое слово ArchiCAD, как, например, в этом случае:

**#a#Внимание: Доставка цветов в Москве#/a#**.

## 9. Распределение веса в анкоре

Каждому слову из текста ссылки присваивается вес (обычно, он обратно пропорционален встречаемости слова в общем индексе документов поисковика). Не стоит вдаваться в подробности этого процесса, просто при составлении анкоров не вставляйте в текст ссылки ненужные слова, которые могут перетянуть

вес на себя, получая больше релевантности документу, чем остальные слова из ссылки. Но при этом и не стоит вдаваться в крайности, убирая даже союзы и предлоги, жертвуя естественностью анкера.

## 10. Отделение от пассажа

Многие вебмастера, размещая у себя на площадках ссылки, ставят в качестве разделителей ссылок дефис или вертикальную черту, которые не разделяют пассажи, как, например, блочные теги. Поэтому, при составлении анкоров желательно самому выделить предложение с ссылкой в отдельный пассаж. Делается это с помощью добавления предложений (слов) с разделителями слева и справа от анкера.

*Пример:*

*Интересуетесь микроводорослями? Узнайте о **#а#выращивании спирулины#/а#** от специалистов-микробиологов. Подробности на сайте.*

Подобные анкеры будут наиболее эффективными и при размещении на любом из работающих доноров ссылка даст максимальный эффект. При этом старайтесь делать анкеры так, чтобы они не повторялись.

Естественно, что имеются и другие нюансы, касающиеся анкоров, но они выходят за рамки данной статьи. Этих 10-ти пунктов достаточно, чтобы улучшить ваш анкор-лист и добиться лучшей эффективности при меньших затратах.

## Ссылки с футера все еще работают!!

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*

### Google, что же ты творишь?



Но перед началом я хочу предупредить, что этот **пост будет резким**, это потому что во время своих исследований я обнаружил что-то, что считаю очень несправедливым и в корне неправильным.

Неправильным не только для веб-мастеров, но и для пользователей поисковых систем, т.к. от этого в первую очередь страдают именно они.

С самого начала, я избрал для себя правило что буду постить только то, что работает на практике, а не существует в теории.

Сегодня мы поговорим о том, **что влияет на ранжирование страниц поисковиками**, но в то же время Google не хочет в достаточной мере уделять внимание для этого важного фактора.

## **что влияет на ранжирование страниц поисковиками**

Из моих прошлых экспериментов стало известно, что **количество и качество ссылок** вместе с правильными текстами анкора являются очень весомыми факторами которые учитываются поисковиками при ранжировании, здесь нет никаких секретов, это общеизвестно.

Я всегда был сторонником **ссылочного разнообразия**, поэтому старался получать ссылки с самого большого количества источников насколько это было возможно, мне казалось в таком случае ссылки будут **выглядеть более естественно** и будут считаться поисковиками **более качественными**.

Вы можете себе представить мое удивление, когда я узнал, что **ссылочное разнообразие - это самый незначительный фактор** который учитывается при ранжировании, но это еще не все, наберитесь терпения и дочитайте до конца.

Вы можете себе только представить насколько сильно я был расстроен, то в что я верил оказалось неверным, но все же я решил разобраться в чем причина, почему так случилось.

Я отыскал несколько сайтов с **20, 30 тысячами ссылок** всего с **300 доменов**, как же им удалось получить такое большое количество ссылок с относительно небольшого количества сайтов? Может быть эти сайты имеют по несколько каталогов для ссылок? Или может они запостили 10000 статей со своими ссылками?? **НЕТ.**

Весь секрет, почему уровень разнообразия их ссылок оказался меньше 1% при том что эти ссылки были в футере.

Если проставить ссылки в футере на каждой странице сайта, тогда можно легко получить тысячи ссылок с одного домена, **ХОРОШО**, в этом нет ничего криминального, но могут ли такие ссылки передавать достаточный вес что бы влиять на ранжирование сайта на который они ведут??

Неужели **Google** при ранжировании учитывает ссылки с футера как и остальные (с контента, боковых панелей, заголовка)?? хм.

Если вы не смотрели это видео, **Matt** заявляет, что с начала возникновения **PageRank** поисковик Google оставил за собой право разные ссылки учитывать по-разному.

Хочу поделиться своими соображениями по этому поводу (я все-таки уверен что я правильно думаю) *“Google, пожалуйста не только оставляй за собой это право но и пользуйся им, тогда индекс будет намного качественнее и надежнее”*.

Суть моей проблемы с ссылками в футере очень простая, каждый может добавлять ссылки в футер и таким образом можно размещать свои ссылки на сотнях, а то и тысячах страниц сайта, все страницы будут передавать свой вес через анкорный текст на ваш сайт.

## **Поступает проект на продвижение, что вы делаете в первую очередь?**

- Оптимизирую тексты сайта (39%, 105 Votes)
- Использую SEO бубен (21%, 55 Votes)
- **Оптимизирую код сайта (20%, 52 Votes)**
- Стучу на конкурентов (11%, 30 Votes)
- Покупаю ссылки (7%, 19 Votes)
- Использую Хрумер (2%, 5 Votes)

Total Voters: **266**

Добавьте тону ссылок всего с 50 – 100 разных сайтов и вы увидите как ваш сайт подымется, просто взлетит в серпе Google'a, **разве это справедливо?**

**По вашему мнению какая страница должна ранжироваться выше:** с 50,000 входящими ссылками из 500 доменов или с 10,000 с 2500 доменов?? Какая заслуживает большего доверия?

**Tim, неужели ты говоришь что общий ссылочный вес должен базироваться на разнообразии ссылочных источников, а не их количестве самих ссылок?**

Нет, количество все же должно приниматься во внимание, так-как несколько ссылок с одного и того же сайта могут быть качественными, но на мое глубокое убеждение приоритет в ссылочном весе все-таки должен быть за разнообразием ссылочных источников, в противном случае Google должен пересмотреть свое отношение к ссылкам из футера и не учитывать при ранжировании 1000 ссылок из футера.

Мой совет такой, если вам **нужно в короткие сроки продвинуть сайт**, разместите свои ссылки с "правильными" анкерами в футере страниц 100 сайтов, и вы уже скоро заметите положительный эффект от этого способа.

Как бы то не было, рано или поздно **Google** "прикроет лавочку", как только заметит что их серп переполнен сайтами которые пролезли в топ вот таким методом.

Я обсуждал эту проблему с такими гуру как [Rand Fishkin](#), **Ben Hendrickson and Nick Gerner** из компании [SEOMoz](#) они согласились с моими выводами, но также добавили что такая картина не везде, к примеру Google по разному ранжирует сайт из доменной зоны .co.uk и .com.

**По их наблюдениям** Google больше обращает внимание на ссылочное разнообразие для сайтов в зоне .com в то же время этот фактор не так сильно учитывается при ранжировании сайтов зоне .co.uk . Причину этого похоже мы так никогда и не узнаем. Google, пожалуйста будьте более избирательными при ранжировании!

**MyOST:** честно, не понимаю, почему для автора этой статьи стало таким откровением. Сквозняки гуглом всегда ценились, причем очень даже ценились, а сквозняки в футере - дело привычное. Допустим копирайт студии дизайна - он всегда в футере, почему он должен цениться меньше чем другой вариант размещения? А с учетом того, что при помощи CSS футер для пользователя может быть даже в хедере на уровне html кода?

Если рассматривать философский вопрос "сквозняка", то тут я не согласен что гугл должен как-то это дискриминировать, ведь купить или поставить 1 ссылку с ресурса - доступней, чем сделать сквозняк. Сквозняк будет стоить дороже, да и не каждый владелец сайта согласится его поставить. Я бы наоборот давал больше плюсов этому варианту размещения, ИМХО. Хотя Яндекс этого не делает 😊

Источник: [Footer Links Still Work!! Google, What Are You Doing?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Вспоминаем главное свойство ссылок

*Автор: Сергей Кокуаров (Devaka)*



Мы с вами живем и наблюдаем те времена, когда ссылки предназначаются, в основном, для поисковых роботов, мы составляем и следим за правильными анкерами, стараемся передать максимум веса с доноров, ищем доноров с лучшими пузомерками и т.д. Увлечшись этой игрой, мы забыли основное назначение ссылки – быть кликнутой! Что это значит? Давайте разберемся.

### **Безанкорные ссылки**

Расставляя ссылки на свои сайты на таких ресурсах, как форумы, блоги или даже социальные сети, мы пытаемся волей-неволей вставить ключевое слово в анкор, забывая, что ссылка при этом становится спамной и кликнуть на неё хочется всё меньше и меньше. В то время, как по безанкорным ссылки “смотри здесь”, “на сайте <http://devaka.ru>” или “сюда” обычно переходят заинтересованные посетители. Поисковые системы также знают о важности этих ссылок и учитывают окружающий их текст.

### **Ссылки с nofollow**

Да, ссылки, закрытые в noindex для Яндекса или имеющие атрибут nofollow для других поисковых систем, не передают веса, однако они передают посетителей ;) и это самый важный фактор, которым надо руководствоваться при расстановке своих ссылок на сторонних ресурсах. Пусть ссылки в комментариях на блоге закрыты от индексации, однако, это не значит, что к вам по ссылке из комментариев на чужом ресурсе не может прийти ваш клиент.

### **Ссылки с редиректом**

На некоторых сайтах ссылки закрывают, пуская пользователей через [редирект](#). Для многих это становится преградой, и оптимизаторы не хотят размещать ссылки на подобных ресурсах, так как это не даст пользы их сайтам в плане повышения [вИЦ](#). Однако, вспомните твит-эффект, когда редиректные ссылки типа <http://bit.ly/aKuyRG>, к тому же закрытые в nofollow, дают такой отличный трафик.

Основная функция ссылок – показать посетителям, что та страница, которую они читают, не является последней и что впереди их ждет много интересного “по теме”. Ссылки ставятся для того, чтобы их кликали, переходя на интересующий ресурс. Неужели вы ждете клиентов лишь из поисковых систем? Поисковики занимают лишь незначительную долю тех возможностей, которые предоставляет сеть Интернет. Любые сайты, где общаются люди, имеют ваших потенциальных клиентов, например этот блог. Пусть ссылки будут дважды в редиректе, закрытые от индексации или просто упомянутые в тексте (без гиперссылки), пусть они будут на сайтах с нулевыми показателями тИЦ и [PageRank](#), однако, если эти ссылки могут привлечь вам хоть единственного клиента, то поверьте, они уже сыграли свою роль и окупили ваши затраты!

## **Методы получения обратных ссылок на Интернет-магазин**

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*



Ниже представлены некоторые из простых методов получения обратных ссылок на страницы товара для вашего Интернет-магазина, которые не требуют денежных затрат, а лишь временных.

### **1. Начните вести блог.**

Многие компании ведут блог, чтобы быть ближе к клиентам, рассказывать им о происходящих событиях, новостях, скидках, конкурсах и т.д. Однако, вести блог также хорошо для SEO, так как хорошие статьи (посты на блоге) всегда привлекают хорошие ссылки. Вы можете [создать блог](#) на отдельном домене, однако лучше сделать его в отдельной директории своего сайта.

### **2. Напишите уникальные описания товара (свойства и преимущества) с ссылками на страницы и отправьте их в различные каталоги статей.**

Писать статьи, тем более уникальные — очень трудоемкое дело, однако игра стоит свеч. Свои статьи вы можете отправлять в хорошие релевантные каталоги или воспользоваться особым [секретом продвижения статьями](#).

### **3. Напишите что-нибудь оригинальное о товаре и проверьте, сослались ли на вас с блогов или социальных сетей.**

Оригинальность выложенного в онлайн труда зависит от вашего воображения и ничего более. Попробуйте написать то, что заинтересует не только ваших клиентов, но и многих других пользователей сети, которые будут рады поделиться ссылкой на ваш сайт со своими друзьями и знакомыми.

### **4. Создайте руководство по использованию вашей продукции и сошлитесь на страницу этого продукта.**

Руководств в сети много, но всегда можно сделать лучше. Если у вас получится создать хорошее руководство по использованию вашего товара, то его могут опубликовать также на нескольких других ресурсах с ссылками на ваши страницы.

### **5. Разместите страницы с продукцией на социальных сайтах.**

Социальные сайты и сети очень популярны в последнее время, на них люди делятся своими мыслями, обзорами и также ссылками между людьми из одной группы.

### **6. Создайте комьюнити для ваших товаров и рекламируйте там при возможности страницы с вашей продукцией.**

Во многих сетях есть возможность создавать группы (или сообщества), которые предоставляют хорошую возможность самостоятельно размещать ссылки на страницы своей продукции.

### **7. Принимайте участие на подходящих для ваших товаров форумах.**

Форумы это те же социальные сети. Ни в коем случае не спамьте в них, а лишь ищите подходящие, где люди будут рады размещенной вами ссылке или обзору.

**8. Добавьте RSS ленту новостей для страниц категорий.**

[Установленную RSS ленту](#) можно использовать не только для уведомления подписчиков о новом материале, но также для размещения её в специальных RSS каталогах и получения обратных ссылок.

**9. Смонтируйте видео о товаре и добавьте его на сайты, подобные YouTube, RuTube и т.п.**

[О кросспостинге видео-роликов](#) более подробно рассказывал Михаил Шакин. Вы публикуете свой видеоролик на одном видеосервисе, и он автоматически публикуется на нескольких других сайтах. Экономится масса времени и ваш видеоролик увидит гораздо больше зрителей.

**10. Разошлите ссылки на нужные страницы вашим потенциальным клиентам по email при добавлении нового товара или предложении скидок.**

В сети имеется хороший сервис [RSS на Email](#), с помощью которого можно подписаться на рассылку, указав RSS адрес. Также у них можно заказать специальную услугу добавления вашей рекламы в рассылку.

**11. Разместите ссылки на свою продукцию в рассылке других людей.**

Получить обратные ссылки в массовых рассылках других людей или специальных сервисов — очень хороший шаг, так как привлекаются именно заинтересованные люди. Чтобы увеличить конверсию посетителей в клиентов при создании рассылок, воспользуйтесь [советами по созданию html email рассылки](#) от Ольги Ивановой.

12. Закажите у блоггеров обзор ваших товаров.

13. Сделайте на своем сайте страницу информации о продукте и сошлитесь на страницу товара.

14. Поставьте ссылку на страницу продукции с других релевантных страниц своего сайта.

15. Добавьте кнопки социальных закладок на каждую из страниц.

16. Используйте скрипт “послать другу” на каждой странице.

17. Создайте информеры для товаров и предлагайте размещать вебмастерам их на других связанных сайтах.

18. Оставляйте комментарии на других блогах, но убедитесь, что комментарий относится к продукту или категории и оставьте ссылку.

Это всего-лишь некоторые из способов получения обратных ссылок на категорию или саму страницу товара в Интернет-магазине, также некоторые из них можно применять и для других типов сайтов. Какие-то из этих методов хорошо влияют на рейтинг в поисковых системах, однако вам необходимо удостовериться, что ссылки располагаются на релевантных ресурсах.

## Ценность ссылок и разнообразие доменов

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*



Как всегда, постоянно экспериментируя и тестируя различные SEO методы и сегодня я хочу рассказать о построении ссылочной массы на ваш контент и о том, где лучше располагать ссылки.

Идеи, рассказанные ниже простые, но я думаю они помогут вам в продвижении.

## Скорость наращивания ссылочной массы

Я считаю, что этот фактор нельзя упускать и более того, он один из самых важных.

Это тоже самое, как и начало нового проекта: когда вы видите своих конкурентов с 10000 ссылок и понимаете, какая работа предстоит. Может быть очень заманчивым, в первые месяцы проспамить тысячи каталогов, затем прикупить несколько тысяч ссылок... **Остановитесь!!!**

Очень важно быть терпеливым и осторожным, т. к. если вы начнете наращивать ссылочную массу слишком быстро — попадете под фильтры поисковых машин и **все ссылки потеряют свой вес.**

**MyOST:** в результате попадания под такой фильтр Вы не просто увеличите время выхода в ТОП, вы его увеличите в разы от тех сроков, которые потребовались бы на планомерное наращивание ссылочной массы (хотя и эти сроки будут не маленькими).

Недавно я провел эксперимент с одним из тестовых сайтов.

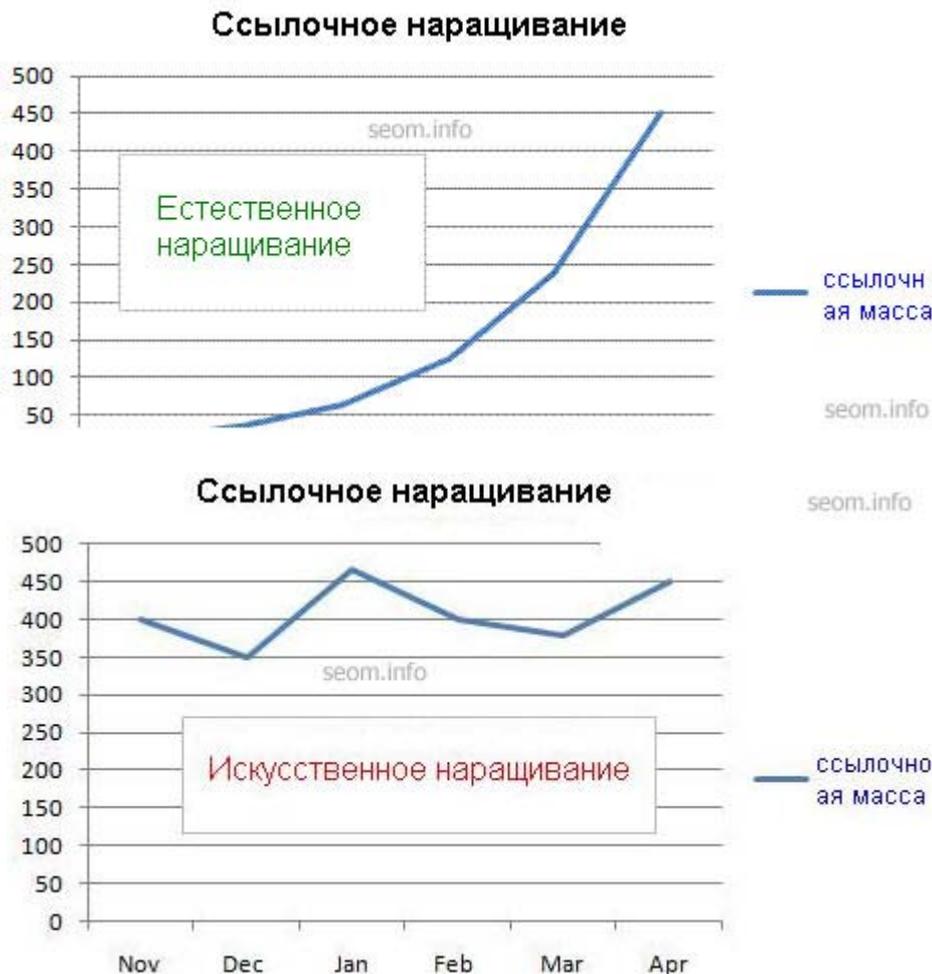
## Давайте рассмотрим этот seo эксперимент

В первый месяц мы получили 100 ссылок с каталогов, в течение 4 дней. Только 7 ссылок появилось в Webmaster tools спустя месяц.

Еще через месяц мы получили 100 ссылок, добавляя по 10 в день. В результате, появилось 48 ссылок и мы поднялись на 8 место по определенному запросу в Google.

**Вот что нужно помнить, наращивая ссылочную массу:** если вы закупаете большое количество ссылок, прикладываете огромные усилия в короткий промежуток времени — это не даст никаких результатов и ссылки будут обесценены.

**Используйте постепенное наращивание примерно так:** 20 в ноябре, 35 в декабре и т. д. Это выглядит более естественно и более эффективно.



Google уважает сайты, которые развиваются месяц за месяцем. Сайт, который популярен с самого начала, остается популярным на протяжении долгого времени.

## Использование социальных ресурсов

Многие спрашивают по поводу использования социалок, что можно получить тысячи таких ссылок за короткое время.

Несомненно, это очень хороший метод, но я считаю, что Google относится к таким ссылкам по разному. Социальные закладки в основном используются для размещения ссылок на внутренний контент а не на главную страницу сайта.

Если вы продвигаетесь с помощью блогов, социальных закладок, каталогов и т. д. Постарайтесь делать это как можно естественнее и получите желаемый результат.

## Разнообразие доменов

Размещение ссылок - процесс очень важный для вашего сайта. Вы можете купить несколько сотен ссылок, которые будут размещены на одном домене и это ничего не даст. Отличный вариант, когда каждая ссылка расположена на отдельном домене. И причина этого, как всегда проста.

На прошлой неделе, у меня состоялся разговор с одним из моих клиентов и он сказал, что не может понять, почему сайты конкурентов всегда были выше его в выдаче по определенному запросу.

У сайта клиента имелось:

- гораздо больше ссылок с ключевым словом

- большая ссылочная масса
- PR 7 (а у конкурентов 4)

## Почему же сайт обходили более слабые конкуренты?

После тщательного анализа, все свелось к одному: на сайт было **250 000 ссылок всего с 2500 уникальных доменных имен**. А у конкурентов — **50 000 ссылок с 8000 уникальных доменов**.

Сайт, имеющий 1000 ссылок всего со 100 уникальных доменов никогда не будет котироваться выше чем сайт, имеющий 500 ссылок с 300 доменов.

Вы должны всегда это помнить, наращивая ссылочную массу. Это может показаться странным и непонятным, особенно для новичков, но это **проверено и доказано на практике**.

Источник: [Link Acquisition Rate and Overall Domain Diversity](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Как добыть ссылки в трудных нишах

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Над продвижением в какой "трудной" нише работаете вы? Если бы вы могли поставить ссылку на сайте вашей тематики, каким был бы он? Именно на эти вопросы специалисты [SEOMoz](#) ответили с практическими примерами.

Этот материал как пища для размышления, написан для буржуйской аудитории, если касаться практических примеров, но именно он должен заставить вас думать, т.к. **готовые рецепты снижают эффективность** работы и способность анализировать.

Мы уже касались вопросов [контента, в примерах - где его можно добыть даже в "трудных" нишах](#), теперь поговорим о ссылках.

**Paddy Moogan:** Мой обычный метод "добычи" ссылок — это определение того, что сделает продвигаемый сайт интересным и заставит пользователей самих ставить на него ссылки. В данной ситуации я не могу использовать мой метод.

Вместо этого я попрошу ответить вас на 4 вопроса:



Важно! Не пропускайте вопрос "**Почему они должны сослаться на меня?**". В большинстве случаев этот вопрос является самым сложным.

[Наращивание ссылочной массы](#) — это очень сложный и долгий процесс создания интересного контента, на который захотят сослаться. Если вы хорошенько поработаете над этой частью процесса, то оставшаяся часть будет не трудной.

Я буду использовать этот метод на примере нескольких сайтов, поэтому если ваш сайт не находится в одной нише с сайтами-примерами, то вы можете использовать этот метод тоже. Остальные сайты получают советы и идеи по "добыче" ссылок.

Вот ответы пользователей на наши вопросы по нишам, где трудно добыть ссылки.

## Ветеринар - добыча ссылок на сайт

**От кого я хочу получить ссылку:** От пользователя, который имеет питомца и вебсайт.

**Как вы собираетесь завоевать из внимание:** Существует огромное количество форумов и онлайн сообществ владельцев животных. Вступив в их сообщество, и, дав несколько бесплатных ветеринарных советов, вы привлечете внимание пользователей.

**Как вы собираетесь получить ссылку:**

- Начните с создания поддержки типа [вопрос-ответ](#), где пользователи могут оставлять вопросы, а ваши специалисты отвечать. Также оставьте свои аккаунты в [Твиттере](#), Facebook или других [социальных сетях](#), где пользователи также могут задать вопросы. Затем отсортируйте вопросы, дав приоритет для тех пользователей, кто имеет свой вебсайт. Ответив на их вопросы в первую очередь, попросите их поделиться ответами на собственных сайтах.
- Организуйте доску объявлений, где другие ветеринары смогут оставлять свои резюме, а пользователи искать врачей.
- Разрешите пользователям оставлять фото их питомцев и организуйте конкурс на лучшую фотографию с призами. Это привлечет внимание многих.

**MyOST:** вообще, на сайтах медицинской тематики - рубрика "вопрос-ответ" является крайне перспективной, как с точки зрения генерации контента, так и получения ссылок. Я действительно рекомендую ее реализовывать. На одном из первых разработанных мной сайтов (давно это было, аж 2004 год) была реализована "[консультация он-лайн](#)", многие меня тыкали носом в то, что в Тюмени на сайте стоматологической клиники делать такое - утопия. Как видим - на сегодня **почти 400 отвеченных вопросов**, а значит это почти 400 потенциальных клиентов. Много это или мало, для сайта региональной стоматологии? Я думаю - вполне достаточно.

#### "Быстрые" ссылки:

- С помощью поиска по каталогам (Dmoz - <http://search.dmoz.org/cgi-bin/search?search=veterinarians>) вы можете найти отличные сайты по ветеринарной тематике для обмена ссылками.

### Ювелирный интернет-магазин - получение ссылок

**От кого я хочу получить ссылку:** с сайта или блога ювелирной тематики.

**Как вы собираетесь завоевать их внимание:** Существует огромное количество форумов данной ниши, где вы можете оставить свои контакты и найти интересующие вас. Попробуйте поиск в Твиттере, который покажет вам всех заинтересованных в ювелирном деле пользователей.

#### Как вы собираетесь получить ссылку:

- Наймите дизайнера, который разработал бы проект вашего собственного драгоценного изделия. Попросите пользователей проголосовать и выясните их мнение по этому поводу.
- Создайте страницу с калькулятором, который бы высчитывал примерную стоимость изделия. Позаботьтесь о том, чтобы ей было легко поделиться и вставить на другой сайт. Вы можете предложить свой инструмент другим владельцам ювелирных сайтов взамен на ссылку.
- Люди всегда осторожно покупают ювелирные изделия и будет лучше, если у них будет помощь в выборе. Напишите инструкцию о том, как правильно выбрать драгоценное украшение.
- Что-то похожее на комбинацию предыдущих идей — сделайте калькулятор, который высчитывает стоимость обручальных колец молодоженов.

#### "Быстрые" ссылки:

- Бонус для интернет-магазинов, которые также имеют магазины в оффлайне — если такой магазин расположен в торговом центре и у этого центра есть свой сайт со списком имеющихся магазинов, попросите этот сайт поставить ссылку.

### SEO Приложения для iPhone

Я хочу заметить, что это был один из самых простых примеров, так как SEOшники [любят ссылаться на классные приложения](#), особенно полезные для SEO.

**От кого я хочу получить ссылку:** От опытного SEO блоггера с большим количеством читателей.

**Как вы собираетесь завоевать их внимание:** Заинтересованные в SEO люди очень активны в Твиттере, начните следовать за ними и задавать вопросы. Этого будет достаточно для дальнейшего развития.

#### Как вы собираетесь получить ссылку:

- Если приложение платное, тогда дайте несколько бесплатных копий для обзора блоггерами.
- Если это свежий продукт, о котором еще никто не знает, то дайте несколько секретных доступов к нему, взамен на обзор.
- Если релиз вашего продукта уже произошел, то внесите новшества и дайте на [beta-тестирование](#).

## "Быстрые" ссылки:

Добавьте ваше приложение по следующим адресам (везде на вас поставят ссылку):

1. <http://www.apple.com/webapps/>
2. <http://www.igoapps.com/>
3. <http://www.appstorehq.com/developers>
4. <http://appshopper.com/>

## Электрические велосипеды

**От кого я хочу получить ссылку:** От блоггера, любящего все экологически-чистое, возможно у которого уже есть собственный велосипед.

**Как вы собираетесь завоевать их внимание:** В интернете есть множество сообществ, куда входят велосипедисты, выступающие за экологически-чистые продукты. Большинство из них имеют свои Твиттер аккаунты. Так же есть сообщества "зеленых", где люди призывают бережно относиться к природе.

**Как вы собираетесь получить ссылку:**

- Сделайте калькулятор, который подсчитывает сколько пользователь потратил на бензин, заправляя машину или мотоцикл, и сколько вреда окружающей среде это принесло.
- Установите на своем сайте раздел. Где пользователи могли бы продавать свои старые велосипеды и покупать новые.

## "Быстрые" ссылки:

Существуют сайты, которые с радостью оставят обзор вашего продукта и поставят на вас ссылку. Используйте поиск.

## Маскировка звука (помехами)

Контент может быть очень даже забавным, а вот исход — плачевным. Звуки маскируют обычно в офисах для переговоров.

Допустим, идет планирование кадров в офисе у главы кадров, которые не защищены от подслушивания. Услышать разговор который лучше бы не слышать не каждому сотруднику придется по душе.

Вы можете предложить пользователям графики, которые показывают эффект до и после маскировки звука, и показать процентное соотношение маскировки звуков.

## Бизнес-трейнинг

Вот один из таких форумов - <http://nlp-experts.org/forum.php>, у которого мало последователей в Твиттере. Владелец этого форума является авторитетным в своей нише человеком.

У него есть целая сеть сайтов для продвижения основного. Проанализировав [бэклинки](#) данного форума можно найти очень много сайтов, которые разместят ссылки и на ваш сайт.

## Объявления / Онлайн рынки

Здесь, я бы заострил внимание на каком-нибудь одном разделе, скажем продажа подержанных машин. Сфокусируйтесь на нем и подумайте как можно добыть ссылки. Одной из идей будет написание скрипта или виджета, который бы показывал последние объявления из этого раздела на других сайтах.

Было бы лучше, если каждый сайт был только о одной марке машины. Скажем, BMW.

Вот пример виджета, который распространяется сайтом Auto Trader:

Find a car

Used cars New cars

Used vehicle search powered by **Auto Trader**

MAKE

MODEL

From: Min price To: Max price

Your details:

Enter full postcode

Show 50 results

Sellers details:

All 1 mile

Sort results by:

Distance

Price (ascending)

Price (descending)

Search

Тоже самое можно проделать и с домашними животными и т. д.

## Портал, продающий модную одежду

Для интернет магазинов зачастую очень трудно добыть ссылки и я знаю почему. Выход следующий — взять всю индустрию в целом и посмотреть, какой еще контент можно добавить на сайт, который привлечет ссылки.

Тут я собираюсь немного смухлевать и повториться — создайте доску вакансий в этой сфере, она будет очень интересна студентам, которые в будущем станут модельерами. Заинтересованные в этом люди будут обмениваться и делиться ссылками на данный раздел.

Другим методом может стать написание статьи о том, как найти работу в индустрии моды. Если у вас получится действительно хорошая статья, то вы обязательно получите ссылки.

## Построение ссылочной массы для интернет-магазина с тысячами продуктами

Тут уже нужно прибегать к более масштабным способам, так как построение вручную ссылок для тысяч страниц не лучший метод. Существует много способов автоматизации данного процесса.

Я лично считаю, что самой лучшей автоматизацией процесса наращивания ссылочной массы для такого магазина будут сами пользователи. Разрешите пользователям написание своих статей и сделайте этот контент доступным для обмена.

Позвольте пользователям загружать фото и видео обзоры новых продуктов на сайт, а когда вы его подтвердите на публикацию — дайте им об этом знать. Попросите пользователей поделиться ссылкой на обзор данного продукта с друзьями.

## Азартные игры

Да, в этой нише тоже трудно добыть ссылки. Я бы использовал ту же стратегию. Что и с интернет-магазином, но здесь, люди не будут ссылаться на небольшой сайт о азартных играх без весомой причины.

Поэтому, им ее нужно дать.

Многие имеют опыт игры как на онлайн автоматах, так и на реальных. У них есть опыт и есть что сравнивать. Попросите опытных игроков описать свои впечатления, нюансы игры на онлайн и оффлайн автоматах.

## Не брендовая одежда

Тут я бы понадеялся на студентов или молодых дизайнеров. Если вы продаете не брендовую одежду, то вы можете начать сотрудничать с молодыми дизайнерами, которые хотят, чтобы о них узнали.

Вы можете связаться с университетами и колледжами, где у студентов-дизайнеров наверняка будет огромный интерес к сотрудничеству взамен на небольшую рекламу вашего сайта. Также вы можете использовать сайты университетов.

Вы можете связаться с молодыми дизайнерами одежды, у которых уже есть свои блоги например вот этот (<http://fashion-by-student.blogspot.com/>) и попросить сослаться на ваш сайт.

## Компоненты Microsoft Visual Studio

Тут существует множество сайтов, которые готовы сослаться на дополнения к продуктам Microsoft. Я нашел <http://www.mcmsfaq.com/links.asp> который ссылается на сайты, которые работают с различными технологиями Microsoft.

Также вы можете попросить сослаться на вас у компаний, над чьими продуктами вы работаете.

## Список самых "желаемых" сайтов (где больше всего хотят разместить ссылки)

<http://www.reiclub.com> - это инвестиционный сайт, у которого есть несколько форумов. Вы можете поставить ссылку в подписи профиля, но у них есть несколько правил. Не спешите везде оставлять ссылки, вначале принесите какую-нибудь пользу форуму.

Если вы кредитор, тогда вы можете разместить ссылку на этой странице — <http://www.reiclub.com/hard-money-lenders.php>.

<http://www.statefarm.com> - это сайт о страховании в США, ссылку может получить только страховое агентство.

<http://www.education.gov.uk/> - этот сайт меня отпугнул сразу, не только из-за имени домена, но и из-за раздела "linking", расположенного в правом верхнем углу, что говорит о строгих правилах.

Тут нужно быть очень креативным и не надо бояться этого сайта. Давайте подумаем как сделать так, чтобы они сослались на нас из аккаунта в Твиттере. У них около 3 000 последователей, ссылка с их аккаунта может принести много трафика и ссылок с других сайтов.

Вы также получите ссылку с главной страницы сайта, так как там показываются последние записи в Твиттере. Учитывая частотность добавления записей в их Твиттер аккаунт, можно предположить, что ссылка на главной будет находиться несколько дней.

Примечательно, что PR по тулбару у этого домена 0, мне показалось это странным. Это все потому, что они недавно сменили домен, а на старом [www.dcsf.gov.uk](http://www.dcsf.gov.uk) стоит 302 редирект. Если бы я хотел сохранить хоть часть прежнего веса, я бы использовал 301 редирект.

Источник: [How to Get Links in Tough Industries](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Разбавляем ссылки при продвижении сайта

Автор: [Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)

Те, кто продвигают клиентские сайты или свои по высоко конкурентным запросам в особенности под Яндекс, в большинстве случаев используют покупные ссылки через [sape](#).



На практике я сталкивался с тем что у многих это единственный источник ссылок. Сегодняшней пост о том, как я разбавляю ссылки и что про это думаю.

Если правильная [оптимизация сайта](#) сделана, дальше нужны [ссылки](#), и вот как я их разбиваю при продвижении проекта.

### Процентное распределение

- постовые 25%
- контекстные ссылки 15%
- Sape 50%
- статьи навсегда 10%

#### 1. Постовые

При начале продвижения сайта нужно прикупать постовые, проверенно, работает вообще отлично. Чем постовые хороши так это тем, что сразу попадает в индекс и дает вес. **Но тут есть большое НО:**

*Постовые должны размещаться сразу в новом посте, а не после того как пост проиндексируется.*

Если сразу не разместить, то возможно он учтется через пару недель и то не факт.

**Как вам такой пример:**

	Google.com.ua
туры в Китай	33
туры в Китай из Киева	11
отдых в Китае	19
туры в Иорданию	25
туры в Иорданию из Киева	10
отдых в Иордании	17

И это за 3 дня продвижения. Постовые дают ощутимый траст, а про то где их можно прикупать читайте этот пост.

## 2. Контекстные ссылки

Отлично работают, отлично учитываются, нужно просто хорошо выбирать ресурс. Контекстные ссылки сейчас есть возможность покупать в авторитетных [СМИ](#), через новый сервис сапы **pr.sape.ru**.

В случае с вариантом нового сервиса сапы, то можно размещать ссылки в новых статьях, которые так же влетают моментально в индекс. И на начальном этапе продвижения получить вес с авторитетных сайтов будет только на руку, плюс ссылки размещаются навсегда.

## 3. Sape ссылки

Тут понятное дело. Создание проекта, создания описаний, и закупка по определенным фильтрам. Сапа как рулила, так и будет рулить пока, в плане эффективности и цены. Так как если продвигаться только ссылками навсегда, то придется потратить в разы больше, и результат будет делаться дольше. Я давненько делал видео урок о том [как покупать ссылки в sape](#), его можно посмотреть, лишним не будет. Кстати за все время видео просмотрели больше 7000 раз, что не так мало по тематике [SEO](#).

## 4. Статьи навсегда

И на последок не забываем про [биржу статей](#), так как там есть очень много толковых тематических сайтов. Хоть на многие цена и завышена, но иногда все равно стоит прикупить для перспективы. Статьи отлично работают, только по деньгам получаются гораздо дороже арендованных ссылок и постовых, так как нужно еще и статья, а контент так же стоит денег.

**Вывод:** нужно иметь множественные источники ссылок для продвигаемого сайта, и тогда все всегда будет хорошо. И не нужно заикливаться на одной сапе и после очередной смене алгоритма [Яндекса](#) кричать почему сайт клиента в полной ж...

И еще, лучше иметь качественные ссылки (ссылки с качественных доноров), чем тысячи гавноссылок с гавносайтов, хоть ссылки с гавносайтов пока отлично работают.

## Естественные ссылки за деньги new

[Автор: orochimaru6](#)

**orochimaru6:**

### Естественные ссылки за деньги или просто псевдоестественные ссылки.

*Добрый день, дорогие друзья!*

Сегодня я решил рассказать об одном очень интересном способе получения **качественных, вечных**, а самое главное - **полностью естественных** ссылок при помощи биржи Адвего.

### Немного предыстории.

Столкнулся с данной биржей немного больше года назад - хотел наскрести несколько недорогих статей для продвижения своих проектов. Биржа очень понравилась и я на некоторое время о ней забыл...

Но потом появилась мысль использовать данную биржу для получения полностью естественных ссылок на свой сайт. Далее я расскажу вам о том, как это сделать самостоятельно...

### Адвего и вечные ссылки, а вы знали?

Биржа копирайтеров Адвего позволяет не только заказывать или самостоятельно создавать контент, но и проводить достаточно успешные компании, к примеру, при бюджете в **1000 рублей** вы сможете без труда получить более **200(!)** качественных вечных ссылок на ваш ресурс. Интересно, как - *читайте дальше...*

### Принцип действия данного метода.

Что такое естественные ссылки в вашем понимании? Отвечу сам - естественные ссылки - такие ссылки, которые пользователи ставят самостоятельно на некоторый ресурс не в целях его продвижения. Думаю, что вы все согласитесь со мной в данном вопросе.

Интересно, а как поисковые системы определяют естественность ссылок? Данный вопрос уже намного сложнее... При определении естественных ссылок машины используют ассессорские выборки из огромных массивов ссылок и записывают для них великое множество параметров, перечислять которые нескольких книг не хватит. Остановимся на основных:

1. **частота появления ссылок**
2. **рост количества ссылок во временных рамках**
3. **разнородность ссылок**
4. **анкоры ссылок**
5. *и т.д.*

Так вот, сегодня я расскажу вам, как получать ссылки, соответствующие большинству описанных параметров почти бесплатно, а главное - почти навсегда (об этом далее).

### Составляем задание.

Для получения необходимых нам ссылок необходимо составить рекламную компанию в системе Адвего. Главное - грамотно описать задание и установить правильную цену (определял на собственном опыте). Итак, какие же задания использовал я:

#### 1.

Работа для тех, КТО ОБЩАЕТСЯ НА ФОРУМАХ и имеет аккаунт с большим количеством сообщений.  
Работа от тех, кто имеет на форуме менее 50 сообщений приниматься не будут!

Суть - ставить ссылку на сайт - [www.site.ru](http://www.site.ru) в сообщениях. Ссылка должна быть В ТЕМУ, иначе задание не будет принято. Ссылка должна прожить более суток, иначе работа не будет принята!

**Цена - 0.22\$**

**Активность - 2-4 заказа в сутки**

2.

Необходимо разместить ссылку на сайт [www.site.ru](http://www.site.ru) на любых интернет-ресурсах (форумы, блоги т.д.)

Ссылка должна быть активна, окружена тематическим текстом, а донор не заброшен!

**Цена - 0.14\$**

**Активность - 15-30 заказов в сутки**

3.

Работа для тех, кто имеет раскрученный аккаунт [otvet.mail.ru](mailto:otvet.mail.ru). Подбираете вопрос, соответствующий тематике сайта [www.site.ru](http://www.site.ru) и отвечаете на него, установив ссылку на соответствующий раздел сайта [www.site.ru](http://www.site.ru)

Ответы не в тему, со ссылкой не на тот раздел или с неактивной ссылкой приняты НЕ БУДУТ. Работа будет принята только после одобрения ссылки модератором!

**Цена - 0.15\$**

**Активность - 2-5 заказов в сутки**

4.

Цель работы - найти группу Вконтакте, соответствующую тематике сайта [www.site.ru](http://www.site.ru) и установить с нее ссылку на данный сайт. Работа будет принята через сутки после выполнения.

**Цена - 0.7\$**

**Активность - 2-5 заказов в сутки**

Используя данные задания, за один месяц вы сможете получить огромное множество **МАКСИМАЛЬНО** естественных ссылок на свой сайт при **МИНИМАЛЬНОМ** бюджете. Задания можете составлять совершенно любые, главное следовать следующим инструкциям (составленным, основываясь на собственном горьком опыте):

1. Первым делом, в задании указывайте ограничения. К сожалению, большинство исполнителей не читает задания до конца.
2. Не используйте слишком длинные задания (в данном случае появляется кнопка - **Подробнее...** и часть задания прячется под ней) - большинство не догадывается нажать на кнопку и делает совершенно бессмысленную работу.
3. Запоминайте уже принятые задания - много недобросовестных исполнителей отправляет одну и ту же работу по несколько раз
4. Экспериментируйте с ценами... В данной бирже большая цена совсем не гарантирует более качественный результат.

Вот, в принципе и все. Желаю успехов!

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

## Покупка ссылок: классификация параметров для отсева

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

На **27** ссылок изменились цены обновить

Статистика всего / [Только данного раздела](#)

Ссылки в статусе **ERROR 177** **WAIT 6304**

Ссылки всего: **5556**

Прогноз бюджета на день / месяц: **535,84 / 16 075,30**

Работа по покупке ссылок должна быть максимально автоматизирована, но для этого нужно провести большую подготовительную работу. Любой робот будет следовать вашим указаниям, но можно совершить ряд ошибок и испортить казалось бы конечную, отличную, идею.

Только кажется, что на бирже ссылок много ресурсов, на самом деле их нужно расходовать достаточно аккуратно. Поэтому вопрос о правильной классификации параметров для отсева ссылок встает довольно остро.

На самом деле, все фильтры, которые вы создаете – имеют довольно малую корреляцию с эффективностью, а если сказать точнее – то не выбор фильтра определяет его эффективность.

ТИЦ >= 100 **И** Цена <= 5.00 руб. **И** Прогноз внешних ссылок <= 3 **И** Уровень домена до 2 **И** Тематика площадки = (Авто, Банки, Безопасность, Бесплатное, Блоги, Бухгалтерия, Города и регионы, Государство, Дом и семья, Интернет, Компьютеры, Консалтинг, Мебель, Медицина, Музыка, Наука и техника, Недвижимость, Непознанное, Обучение, Общество, Персональные страницы, Политика, Политические партии, Предприятия, Промышленность, Путешествия, Работа, Реклама, Связь, Софт, Спорт, Справки, Страхование, Строительство, Телевидение, Товары и услуги, Финансы, Хостинг) **И** Доменные зоны = (.ru) **И** Не покупать ссылки на сайтах, уже купленных в рамках этого проекта **И** Есть в Yandex **И** Есть в Google **И** Только основная БД сайтов

У меня в аккаунтах присутствует более 50 разных фильтров (если брать все аккаунты в сапе), включая клиентские, но при этом ни они определяют стратегию выбора донора.

Цена <= 1.00 руб. **И** Внешних ссылок <= 1 **И** Прогноз внешних ссылок <= 2 **И** Уровень домена до 2 **И** Тематика площадки = (English sites, Hi-End, MP3, Авто, Банки, Безопасность, Бесплатное, Блоги, Бухгалтерия, Города и регионы, Государство, Дом и семья, Знакомства и общение, Игры, Интернет, Кино, Компьютеры, Консалтинг, Культура и искусство, Литература, Мебель, Медицина, Музыка, Наука и техника, Недвижимость, Непознанное, Новости и СМИ, Обучение, Общество, Персональные страницы, Погода, Политика, Политические партии, Предприятия, Промышленность, Путешествия, Работа, Развлечения, Реклама, Связь, Софт, Спорт, Справки, Страхование, Строительство, Телевидение, Товары и услуги, Финансы, Флора и фауна, Фото, Хостинг, Юмор) **И** Доменные зоны = (.ru, .com, .info, .net, .org, .su) **И** Не покупать ссылки на сайтах, уже купленных в рамках этого проекта **И** Есть в Yandex **И** Есть в Google **И** Только сайты, добавленные за последние 30 дней

Сайт с нулевыми показателями может сработать не хуже чем «с пузомерками», сайт не тематичный может сработать лучше, чем 100% верная тематика.

PR >= 1 И PR <= 4 И тИЦ >= 10 И тИЦ <= 150 И Цена >= 2.54 руб. И Цена <= 15.22 руб.  
И Уровень вложенности страницы >= 1 И Уровень вложенности страницы <= 2 И  
Тематика площадки = (Интернет, Компьютеры) И Есть в Yandex И Только основная БД  
сайтов

Если у вас нет большой выборки сайтов, по которой можно составить белые списки, то придется действовать немного иначе (кстати белые сайты часто становятся серыми и черными, их нужно проверять постоянно).

Основной упор – на формирование черных списков, для этого **нужна четкая классификация параметров.**

Я знаю достаточно людей, у которых за год-два работы **черный список перевалил за 70 тысяч сайтов**, при этом многие из них считают это абсолютно нормальным и они не заморачиваются с классификацией параметров.

Достаточно всего одного параметра для занесения площадки в черный список – это не правильный и не рациональный подход.

Чтобы собрать параметры для классификации – придется поработать руками и глазами, частично мозгом. А дальше все полученные результаты должны пойти в обработку автоматом, ведь автоматизация позволяет экономить кучу времени.

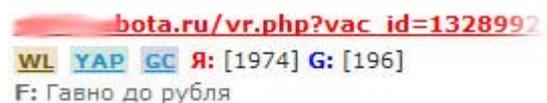
Методика отсева по плагину винка такова: **LF, H, Cn, TF, BC, UB, YAP, YAC.**

**Первый барьер, который проходят сайты** – это фильтр по URL (LF), которым мы пытаемся выявить заранее те сайты, которые имеют довольно большую вероятность к выпадению, а также не желательные страницы.

Как мы видим – у нас уже 2 классификатора:

- Вероятность бана/фильтра.
- Вероятность выпадения страницы.

Вероятность бана или фильтра могут иметь достаточное количество сайтов, например это может быть сайт-галерея, специально созданный под сапу, мы ввели параметры:



bota.ru/vr.php?vac\_id=1328992  
WL YAP GC Я: [1974] G: [196]  
F: Гавно до рубля

- Displayimage (галерея изображений)
- Thumbnails (галерея изображений)
- dn=photos (галерея изображений)
- .php?vac\_id= (распарсенная база вакансий)

Отмечаем эти сайты и можем смело заносить их в глобальный черный список или черный список проекта.

Следующие параметры – **не имеют четкой привязанности к характеристикам сайта**, они имеют определенные **характеристики страницы**:



- User
- Tag
- Archive

Этими параметрами мы можем отсеивать системные страницы, которые могут быть в индексе, но будут рано или поздно выпадать, как содержащие [дублированный контент](#), если это страницы тегов или архивов, либо системные страницы профилей юзеров, регистраций и прочего.



Этот классификатор не дает нам права метить площадку черным списком, ведь это не характеристики целого сайта, поэтому мы отменяем эти страницы, не добавляя их в черные списки, в следующий раз нам придут другие страниц этого сайта.

Надеюсь я доступно объяснил, что есть признаки сайта и страницы, их нужно четко различать, иначе будете "расходовать доноров" не правильно.

**Второй барьер** – количество страниц в индексе, здесь нужно быть аккуратным. Основная его цель – отсеять сайты попавшие под АГС, по количеству проиндексированных страниц.

Я бы советовал не ориентироваться на показатели SAPE и перед кнопкой Сп (по количеству страниц) нажать Н (проверка количества проиндексированных страниц), что позволить **получить реальные данные на нынешний момент**. В результате мы получим именно сегодняшние данные и сможем нажать заветную кнопку Сп, которая отметит сайты достойные черного списка (допустим содержащие менее 15 страниц в индексе Яндекса).

**Третий барьер** – контент фильтр или ТФ. Частично [методику я уже описывал](#), мы можем фильтровать достаточно доноров по разным [параметрам](#). Допустим на сайте есть "porno" и мы его заметили. Если не углубляться в детали – этот параметр достоин черного списка.



Но не каждый сайт содержащий параметры, перечисленные ниже, достоин черного списка:

- Keygen
- IFolde
- RapidShare
- Megaupload

Здесь мы можем **либо отменить и нам предложат новые страницы**, либо добавить в черный список конкретного проекта (**BL**), т.к. глобального он может быть и не достоин. **TF** я касался уже, поэтому не будем затрагивать его детально, отвечу на вопросы в комментариях, если будут.

**Четвертый барьер** – это количество внешних ссылок, количество внутренних, а также количество контента на странице (**BC**).

Здесь все просто – нужно четко понимать, что это **характеристика страницы, а значит не подходит под глобальный черный список**, лучше всего отменять и нам будет предложена новая страница.

При этом, если мы четко видим 500 внутренних ссылок на странице или больше, то здесь можно и в черный список добавить, перед этим просмотрев донора (часто мы можем встретить плагины пиксельной карты сайта и т.п. – их можно фильтровать **TF** фильтром), эту часть мы можем смело вносить в черный список, а значит у нас уже 2 классификатора. Но все-таки, я настаиваю на том, что нужно различать параметры страницы и параметры сайта.

Последний этап, который мы проходим – это уровень вложенности (**УВ**), а также наличие страницы в индексе (**YAP**) и в КЭШе (**YAC**) яндекса. Это тоже характеристики страницы, мы не имеем права добавлять такие сайты в черные списки, т.к. делаем выводы лишь по одной странице.

На сегодня мне пришло **5 тысяч 413 ссылок** на подтверждение, результаты таковы:

**LF** для черного списка – 35 сайтов, **LF** для отмены – 1766 сайтов.

**H**, **Sp** для отсева **АГСных сайтов** – 81.

**TF** для черного списка – 320 сайтов, **TF** для отмены – 840 сайтов.

**BC** для черного списка – 15 сайтов, **BC** для отмены – 2140 сайтов.

**YAP** и **YAC** для отмены – 230 сайтов.

В результате при сбалансированной работе у нас в **черный список попал 361 сайт, а на отмену ушло 4076 сайтов**. Значит из 5 тысяч 413 ссылок мы отсеяли 4976, оставив себе на рассмотрение более детальное 437 ссылок.

Если бы мы по-идиотски расходовали [ссылочную массу](#) и добавляли все в черные списки, без классификации факторов, то у нас **получилось бы 4976 сайтов в черном списке только за 1 день**.

По-моему – это не разумно, а я знаю многих людей, которые так делают, **не разграничивая и не классифицируя параметры**.

На сегодняшний день, в моем личном аккаунте, за несколько лет, накопилось всего 41 тысяча сайтов, которые отсеивались по очень жестким параметрам, если бы я огульно слал все в черный список, то было бы уже в раза 3-4 больше сайтов.

На аккаунтах заказчиков – меньше черные списки, но и работают они пока что меньше.

## Практические советы по наращиванию ссылочной массы new

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



В последнее время появилось очень много статей на тему клиентского продвижения, то что мы идем по западному пути, тут ничего нового не придумашь. Маркетинговый подход внедряется все больше и больше в умы SEO оптимизаторов. Давайте "заценим" как они делают это там - на западе.

То, чем мы постоянно занимаемся — это консультирование клиентов. После наших консультаций они могут сами [наращивать ссылочную массу сайта](#). Все хорошо знают, что построение ссылочной массы очень трудное занятие даже для SEOшника, работающего полный день.

Для упрощения данной задачи мы собрали некоторые рекомендации и примеры, выполнить которые легко и они оправдывают время, затраченное на них. Целью данного поста является знакомство с простыми рекомендациями по поиску блогов и сайтов, с которых [вы можете получить ссылку](#). Каждая из рекомендаций сопровождается своим уникальным примером. Мы хотим преподнести не просто теорию, но и ее применение "в живую".

Если вы читали мои предыдущие посты, вы не могли не заметить, что я люблю отображать весь процесс графически. Данный пост можно разделить по следующему принципу процесса наращивания ссылочной массы:



## Каково ваше Уникальное Коммерческое Предложение

**УКП (уникальное коммерческое предложение)** — это та уникальность ваших товаров/услуг, которая отличает вас от конкурентов. Лично для меня это одна из важнейших частей стратегии наращивания ссылочной массы. Именно на этой стадии вы можете определить то, что принесет ссылки вам, но не принесет ссылки вашим конкурентам.

Именно эти уникальные черты вашего бизнеса являются **шагом с 3 места поисковой выдачи на первое**. О таких уникальных черта бизнеса мы уже не раз говорили, с их примерами вы можете познакомиться в наших предыдущих постах.

Именно поэтому первым шагом стратегии наращивания ссылочной массы мы сделали определение вашего УКП. Именно это поможет вам найти уникальные ссылки быстрее.

**Ключ к успеху** — для определения УКП не достаточно просто посмотреть на сайт. Существует большая разница между тем, какое УКП есть на сайте и какие перспективы в целом имеет ваш бизнес. Именно поэтому, при поиске УКП следует вначале проанализировать бизнес целиком.

Ниже я привел некоторые преимущества компаний, которые могут помочь в получении новых ссылок:

### • Профессиональность сотрудников

Если ваши сотрудники хорошо известны как профессионалы в своей сфере, тогда они могут дать вам некоторые преимущества. На веб-сайте вашей компании они могут сделать некоторые обзоры серьезных партнеров, продемонстрировать свою компетентность, что обязательно будет учтено посетителями. Также они могут связаться с клиентами и попросить их об оставлении отзывов на веб-сайте или ссылки на ваш веб-сайт с сайтов партнеров.

### • Продукты

Существует несколько путей получить ссылки, если у вас есть [интернет-магазин](#). Вы можете послать примеры продуктов экспертам сферы, [блоггерам](#) или обычным покупателям, чтобы те в свою очередь сделали обзоры и опубликовали на своих сайтах. Также вы можете дать несколько продуктов в качестве подарка/благотворительной акции взамен на ссылку на ваш сайт.

### • Купоны скидок

Вы можете раздавать купоны скидок тем сайтам и [блоггерам](#), которые делают обзор и оставляют ссылки на ваши продукты. Сделайте так, чтобы у них было желание пользоваться данными скидками и делиться ими со своими посетителями. Это увеличивает рейтинг блоггеров, их читатели будут довольны, а вы в свою очередь получите больше трафика на сайт.

### • Email рассылка

Данная методика наращивания ссылочной массы является одной из самых дешевых. В наше время, если вы просите об обмене ссылками, вы, вероятнее всего, не получите его. А как насчет того, чтобы предложить сайту обменяться ссылками и в добавок к этому вы ежемесячно будете рассылать их новостной бюллетень своим пользователям? Взамен данный сайт получит некоторый прирост трафика, а вы ссылку.

### • Использование микросайтов

Данный метод также как и метод с email рассылкой не является дорогостоящим. Взамен на ссылку на ваш сайт вы можете предложить ссылку с сети ваших небольших сайтов. Данный метод еще выгоднее для вас,

если вы можете контролировать страницы, не относящиеся к вашему домену. Вспомните страницы Facebook, Twitter или страницы таких контент-платформ как hubpages.com.

- **Ссылки за качественный контент**

Пересмотрите контент на вашем сайте. Иногда можно найти новые части интересного контента, который остался "в тени". Если вы нашли такой контент, позаботьтесь о том, как сообщить о нем пользователям. Возможно он заслужит несколько дополнительных ссылок.

- **"Зеленая" политика компании**

Тут принцип следующий: в сети существуют сайты и компании, которые ссылаются на сайты фирм, которые придерживаются экологически-чистой политики.



- **Благотворительная деятельность компании**

Данный вид деятельности великолепен с точки зрения PR (связи с общественностью) и может дать вам ссылки с новостных сайтов и сайтов благотворительных организаций. Некоторые сайты имеют страницы, на которых они перечисляют людей и организации, которые помогают им. Вам будет не только приятно от того, что вам признательно общество, но и от того, что вы получаете ссылки.

- **Привлечение персонала, у которого есть свободное время**

Иногда бывает так, что некоторые [сотрудники](#) вашей компании заняты непостоянно. Именно в эти промежутки времени вы можете привлекать их и к [SEO работе](#). Вы можете давать им такие небольшие задания как: написание отрывков контента, постинг в Twitter, различные форумы и другие социальные сети.

Какими бы ни были ваши УКП, главное то, что вы постоянно используете их в [стратегии наращивания ссылочной массы](#).

Именно поэтому вы и должны искать такие сайты, которые сошлутся на вас только благодаря вашим УКП. Теперь давайте перейдем к следующему шагу стратегии наращивания ссылочной массы — поиску подходящих ссылок.

## **НАЧНИТЕ С САМОГО ПРОСТОГО — поиска в поисковиках!**

Конечно звучит это банально, но это именно то, с чего следует начать. Давайте продемонстрируем это на примере компании, УКП которой является правильная "зеленая" политика.

list of environmentally friendly companies

[Advanced Search](#)  
[Language Tools](#)

Google Search

I'm Feeling Lucky

В целях экономии времени я расскажу как ускорить данный поиск. Но я также хочу отметить и то, что каким бы банальным не был поиск, он дает хорошие результаты.

Для упрощения поиска сделаем следующий запрос:

list of environmentally friendly companies inurl:links

Advanced Search  
Language Tools

Google Search

I'm Feeling Lucky

Дополнение в поиске **inurl:links** говорит [Google](#) о том, что в результатах выдачи он должен показать только те URL, где упоминается слово "ссылки". Таким приемом мы значительно сокращаем выдачу результатов и улучшаем ее качество, увеличивая шансы найти подходящие нам сайты.

## ИСПОЛЬЗУЕМ РАСШИРЕННЫЙ ПОИСК GOOGLE

По использованию данного поиска Google я уже рассказывал в предыдущих постах, но здесь я хочу поделиться некоторыми дополнительными знаниями. Обратите внимание на то, что к основному запросу вы можете добавить несколько дополнительных ключевых слов. Также вы можете использовать ключевые слова, слегка отклоняющиеся от основного и получите более расширенную выдачу.

### Не забывайте о своих УКП

Продолжая идею использования УКП вашей компании, вы можете использовать ее и в поиске. Например, если преимуществом вашей компании будут "купоны скидок" или "специальные предложения", тогда вы можете создать следующий поисковый запрос:

**экономный блог + "купоны скидок"**

Данный запрос нацелен на те блоги, чья тематика направлена на экономию денег и где пользователи смогут получить купоны скидок или дополнительные рекомендации. Именно такой сайт будет отличной площадкой для размещения ссылки.

Ах да... если вам нужен реальный список таких сайтов — [вот, пожалуйста](#).

### Поиск сайтов с возможностью публикации гостевых постов

Я не собираюсь рассказывать вам о всех преимуществах гостевого постинга как методике наращивания ссылочной массы, но скажу, что данный метод работает очень замечательно. Для поиска сайтов, где разрешен гостевой постинг, можно использовать множество запросов:

**inurl: гостевой-пост-SEO**

Данный запрос хорош тем, что он направлен на владельцев блогов, которые употребляют данные слова в заголовках и URL. Также, для экономии времени я не стал включать более расширенный запрос, например, "гостевой пост-инструкция по SEO".

**Следующий запрос: inurl: category/guest**

Данный запрос примечателен тем, что он может совпадать со [структурой URL](#) Wordpress, что может прямиком привести вас к гостевым постам.

**Запрос: ключевое слово+блог+ноябрь 2010 inurl: гость**

Преимущество данного запроса в том, что он сводит результаты поиска к активным блогам. Если в блоге есть посты данного месяца и года, значит он не заброшен, активен, а у вас есть больше шансов на то, что вам ответят.

## Поиск "белых" каталогов

Нам приходится постоянно отвечать на вопросы такого плана: "а не попаду ли я под фильтр, если добуду ссылку с каталога" и т.п. На данный вопрос нет однозначного ответа и давать в этом посте его не целесообразно. Вместо этого я бы посоветовал поискать [ответ на данный вопрос на нашем блоге](#).

Для поиска "белых" каталогов вы можете использовать следующий запрос:

**ключевое слово inurl: каталог-купить-текстовый-анкор-pr**

Вы можете изменять данный запрос как вам заблагорассудится при помощи схожих ключевых слов. Идея данного запроса в том, что вы не будете размещать ссылки в тех каталогах, которые откровенно просят деньги за размещение ссылки.

## ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЕЩЕ ОДНУ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОИСКА GOOGLE "ПОХОЖИЕ" (similar)

Это действительно быстрый и эффективный метод. Когда вы используете поиск нужных для вас сайтов в Google, поисковик подбирает сайты удовлетворяющие требованиям вашего запроса. К каждому типу сайтов Google также подбирает похожие, увидеть такие сайты вы можете, кликнув на ссылку "похожие" (в английской версии поиска — similar)

### [Eco Friendly Companies](#)

Global directory of green **companies** and eco **friendly** products. Ethical business resource.

Your Green **company** connection

[www.ecofirms.org/](http://www.ecofirms.org/) - Cached - **Similar**

Данная возможность выводит список дополнительных сайтов, где вы возможно сможете разместить свою ссылку.

Для перехода к следующему шагу, вы можете слегка разнообразить поисковый запрос, с которого мы начали:

About 192 results (0.10 seconds)

[Advanced search](#)

Данный поиск хорош тем, что его результаты будут действительно релевантные запросу.

## Внесите немного креатива в изучение конкурентов

Существует несколько инструментов, которые могут помочь вам в локальном поиске, а также в поиске мест, где вы сможете получить ссылку. В одном из постов по наращиванию ссылочной массы [Рэнд](#) упоминал о [данном инструменте](#).

Однако, у меня в запасе есть еще несколько советов, которые также смогут помочь:

- поиск телефонов конкурентов

Зная номера телефонов ваших самых активных конкурентов, вы можете без труда определить с каких-то бизнес каталогов они получают ссылки, в каких бизнес-каталогах их нет. Вбивая в поиск их номера телефонов вы сэкономите время, лучше делать множественный запрос:

"0800 123 4567" или "0700 123 4567" или "0845 123 4567".

Этот метод стоит времени, потраченного на него.

Вообще изучать конкурентов очень интересно и нужно. К примеру можно глянуть как фильтрует те или иные сетки [Яндекс](#) и [Гугл](#), [Bing](#) или [Yahoo](#) 😊. Причем, как видим, не только по вариациям телефонного номера. Анализ конкурентов - дело крайне интересное.

Кстати, можете посмотреть как в исследовании ответили ряд экспертов на тему аффилированности сайтов - [ТопЭксперт.РФ](#)

### Факторы, влияющие на наложение аффилиат-фильтра

Совпадение регистратора	-16%
Совпадение или близость дат регистрации доменов	-22%
Совпадение в CMS	-26%
Совпадают ли темпы прироста ссылок	-26%
Совпадение хостинга	-32%
Совпадают ли частично названия у доменов	-43%
Совпадение ссылочной массы	-49%
Совпадения в IP	-59%
Совпадают ли данные об организации на сайте и в справочных	-68%
Ссылаются ли друг на друга сайты	-72%
Совпадение информации о владельцах	-79%
Совпадает ли контент	-93%
Совпадают ли контактные данные	-99%
Совпадают ли адреса и названия организации	-100%

## Контроль качества

Вот еще один вопрос, который мы постоянно слышим от наших клиентов: "А как определить, что данная страница подходит для [размещения ссылки](#)?". И вновь, дать ответ на данный вопрос не так просто, так как опытные SEOшники используют свой инстинкт как инструмент и поэтому они просто знают хорошая данная страница или нет.

К сожалению, большинство SEOшников не имеют такого опыта и вашим клиентам будет попросту не под силу сделать это. Однако, вот несколько вопросов, которые помогут вам сделать определенные выводы по качеству данной страницы:

- **Находится ли страница в кэше поисковика?**

Для размещения ссылки ответ должен быть "да", если конечно страница не совсем новая. Проверить можно в [Google Toolbar](#).

- **Сколько ссылок, ведущих на другие ресурсы, есть на данной странице?**

Назвать определенное допустимое количество исходящих ссылок на странице сложно, так как это зависит от многих факторов. Однако, я бы точно не рискнул устанавливать ссылку на странице, у которой

исходящих ссылок больше чем ссылок на внутренние страницы. Кроме этого, я бы усомнился в качестве страницы, если количество исходящих ссылок близится к 100.

Проверить это можно при помощи плагина [Search Status](#) для Firefox.

- **Сколько бэклинков имеет домен целиком и страница в отдельности?**

Я всегда удивлялся тому, сколько людей не обращают на это внимание, хотя при сегодняшнем обилии инструментов, проверить это очень легко. Определить нужно количество качественных ссылок, ведущих на домен или страницу, на которой вы желаете установить ссылку.

Проверить это можно при помощи плагина Search Status, [SEO Book Toolbar](#) или [SEOMoz Toolbar](#), а также использовать другие [плагины для SEO](#).

- **Находится ли сайт в топе выдачи по названию сайта или URL страницы?**

Если сайт не появляется в выдаче, это означает, что с ним что-то не так. Этот быстрый способ показывает, применялись ли к сайту какие-либо санкции со стороны поисковиков или нет.

Проверить это вы можете в поиске популярных поисковых систем!

- **Если бы Мэтт Каттс посмотрел на страницу, захотел бы он оставить ее в индексе?**

Тут важно быть честным с самим собой. Если ответ был бы "нет", тогда просто покиньте данную страницу и перейдите к следующей. Вы должны искать сайт как будто вы Google и выявляете действительно качественные сайты.

Свериться с показаниями какого-либо инструмента вы не сможете, так как ответ на данный вопрос требует вашей интуиции.

## **Добиться размещения ссылки**

Отобрав подходящие страницы, мы подошли к последнему шагу: "Добиться размещения ссылки".

**Давайте посмотрим, что мы проделали до этого:**

- Выявили наши УКП
- Использовали эти УКП для поиска ссылок
- Провели контроль качества отобранных ссылок

Итак, мы подошли к последнему шагу — размещению ссылок. Тут-то и начинается все самое интересное!

**Получение ссылок, для меня, сводится к 3 вещам:**

- Использование собранных данных и УКП.
- Заставить заметить себя.
- Установление связей.

Если вы будете следовать этому плану, тогда ваши [конверсии](#), получения ссылок, увеличатся. А теперь давайте детально рассмотрим каждый из пунктов плана.

## **Используйте данные и УКП вашего бизнеса**

Об этом я уже упоминал выше и еще раз хочу повторить, что при переписке с человеком, у которого вы хотите получить ссылку, обязательно рассказывайте о своих преимуществах перед другими. Если вы

хотите получить ссылку потому, что ваша компания является "зеленой", расскажите об этом! Укажите ссылку на страницу вашего сайта, где описаны принципы работы вашей компании. Тогда вы будете выглядеть более убедительными. Выставляйте на показ ваши преимущества, вот отличный пример компании Rackspace, являющейся [хостинг](#) провайдером:



Проще говоря, расскажите почему кто-то должен ссылаться на вас.

## Сделайте так, чтобы вас заметили

Для того, чтобы кто-то захотел сослаться на вас, вы должны сделать так, чтобы на вас обратили внимание. Это особенно важно сделать перед тем, как попросить о ссылке. Вот несколько способов сделать это:

- Прямое письмо
- Телефонный звонок
- [Твиттер](#)
- Комментирование блога
- Послать трафик на их сайт

### Прямое письмо

Этот способ используют многие SEOшники. И он вправду работает, хотя многие и говорят, что нет. Существует множество подходов к правильной e-mail переписке. .

В свою очередь я преподнесу вам несколько быстрых советов:

- Объясните о том, какую пользу для них вы можете принести.
- Изъясняйтесь четко и последовательно.
- Всегда обращайтесь по имени.
- Упомяните о чем-то особенном — о их хорошей записи в Твиттере или блоге.
- Если они находятся недалеко от вас, обязательно расскажите откуда вы.
- Не отнимайте слишком много времени — они занятые люди.

### Телефонный звонок

Это отличный способ получить ссылки, просто возьмите телефон в руки! Тут есть некоторые нюансы, когда, в силу своего бизнеса, владелец сайта не работает онлайн. Но данный способ хорош тем, что вы можете получить мгновенный ответ, сэкономив при этом время.

Да, я знаю, что все мы помешены на компьютерах и не любим использовать телефон. Но поверьте, это не так трудно как кажется, и после нескольких звонков вы войдете во вкус. Если же вы не можете перебороть себя, тогда вы можете попросить делать это за вас кого-либо другого. Если в штате ваших сотрудников есть те, кто любят поболтать, то это большой плюс.

### Твиттер

Данный метод привлечения внимания зависит от вашей ниши. Список рекомендаций привлечения внимания пользователей Твиттера я оставлял в последней статье на [SEOmoz](#). Однако повторю его и здесь:

- Следуйте за ними.
- Определите то, о чем больше всего они любят писать.
- Для более подробной информации посетите их сайт.
- Посмотрите какие записи они любят ре-твитить (retweet).
- Ре-твитте их записи.
- Ведите конструктивное общение.
- Всегда спрашивайте их мнение по какому-либо поводу.

Главное тут наладить общение и привлечь внимание, а в будущем они вам помогут.

### Комментирование блога

Нет, я не имею ввиду [оставление ссылок в записях блога](#), вы будете выглядеть как спамер. Я говорю о поиске качественных блогов, оставление осмысленных и полезных комментариев. Это заставит владельцев блога поискать ваше имя в интернете и наткнуться на ваш сайт. После чего, они, скорее всего, захотят связаться с вами.

### Направление трафика на их сайт

Все блоггеры и владельцы качественных сайтов всегда проверяют источники трафика их сайтов. Если ваш сайт появится в их статистике, они наверняка заинтересуются и зайдут на ваш сайт.

Вам даже не придется ссылаться на их сайт с вашего основного сайта, вспомните про УКП: микросайты и рассылки. Вы можете поставить ссылку на них с вашего микросайта, или ссылку в e-mail рассылке вашего основного сайта. Каким способом вы бы не воспользовались, они всегда заметят вас и у вас будет больше шансов установить дружественные связи и получить ссылку.

### Устанавливаем связи

Если вам повезло и на вас поставили ссылку, не останавливайтесь на этом. Не делайте так, чтобы о вас думали "получил ссылку и свалил". Продолжайте поддерживать связи с владельцем сайта и кто знает, возможно он сможет помочь вам еще в чем-то. Возможно такое общение может перейти в более серьезные бизнес-отношения.



Если даже вам не дали ссылку, не игнорируйте их. Отвечайте им и будьте благодарны тому, что они тратят на вас время и возможно в будущем их привлечет другой контент.

**Проще говоря — не сжигайте мосты.**

## Заключение

Теперь у вас есть множество советов и инструкций по получению качественных ссылок, используйте их сами, или преподнесите своим клиентам. Обязательно постарайтесь разобраться со всеми рекомендациями!

P.S. постарался оставить изначальный пост и кейсы без своих правок и комментариев 😊

Источник: [Hands-On Tips For Link Building](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Сапа. Советы новичкам

[ixpander](#)

### ixpander:

Расскажите кто-нибудь поподробнее как зарабатывать на сапе?

Есть у меня сайт ПР2 тиц10.

У гугл 400 проиндексированных страниц

У яндекса 3500.

Всего страниц 3500 (из них 3000 на английском [учебники])

Страниц с пр2 и пр1 штук 40 (все русские).

Русские страницы о спорте, английские о программировании.

Сколько можно заработать в месяц с такого сайта?

Кто есть поопытнее, дайте подробные инструкции плиз.

### Syandpr:

Регаете акк на сапе добавляете сайт, по инструкции, ждете индексации, ставите цены и размещаете. Вот только с англоязычными как то не то по-моему, но если страницы на английском языке есть в индексе Яндекса, то можно размещать без проблем. О русскоязычных страницах вообще молчу, тем более с ПР1 и ПР2, расхватают и моргнуть не успеете.

По поводу оценки заработка такого сайта сложно сказать, в зависимости от цен и раскупаемости ссылок.

И вот что интересно, почему в Google так мало страниц в индексе, ведь сайт в основном на английском?

Контент уник?

### Chiliec:

Этим страницам ставьте цену в 3-4 раза выше средней цены по системе.

Анализируйте ссылки [плагином Wink'a](#), не желательно использовать длинные анкеры, ссылки на нерелевантные страницы. Самое главное - нельзя ставить ссылки на сайты в бане яндекса, возможны санкции вплоть до исключения из индекса.

**seoman:**

Самое главное, когда начнете работать с сапой, после регистрации она запросит ваши паспортные данные. Потом вам с ними по обычной почте надо будет обменяться бумажными договорами. Иначе без договора вы не сможете выводить деньги из системы. Помимо этого если вы из России:

Цитата: "В этом случае помимо вознаграждения обслуживающего Вас агента и лицензионного вознаграждения ООО «Сапе» (суммарно 10% от дохода), будет дополнительно удерживаться 13% Вашего дохода на уплату налога на доходы физических лиц и 24% для компенсации возникающих в связи с исполнением агентского поручения расходов агента."

**Chiliec:**

Сапа, имхо, самая лучшая биржа. Нету там никаких заморочек, просто при регистрации выбирайте "Я не являюсь гражданином Российской Федерации..." и все 😊 Многие так сидят пока доходы не превышают 20к рублей, потом октрывают ИП и честно платят налоги 😊

Можете еще [Trustlink.ru](http://Trustlink.ru) попробовать (новая биржа от Сеопульт-а)

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Вред от исходящих ссылок

[vagan](#)

**vagan:**

Все знают что входящие ссылки это очень хорошо, взаимные ссылки тоже ничего.

Есть ли вред от исходящих ссылок?

Например, я приторговываю на сапе. Схема 3-3-3. Понизится у меня PageRank и ТИЦ от этого?

Или к примеру на главной будет 40 уходящих ссылок. Будет мне за это по попе?

**overnight:**

Будет конечно. 😊

За 40 на главной из Сапы Вы либо вылетите из индекса, либо пессимизируют, зависит от сайта.

А вообще, исходящие ссылки не только не вредны, но и полезны, если вы в документе ставите тематические ссылки, то ПС это нравится. Это же основа интернета — гипертекстовость. Просто в случае с биржей Вы ставите дребедень которую никто не нажимает и совершенно не по теме.

А как Вы их поставить собираетесь? Там же, вроде, 15 предел.

**Sergey2012:**

За 40 на главной это не плюс или минус, это БАН поисковиками))) Соотношение примерное 4-6 на главной, и по две-три на внутренних страницах. А вообще за продажу ссылок поисковики банят и пессимизируют безбожно, знаю примеры когда за год продажи ссылок ТИЦ улетел с 1500 на 150 а потом на 50 вообще. На 50 остановился, вроде дальше не падает.

**Chiliec:**

Может просто беки со временем отвалились, большинство из которых каталожные?

**Sergey2012:**

Думаю все таки нет. Так как тот сайт - чисто СДЛ, плюс занимается продажами, сайт живой, музыкальной тематики, отчисления за авторские права платит (заключен легальный договор с отчислениями в различные правообладатели с продаж), ссылки сторонние периодически подкупаются, трафик есть порядка 10 кил хостов в сутки. Вроде бы все как надо. Но ТИЦ упал именно после продажи ссылок.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)



## Продвижение в буржнете

В этом разделе обсуждаются методы продвижения англоязычных сайтов. Если ваши интересы не ограничиваются рунетом, обязательно прочитайте статьи из этого раздела.

### Как вывести сайт в топ под англоязычный сегмент

*Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)*

*В данном посте речь пойдет о том, как продвигать сайты под англоязычный сегмент интернета, и как это можно делать эффективно. Это гостевой пост от Виктора ака [SeoProfy](#).*

Для начала нужно для себя определить, что нужно - трафик или топ по позициям. При продвижении эффективно нужно использовать оба варианта, что бы достигать толковых результатов. Большой трафик не всегда идет от ВЧ запросов по вашей тематике, 70% его процентов по статистике идет от НЧ и СЧ запросов.

Итак, давайте рассмотрим **каким же образом можно достичь топа по ВЧ запросам под англоязычный сегмент интернета:**

**1. Обычно продвижение начинают с молодых сайтов** и тут вступает в силу фильтр от поисковой системы Google – sandbox

**Sandbox или песочница** – это фильтр, который Google применяет к недавно созданным сайтам, которые стремятся в топ поисковой выдачи по ВЧ (высокочастотным) запросам. Сайт может быть под фильтром от месяца до года.

**Как его обойти или как его быстрее проскочить?** обычный встречный вопрос

Что бы быстрее пройти этот фильтр нужно наращивать ссылочную массу на сайт с очень авторитетных сайтов.

**Что бы я для начала порекомендовал делать:**

**- прикупить пару десятков толковых сквозных ссылок с сайтов/блогов**

У которых высокий PR (3-6) если позволяет бюджет можно и больше. Сайты должны быть многостраничными, тогда эффект от продвижения будет лучше. Поисковая система Google любит сквозные ссылки.

**- прогнать сайт по толковой базе каталогов статей**

Есть как открытые, так и закрытые сети каталогов статей. По закрытым можно прогнать за определенную сумму денег. Обычно это до 100 долларов.

**- сделать ручной прогон по хорошей базе англоязычных каталогов**

Есть немало толковых регистраторов по англоязычным каталогам, которые действительно это делают нормально. Можно поискать на форумах или немножко погуглить.

#### **- разместить с десяток постовых с толковых трастовых блогов**

По практике скажу, что под англоязычный сегмент ссылки с русскоязычных блогов подходят на ура. Это в основном использую, так как там постовых на порядок дороже, так же как и ссылки.

#### **- размещения сайтов в платных директориях (каталогах)**

Это могут быть такие каталоги как dir.yahoo.com, business.com и другие. Такие каталоги имеют большой вес и частично передадут его на ваш сайт.

Это вариант для новых сайтов. Хотя для старых такие же действия не помешают.

## **2. Если же сайт уже не новый**

То тут в первую очередь нужно сделать грамотную оптимизацию сайта для продвигаемых страниц и не только, а потом так же грамотную перелинковку.

И дальше все за ссылочной массой и распределением по времени этих ссылок.

Как я упомянул раньше, что поисковая система Google любит сквозные ссылки, и чем больше их будет стоять по определенным запросам на сайт, тем больше шансов получить топ.

Зачастую такие ссылки стоят от 10 до ста и больше долларов в месяц, поэтому, слишком много их не купишь, если ограничен бюджет.

В данном случае подходят ссылки так же с русскоязычных ресурсов. У нас всегда дешевле, а результат почти тот же.

### **Где же найти сквозные ссылки?**

Обычно можно найти на форумах в разделах купли или обмена, или через блоги. Я постоянно наращиваю базу людей, которые продают сквозные ссылки, так как есть необходимость продвигать сайты клиентов и свои в топ. Таких людей есть не мало, дам наводку, это те кто делают свои десятки и сотни сайтов для своих проектов, как вариант монетизации они продают сквозняки.

### **Дальше нужна еще ссылочная масса, и вот то что можно делать и делаю я:**

- каталоги статей
- закрытые каталоги статей
- каталоги
- закрытые каталоги
- размещение статей навсегда на тематических сайтах
- размещение контекстных ссылок навсегда
- постоянное размещение постовых в блогах
- закупка ссылок через биржи sare.ru и tnx.net
- регистрация в платных каталогах
- стараться попасть в открытый каталог (Dmoz)

Для каждой тематики ссылочная масса разная. И от этого зависит распределение. Для начала советую проанализировать конкурентов на обратные ссылки, что бы видеть общую картину.

## **3. Работа с контентом**

Чем больше оптимизированного уникального контента, который грамотно перелинкован, тем больше трафика будет на сайте.

Если посмотреть сайты, на которых сотни тысяч и больше переходов в сутки имеют в индексе такое же количество страниц.

#### Как нужно писать и оптимизировать контент:

- одно слово на одну статью – это лучший вариант и будет собирать больше всего трафика.
- что бы новые статьи появлялись на главной странице сайта
- средний размер статьи 1.5 – 2 тысячи символов
- в статье ставить 3-5 ссылок на ключевые слова из других статей и на главную

Статей можно добавлять по 3-5 в день. Все зависит от ваших возможностей, можно и больше, главное, что бы бот гугла постоянно бывал на сайте.

Средний срок вывода сайта в топ англоязычного Google 4-6 месяцев. Опять же как и говорил зависит от тематики и конкуренции слов. Чем сложнее тематика, тем больше денег и времени, или просто времени.

**PS:** не стоит закупать ссылки очень быстро, так как у Google есть еще куча разных фильтров, которые могут помешать продвижению сайта. **Про фильтры Google [читаем здесь](#).**

#### 4. Делаем сетку тематических сайтов или блогов

Практика показывает, что лучше потратится на создание и прокачку своих сателлитов чем постоянно прикупать ссылки у других людей.

Для начала можно сделать 10-20 блогов или сайтов, и потихоньку их прокачивать теми же:

- каталогами
- каталогами статей

Что бы к следующему апдейту PR у них были показатели.

Для многих не сильно конкурентных тематик сетка из 20 блогов может полностью поддерживать сайт в топе.

#### Для создания блога вам нужно:

- контент
- настройка блога
- прокачка

Это занимает немало времени и денег, но в перспективе дает нормальный результат.

## Продвижение англоязычного сайта - часть 1

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Дорогие друзья, я начинаю серию статей по продвижению сайтов в англоязычном интернете. Моя самая любимая тема в SEO - продвижение англоязычных сайтов, просто обожаю это занятие.



Конечно, во многом мне помогает то, что я прожил 4 года в Америке и хорошо знаком с англоязычным сегментом интернета, а также знаю психологию и мировоззрение американцев. На данный момент более половины продвигаемых мною сайтов - англоязычные.

В англоязычном интернете настоящий простор и масса возможностей. Это и не мудрено - рунет составляет около 2% от мирового интернета.

Я запустил новый проект - SEO блог на английском, который рад представить уважаемой публике - [MikeShakin.com](http://MikeShakin.com). По сути, это мутировавшая [англоязычная категория](#) Shakin.ru 😊. Надо развиваться и расти дальше, поэтому рубрика выросла до самостоятельного проекта. У меня есть пара сайтов на английском, но душа всегда хотела SEO бложик 😊.

Там вы увидите до боли знакомый дизайн 😊. Мне он так нравится, что я решил не ставить новую тему.

Теперь вкратце о том, для чего я начал вести англоязычный сайт.

1. Мне нужен плацдарм в англоязычном интернете, особенно в SEO тематике. Я еще не знаю, какие конкретные варианты развития возможны, но твердо уверен, что перспективы у этого проекта очень хорошие. Естественно, что я несколько не сомневаюсь в успехе своего англоязычного блога - с моим маниакально-фанатичным подходом я готов заниматься им днями и ночами, к тому же знаю правильное направление, в котором нужно двигаться 😊. В ближайшие месяцы планирую довести естественную посещаемость нового блога до нескольких сотен посетителей в день.

2. Продвигая свой SEO блог, я не только отточу известные мне методы продвижения в англоязычном интернете, но и открою новые, что повысит мою ценность как специалиста и расширит кругозор.

3. Прямой выход на американских клиентов по продвижению. Этот пункт очень перспективен. Первостепенной я вижу поисковую выдачу по Нью Йорку, Массачусетсу, Нью-Джерси и Коннектикуту, то есть северо-восточные штаты США. У меня в этом регионе остались друзья и знакомые, и в будущем это может вырасти в плодотворное и взаимовыгодное сотрудничество.

4. Экспорт контента. Я увлекаюсь экспортом контента с 2006 года, когда я начал переводить свои уроки по Photoshop и добавлять их на англоязычные ресурсы. Об этом вы можете почитать в статье [Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть вторая](#). Меня всегда огорчало, что

в большинстве случаев в рунете лишь переводятся англоязычные материалы, обратного процесса практически нет. Надо прекращать это безобразие, нужно переводить свои статьи на английский и распространять их среди англоязычной аудитории. В рунете много интересных и качественных материалов, о которых в той же Америке не знают и которые были бы очень полезны иностранным читателям.

5. На примере своего англоязычного SEO блога я буду рассказывать о своей схеме продвижения и применяемых мною методах. Я планирую продвигать свой сайт полностью бесплатно, благо для этого в англоязычном интернете есть масса возможностей. Те же бесплатные каталоги сайтов, статей и пресс-релизов в разы эффективнее для продвижения, чем в рунете, плюс есть такие направления, которых у нас пока еще просто не существует.

По мере накопления новой информации я буду публиковать новые статьи по продвижению в англоязычном интернете на примере нового блога. Если вам интересна эта область, то можете подписаться на обновления Shakin.ru по [RSS](#), чтобы ничего не пропустить. Если вы не знакомы с RSS, можете просто ввести ваш e-mail в форме после этой статьи, чтобы получать обновления на электронную почту.

Перед тем, как продвигать сайт, его нужно сначала подготовить и настроить. Итак, приступим.

Так как я планирую писать статьи по продвижению, в качестве движка прекрасно подойдет Wordpress. Я выбрал свою любимую версию 2.3.3, она мне нравится своей небольшой нагрузкой на хостинг и прекрасным функционалом. Новые версии Wordpress я не люблю из-за большой нагрузки.

А как же любимому проекту без любимого хостинга? Естественно, я разместил свой новый блог на хостинге [FastVPS.ru](#). Кстати, для моих читателей эта компания предлагает хорошие скидки, о которых можно почитать [здесь](#).

На будущее, когда посещаемость увеличится, у меня приготовлен [скрипт кэширования от Макса](#), который многократно снижает нагрузку, создаваемую блогом и ускоряет его работу в разы. Еще раз благодарю Макса за создание такого замечательного скрипта, а также за его регулярное совершенствование - уже вышла 3 версия с дополнительными возможностями.

В качестве темы я не стал ничего искать и поставил свою любимую тему, которую вы видите и на этом блоге. Когда я гляжу на спящего рыжего кота под лампой, то откуда-то берутся дополнительные силы, и я готов писать на блог часами и ночами.

Я поставил следующие плагины Wordpress, необходимые для полноценной работы.

[All in One SEO Pack](#) - незаменимый плагин для того, чтобы создавать индивидуальные метатеги для каждой страницы.

[DCaptcha](#) - удобная и простая капча от DomoninG'a - вместо проверочного кода достаточно поставить галочку.

[FD Feedburner Plugin](#) - плагин для подключения RSS ленты к сервису Feedburner.

[Google XML Sitemaps](#) - создаем карту сайта в формате XML для Google и других поисковиков.

[RSS Footer](#) - этот плагин выводит список похожих материалов в RSS ленте, что в итоге дает больше переходов на блог.

[Simple Tags](#) - плагин для удобной работы с тегами.

[Subscribe To Comments](#) - дает возможность посетителям подписываться ан комментарии.

[SyntaxHighlighter](#) - удобный вывод кода с подсветкой.

[Video Embedder](#) - плагин для удобной вставки видеороликов с Youtube и других сервисов.

[WordPress Database Backup](#) - этот плагин я ставлю первым. Он позволяет сохранять базу данных блога, также можно настроить так, что архив с базой данных будет приходить к вам на e-mail ежедневно или раз в неделю.

[WP-PageNavi](#) - плагин Wordpress для вывода постраничной навигации по блогу (то есть в нижней части будут страницы 1, 2, 3 и т.д.).

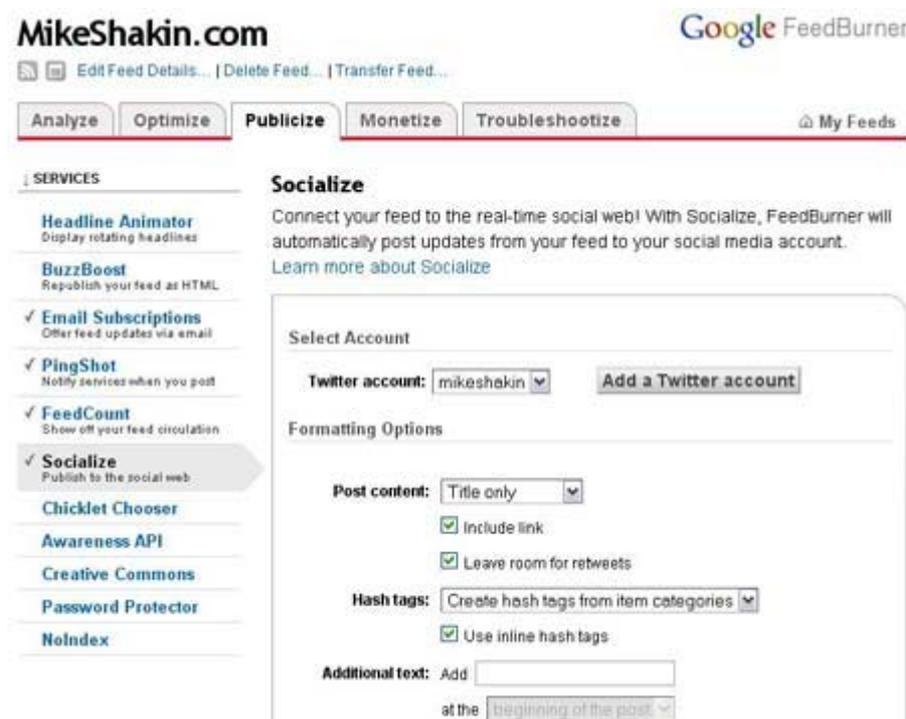
[WP 2.3 Related Posts](#) - выводит похожие материалы в конце каждого поста, тем самым увеличивая время пребывания посетителей и число просмотренных ими страниц.

Схему адресов страниц я выбрал следующую: *категория/название\_поста.html*, она оптимальна с точки зрения поискового продвижения, так как в адреса страниц можно поместить нужные ключевые слова, что повышает ценность страниц для поисковиков. О том, как это сделать, читайте в этой статье - [Вопросы и ответы по Wordpress - выпуск 1](#).

Далее заводим аккаунт на твиттере - без этого в англоязычном интернете нельзя. Я завел [@MikeShakin](#).

Надо дать возможность посетителям добавлять понравившиеся посты в твиттер, поэтому ставим кнопку ретвита в верхней правой части всех статей. Я воспользовался своим же обзором кнопок ретвита - [6 сервисов кнопок retweet](#) и поставил кнопку Tweetme. Кстати, заметил, что уже давно пользуюсь своими статьями как закладками, так как пишу их в том числе и для себя.

Перенаправляем RSS ленту блога через сервис [Feedburner](#). В настройках заходим в пункт *Publicize - Socialize* и добавляем аккаунт твиттера, который мы только что создали. Это позволит транслировать названия постов прямо в твиттер. Все настройки я показал на скриншоте.



Дам еще один совет. Выберите пункт *Hash Tags - Create hash tags from item categories*. Это позволит автоматически создавать хэштеги на основе указанной категории и тегов поста. Вот пример трансляции моего поста в твиттер с автоматической вставкой хэштегов:

8 Tips for Getting in #Google's Real-Time Search Results

<http://goo.gl/fb/Ww5s> #seo #twitter

about 22 hours ago from Google

Как видите, хэштеги на основе категории и тегов создались автоматически: #Google, #seo, #twitter.

В англоязычном твиттере хэштеги - незаменимая вещь, они очень полезны и служат своего рода ключевыми словами, дающими возможность твиттерьянам находить ваши твиты в поиске. Я также заметил, что грамотное использование хэштегов позволяет вашим твитам попадать в поиск Google в реальном времени. Хэштеги на русском пока не поддерживаются.

Также в настройках Feedburner в пункте *Publicize - Email Subscriptions* активировал возможность подписки на RSS ленту блога по e-mail. О том, как вставить форму e-mail подписки на блог, вы можете почитать в этом посте - [Три эффективных усовершенствования, которые я сделал на shakin.ru + бонус](#).

Как же англоязычному SEO блогу без популярной социалки оптимизаторов [Sphinn.com](#)? Правильно, это не жизнь 🐻, поэтому заводим там аккаунт и добавляем кнопку «Добавить в Сфинн» рядом с кнопкой ретвита в верхней правой части всех постов.

Естественно, нужно дать посетителям возможность добавления не только в твиттер и сфинн, поэтому я в конце постов поставил кнопку [Addthis](#).

Добавляем сайт в [панель вебмастера Google](#) (добавляем в ней карту сайта), а также ставим статистику [Google Analytics](#).

В ближайшее время заведу аккаунт для нового блога на Facebook, Myspace, Linkedin, Technorati, Stumbleupon, Digg, Furl, Slashdot, Mixx, Propeller, Reddit и других социальных сервисах.

Также начну баловаться линзами Squidoo (можете почитать мою статью об этом - [Линзы Squidoo - как их правильно создавать для продвижения сайта](#)), и создавать странички на Gather.com, Hubpages.com и других ресурсах.

Добавлять в рейтинги и директории буду после первоначального наполнения блога.

Стиль написания материалов я буду использовать выработанный на этом блоге. Кроме этого, будет веселая картинка на черном фоне, по смыслу подходящая к статье, в конце - традиционный десерт.

За неделю жизни блога я написал несколько постов. Чтобы заполнить пустующие пока боковые колонки я использовал старую добрую схему - добавил несколько уменьшенных картинок со ссылками на посты (делаю это вручную, без каких-либо плагинов, так интереснее). Кроме этого, я добавил виджет, отображающий свежие твиты моего англоязычного аккаунта. Виджет можно [взять на самом твиттере](#).

Для работы с несколькими аккаунтами твиттера я пользуюсь замечательным сервисом [Hootsuite](#). Кстати, в нем можно настроить твиты по расписанию.

Итак, подготовку и настройку блога мы закончили. В следующей части мы перейдем к следующим этапам продвижения в англоязычном интернете.

Конечно, работы предстоит много, но мне очень интересно погружаться в глубины англоязычного интернета.

Кстати, могу предложить составление мною подробных и индивидуальных [рекомендаций по продвижению вашего англоязычного сайта](#).

## Продвижение англоязычного сайта – часть 2

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Дорогие друзья, предлагаю вашему вниманию вторую статью из цикла Продвижение англоязычного сайта. Первую часть вы можете почитать здесь - [Продвижение англоязычного сайта - часть 1](#).



### Продвижение англоязычного сайта часть 2

Shakin.ru

Естественно, я планирую следующие части этого цикла статей. Информации очень много. Сегодня мы поговорим о продвижении статьями и пресс-релизами. Процесс добавления статьи в англоязычные каталоги я подробно покажу и объясню каждый шаг со скриншотами, как вы любите 🤖.

Итак, приступим. В первой части мы выбрали блогový движок Wordpress и установили нужные для работы плагины. Добавили кнопки добавления в социальные сервисы, перенаправили RSS ленту через сервис Feedburner и сделали автоматическую публикацию анонсов статей блога в Твиттере.

Перед началом продвижения сайт должен быть наполнен первоначальными статьями. Думаю, 6-10 материалов для первоначального наполнения достаточно.

### Продвижение статьями в англоязычном интернете

По опыту могу сказать, что продвижение статьями в англоязычном интернете - один из самых эффективных способов получения внешних ссылок. Каталоги статей там хорошо воспринимаются поисковиками и служат не только источником бесплатных ссылок, но и дополнительных посетителей.

*Можно ли использовать для каталогов статьи со своего сайта?*

Не нужно публиковать в каталоги статей статьи со своего сайта. В этом случае есть риск, что поисковики будут считать первоисточником не ваш сайт, а каталог статей.

Для каталогов статей нужно либо написать новую статью, либо тщательно переписать какой-либо материал с вашего сайта. Причем переписать нужно вручную на 100%, чтобы не было ни одного совпадения.

*Какой оптимальный размер статьи?*

В англоязычном интернете часто считают размер статьи не в символах, а в количестве слов. Оптимальный размер статьи для добавления в англоязычные каталоги 300-700 слов.

*Сколько ссылок можно ставить в статье?*

Количество разрешенных ссылок в статье зависит от конкретного каталога. Многие каталоги статей разрешают до 3 ссылок в статье. Плюс в информации об авторе, как правило, можно указать еще одну ссылку. Некоторые каталоги в тексте статьи ссылки вообще не разрешают (их можно поместить в информации об авторе).

Не советую гнаться за количеством ссылок в статьях и размещать их по максимуму. Чем больше ссылок в статье, тем большее недоверие она вызовет у модератора и тем меньше у нее шансов быть опубликованной. Достаточно опубликовать одну, максимум 2 ссылки в каждой статье (с учетом информации об авторе).

Ссылки в статье лучше ставить на разные страницы. Если в статье будет несколько ссылок на одну страницу, то [Google учит только первую](#).

*Можно ли выделять ключевые слова в статье жирным?*

В большинстве каталогов статей выделение жирным шрифтом (тегом <strong>) не разрешается (исключение - заголовки и подзаголовки в статье). Это же касается и наклонного шрифта.

*Как искать англоязычные каталоги статей?*

Англоязычные каталоги статей можно искать разными способами. Можно вообще не искать, а воспользоваться готовым списком каталогов статей для бесплатного добавления 🤖:

[Ezinearticles.com](http://Ezinearticles.com)

[Goarticles.com](http://Goarticles.com)

[Articledashboard](http://Articledashboard)

[Amazines.com](http://Amazines.com)

[Articlecity.com](http://Articlecity.com)

Найти англоязычные каталоги статей можно следующими запросами в Google:

*article directory*

*add article*

## *submit articles*

Сейчас я мог бы просто поместить здесь список популярных англоязычных каталогов статей и двигался бы дальше. Но я считаю своим долгом предостеречь вас, чтобы вы не тратили свои силы впустую на некоторые каталоги.

Некоторые англоязычные каталоги со временем начинают себя «неправильно вести» 🤔 и закрывают ссылки от индексации поисковиками в статьях и информации об авторе, добавляя к ним атрибут *rel="nofollow"*. При этом часть пользователей об этом не догадывается и продолжает тратить время на добавление статей в такие каталоги.

Вот англоязычные каталоги статей, в которых ссылки закрыты от индексации и в которые не стоит добавлять свои статьи. Напишу их с маленькой буквы 🤔:

articlesbase.com

articlealley.com

articlesnatch.com

alarticles.com

articlemonkeys.com

bukisa.com

Перед публикацией статьи в какой-либо каталог я захожу на пару свежих статей на нем и смотрю, не закрыта ли ссылка от индексации. Для этого есть много способов, я пользуюсь таким - в браузере Firefox выделяю ссылку, жму правой мышкой, выбираю пункт «Исходный код выделенного фрагмента» и смотрю HTML код ссылки. Если в нем присутствует атрибут *rel="nofollow"*, то на этом каталоге статей нам делать нечего 🤔.

## *Какой дополнительный эффект дают англоязычные каталоги статей?*

Огромный плюс продвижения статьями в англоязычном интернете заключается в том, что, добавив одну статью в популярный каталог статей, есть хорошие шансы, что статью перепечатают на других ресурсах, сохранив ваши ссылки в тексте статьи.

У меня были случаи, что одну статью перепечатывали на десятках и даже сотнях сайтов.

В зарубежном сегменте интернета каталоги статей служат источником контента для различных сайтов. Многие каталоги статей позиционируют себя не только как ресурс для публикации статей, но и как источник бесплатного контента для всех желающих. При этом большинство пользователей ведет себя порядочно и сохраняет все ссылки в статье, а также ставит ссылку на страницу со статьей в каталоге статей. В итоге всем хорошо. Надеюсь, эта славная традиция когда-нибудь придет и в рунет 🤔.

Конечно, привлекательность статьи для перепубликации на других ресурсах напрямую зависит от того, насколько она интересно написана и несет ли пользу для читателей. Эффект в плане ссылок, перепечатывания и количестве посетителей больше у действительно интересных статей. Лучше потратить время и усилия на написание именно такой статьи, чем брать количеством.

## *Как регистрироваться в англоязычных каталогах статей?*

Для публикации в англоязычных каталогах статей в большинстве случаев требуется регистрация. Это можно сделать по ссылкам «Sign up», «Join us» или «Register».

Советую завести для каталогов новый e-mail. Многие каталоги требуют подтверждения регистрации по e-mail. Некоторые каталоги «грешат» тем, что начинают постоянно присылать на ваш e-mail свои новостные письма. От этого можно отписаться, но я предпочитаю не тратить на это время и просто делаю для каталогов новый ящик. Логин и пароль от почтового ящика и от каталогов статей советую сразу записать, чтобы в будущем не приходилось заново регистрироваться.

*Нужно ли размножать статьи?*

Если есть время и желание, статьи размножать можно. Только нужно учесть, что ничто не мешает модераторам проверять статьи на уникальность. Возможно, в крупных каталогах это процесс автоматизирован. Если браться за размножение, то нужно это делать качественно, чтобы тексты читались привлекательно.

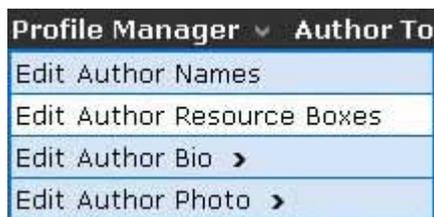
Я статьи не размножаю и везде добавляю один вариант. Это работает так же эффективно, как и при размножении статей.

*Как добавлять статьи в англоязычные каталоги?*

Для наглядности я разберу по косточкам 🐼 процесс добавление статьи в мой любимый каталог статей - [Ezinearticles.com](http://Ezinearticles.com).

Предварительно советую заполнить информацию об авторе, чтобы нам не нужно было возвращаться для этого во время добавления статьи.

Чтобы отредактировать Resource Box, который служит информацией об авторе, в верхнем меню Ezinearticles заходим в пункт *Profile Manager - Edit Author Resource Box* (*Редактировать профиль - Редактировать информацию об авторе*):



Это содержимое будет отображаться в конце наших статей. Можно сделать три разных блока с Resource Box для каждого автора на вашем аккаунте. В информации об авторе обычно кратко описывают деятельность автора и дают ссылку на 1-2 его сайта. Ограничение по размеру в информации об авторе - 300 слов. Кстати, на странице редактирования Resource Box в нижней части есть хорошее видео, наглядно показывающее все нюансы создания информации об авторе.

В информации об авторе можно разместить ваше фото. Примеры оформления информации об авторе вы можете посмотреть в конце опубликованных статей. Вот удачный пример:

Vanessa Wood believes "All the world's the web!" There's room on the internet for your venture to be the next Internet phenom. Vanessa has years of corporate and small business experience that she brings to clients' web and blog design. She is the owner of [Design to Spec LLC](http://Design to Spec LLC). Vanessa is an avid blogger on social media topics and best practices for the web.



Article Source: [http://EzineArticles.com/?expert=Vanessa\\_Wood](http://EzineArticles.com/?expert=Vanessa_Wood)

Сохраняем нашу информацию и приступаем к добавлению статьи. Для этого нужно перейти по ссылке вида «Submit articles» (Добавить статьи). В некоторых англоязычных каталогах статей эта ссылка носит название «Publish articles» (Публиковать статьи).

На странице добавления нужно выбрать категорию и подкатеорию для нашей статьи:

Select A Category Shakin.ru Subcategory

Please Choose a Category   None

Далее идет поле для ввода заголовка. Допускается максимум 100 символов. Кстати, у большинства каталогов статей у каждого поля при добавлении статьи даны пояснения, что удобно.

Article Title

100 Characters left Shakin.ru

Для подсказок по заголовку статьи в этом каталоге есть интересная функция подсказок заголовка. Пр продемонструю на примере. Мне нужно добавить статью по тематике недвижимости в Нью Йорке (New York real estate).

Кстати, о продвижении этого англоязычного сайта я писал в статье [Практика продвижения - сайт агентства недвижимости в Нью Йорке](#). Жмем по кнопке Get Title Suggestions (Получить подсказки по заголовку статьи).

Далее указываем нужную нам категорию и подкатеорию, а также ключевое слово (keyword). Я выбрал категорию Real-Estate, подкатеории мне нужны либо Homes (Дома), либо Foreclosures (Foreclosure - это когда человек не справляется с выплатой кредита на недвижимость, теряет право собственности на него и это право переходит к кредитору). Далее я указал нужные мне районы Нью Йорка - Бруклин и Квинс:

Search a keyword to pull up a selection of title suggestions!

Category:

Keyword:

Shakin.ru

Кликаем по зеленой кнопке Get your Titles и получаем большой список возможных вариантов заголовков:

Search Result

No results found in subcategory. Displaying results from main category.

Please select up to five (5) of the following titles.

You can report a title by clicking on the  icon.

Building a Home - Ideas For New Construction	<input type="checkbox"/>	
Planning Your New Home	<input type="checkbox"/>	
General Tips For New Home Construction	<input type="checkbox"/>	
Moving Into a New Flat - Things to Keep in Mind	<input type="checkbox"/>	
The Facts of Figures For New Homeowners	<input type="checkbox"/>	
Inspecting a New House	<input type="checkbox"/>	
Original Concepts For New Home Construction	<input type="checkbox"/>	

Shakin.ru

По Foreclosure заголовков мне не предложили, но не беда - по Homes есть масса вариантов 😊!

Можно выбрать любые пять вариантов заголовков, которые будут забронированы за вами в течение 7 дней.

Кстати, подсказки заголовков являются хорошими идеями для новых статей.

Обратите внимание - в заголовках статей в английском языке принято делать первые буквы слов заглавными буквами, не считая артиклей, а также предлогов и союзов (в которых меньше четырех букв), если они не стоят в начале заголовка.

Пример неправильно оформленного заголовка статьи:

*Moving into a new flat - things to keep in mind*

Пример правильно оформленного заголовка статьи:

*Moving Into a New Flat - Things to Keep in Mind*

Далее идет поле для ввода краткого описания статьи. Из пояснений видим, что допускается максимум 200 слов. Краткое описание статьи должно состоять из 2-5 предложений без разбивки на параграфы:

**Abstract/Article Summary/Teaser Copy** (2-5 sentences,

Word Count:  (200 words max) Shakin.ru

Следующее поле служит для ввода самой статьи. Как видим, есть удобный визуальный редактор, указаны разрешенные теги, а также в нижней части есть минимум и максимум слов в статье - 250-5000. Представляете, какие есть монстры копирайтинга, для которых вели ограничение в 5000 слов в статье, а им этого мало 😊?:

**Article Body**

Turn WYSIWYG Off

Allowable Tags:  
<b> <strong> <i> <em> <u> <br> <pre> <blockquote> <xmp> <ol> <ul> <li>

Источники: 

Форматирование: **B** *I* U 

Shakin.ru

Update: я писал эту статью десять с половиной часов. Для интереса подсчитал ее размер, получилось чуть более 2200 слов при 15600+ символах с пробелами.

Далее видим поле для ввода ключевых слов. Их нужно писать через запятую, ограничение - 100 символов максимум:

**Keywords** (Comma Separate Please - keyword1,keyword2,keyword3,etc.)

100 Characters left Shakin.ru

Следующий пункт - та самая информация об авторе, которую мы заполнили в самом начале! Сейчас остается выбрать созданный нами вариант.

Далее идут кнопки и чекбоксы:

**Article Actions**

**Display in New Window** (Save/Update article, but

**Spell Check On Preview**

Shakin.ru

**[YES I AGREE]** By submitting your article to us, you agree to the terms sp  
[Agreement](#) and that the article you are submitting is an original work that you  
an exclusive copyright and license to the content.

Зеленая кнопка Preview Article служит для предпросмотра статьи. Чекбокс Display in New Window нужен в том случае, если вы хотите, чтобы ваша статья открывалась в новом окне браузера. Другой чекбокс служит для того, чтобы сделать проверку правописания в превью статьи.

Правая зеленая кнопка Save as Draft сохранит вашу статью в черновиках.

Не забудьте отметить галочку Yes I Agree (Да, я соглашюсь) для подтверждения того, что вы являетесь автором статьи и у вас есть права на нее.

Теперь можно со спокойной душой нажать заветную кнопку Submit This Article (Добавить статью) 🤖.

После этого кликаем на логотип Ezinearticles для перехода в личный кабинет:



Для обозначения статуса статей используются следующие иконки:



Зеленая (Approved) - статья одобрена и опубликована.

Желтая (In Review) - статья на модерации.

Красная (Problem) - статья не прошла модерацию. Можно связаться с техподдержкой для выяснения причин.

Синяя (Draft) - статья в статусе черновика.

Вы можете почитать полную информацию по добавлению статей на Ezinearticles - [Editorial Guidelines](#).

### Продвижение пресс-релизами

Говоря простыми словами, пресс-релиз - это та же статья, только в более официальном стиле. Пресс-релиз можно написать для сайта любой тематики.

Для написания пресс-релиза нужен так называемый информационный повод. Таким поводом может быть какое-либо нововведение в деятельности компании (если речь идет о фирме), появление новой версии продукта или каких-либо функций (если пишем пресс-релиз для сайта компании, которая занимается разработкой программного обеспечения), открытие нового направления в бизнесе и т.д.

Даже смена дизайна на сайте или открытие корпоративного блога или форума может быть информационным поводом для написания пресс-релиза.

Кроме этого, пресс-релизы можно писать на основе маркетинговых исследований в своей тематике, анализа рынка за последнее время, каких-либо статистических исследований.

В англоязычном интернете продвижение пресс-релизами очень популярно. Каталоги пресс-релизов быстро индексируются поисковиками и являются источником внешних ссылок.

*Какой размер должен быть у пресс-релиза?*

Оптимальный размер пресс-релиза такой же, как и у статей - 300-700 слов, можно чуть больше.

*Сколько ссылок можно делать в пресс-релизе?*

Одно из отличий пресс-релизов от статей - в большинстве англоязычных каталогов пресс-релизов допускается меньше ссылок по сравнению с каталогами статей. Многие каталоги пресс-релизов разрешают только одну ссылку в информации об авторе.

*Как найти каталоги пресс-релизов?*

Сначала я дам рыбку - список самых популярных англоязычных каталогов пресс-релизов:

[PR.com](#) (идеальный домен для каталога пресс-релизов)

[PRnewswire](#)

[Businesswire](#)

[24-7pressrelease](#)

[PRleap.com](#)

А теперь дам удочку - запросы для того, чтобы находить каталоги пресс-релизов 🤖. Англоязычные каталоги пресс-релизов можно найти запросами в Google вида:

*press release directory*

*add press release*

*submit a press release*

*send a release*

Либо можете воспользоваться моим списком англоязычных каталогов пресс-релизов - [28 Best Press Release Submission Sites With PR 4-7](#). Некоторые из приведенных каталогов пресс-релизов платные (например, prweb.com).

Продвижение пресс-релизами не так распространено, как статейное, потому что написание пресс-релизов связано с определенными трудностями (нужен информационный повод, не все умеют писать в официальном стиле, многим проще писать статьи, чем пресс-релизы).

На мой взгляд, в написании пресс-релизов нет ничего сложного, просто нужно предварительно посмотреть примеры пресс-релизов по вашей тематике и немного попрактиковаться. Если научиться писать пресс-релизы, то перед вами откроется новое направление для получения качественных ссылок и дополнительных посетителей.

*Как найти примеры пресс-релизов по своей тематике?*

Это сделать достаточно просто. Можно для начала посмотреть примеры пресс-релизов на русском. Для этого делаем запрос в поисковике вида:

*ноутбук пресс-релиз*

Затем делаем такой же запрос, только на английском (при необходимости пользуемся [Google Переводчиком](#)), чтобы посмотреть примеры пресс-релизов по интересующей нас тематике:

*laptop press release*

Каталоги пресс-релизов очень похожи на каталоги статей, поэтому добавление пресс-релизов делается по той же схеме, которую я описал для статейного продвижения.

*Перепечатывают ли пресс-релизы?*

По опыту скажу, что пресс-релизы в англоязычном интернете практически не перепечатывают. По крайней мере, мне пока не удавалось этого добиться.

*Дополнительные советы*

Для успешного продвижения в англоязычном интернете желательно знание английского языка. Чем лучше вы будете знать язык, тем более эффективно сможете продвигать свои сайты в зарубежном сегменте интернета.

Если совсем не знаете язык, то те же статьи и пресс-релизы можно заказывать у копирайтеров, которые специализируются на написании материалов на английском. При этом не теряйте время и учите язык, благо на просторах интернета возможностей для этого очень много, нужно лишь желание. В будущем это всегда пригодится.

## Свежая база англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Продвижение сайтов **пресс-релизами** является эффективным и бесплатным способом. О продвижении пресс-релизами в рунете я недавно писал в статье [Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить](#).



Недавно я попробовал продвижение пресс-релизами на нескольких англоязычных сайтах. Эффектом я очень доволен - совершенно бесплатно получены качественные ссылки с пиаристых сайтов, улучшились позиции в Google.com по продвигаемым поисковым запросам, а также получен хоть и небольшой, но хороший тематический трафик. Кроме этого, несколько сторонних ресурсов перепечатали один из моих пресс-релизов с сохранением всех копирайтов и ссылок, что еще больше усилило эффект.

У зарубежных оптимизаторов продвижение сайтов пресс-релизами является очень популярным направлением. И немудрено - англоязычные каталоги пресс-релизов являются трастовыми сайтами (пользуются уважением поисковиков) с хорошими показателями Google PR и Alexa Rank, дают качественные ссылки на продвигаемый сайт и целевых посетителей.

Как выглядит пресс-релиз? Ничего сложного. Тот же информационный повод какой-либо компании, что и в рунете. Массу примеров вы можете найти в любом каталоге пресс-релизов, перечисленных ниже.

Кстати, я сейчас экспериментирую с тем, чтобы продвигать русскоязычные сайты пресс-релизами на английском. По той же схеме, по которой я успешно продвигаю русскоязычные сайты статьями на английском. Ведь по сути пресс-релиз мало чем отличается от статьи. Скоро напишу об этом. Чтобы ничего не пропустить, подписывайтесь на мою [RSS ленту](#).

Предлагаю вам свою **свежую базу англоязычных каталогов пресс-релизов**. По традиции каталоги распределены по Google PR домена.

PR 8

<http://www.businesswire.com>

PR 7

<http://www.marketwire.com>

<http://www.newswire.ca>

<http://www.prnewswire.com>

<http://www.prweb.com>

<http://www.webwire.com>

PR 6

<http://www.theopenpress.com>

<http://www.emediawire.com>

<http://www.pr.com>

<http://www.prwebdirect.com>

<http://www.usprwire.com>

PR 5

<http://www.clickpress.com>

<http://www.free-press-release.com>

<http://www.newswiretoday.com>

<http://www.openpr.com>

<http://www.pressbox.co.uk>

<http://www.prlog.org>

<http://www.1888pressrelease.com>

<http://www.free-press-release-center.info>

<http://www.newswiretoday.com>

<http://www.prfree.com>

<http://www.prleap.com>

<http://www.softpressrelease.com>

<http://www.ukprwire.com>

<http://www.urlwire.com>

PR 4

<http://www.freepressreleases.co.uk>

<http://www.i-newswire.com>

<http://www.pr9.net>

<http://www.pr-inside.com>

<http://www.addpr.com>

<http://www.free-news-release.com>

<http://www.freepressreleases.co.uk>

<http://www.media-press-release.com>

<http://www.prbuzz.com>

<http://www.pressabout.com>

<http://www.pressmethod.com>

<http://www.przoom.com>

PR 3

<http://www.prurgent.com>

<http://press-releases.blogspot.com>

<http://www.24-7pressrelease.com>

<http://www.express-press-release.com>

<http://www.freepressindex.com>

## Свежая база белых англоязычных каталогов с PR 4-8

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

При продвижении сайтов рекомендуется регистрировать их в качественных каталогах. Подробнее об этом можно прочитать в статье [Как регистрировать сайт в каталогах](#).



В англоязычном сегменте интернета многие каталоги сайтов обладают хорошими показателями, и ссылки с них положительно влияют на продвигаемый сайт. Растет PR, Alexa Rank, улучшаются позиции в поисковиках и увеличивается приток посетителей.

Конечно, одной регистрации в каталогах для полноценного продвижения сайта недостаточно. Необходим комплексный набор методов. Прогон по каталогам является необходимым этапом для дальнейшего продвижения сайта. Регистрация сайта в качественных каталогах позволяет бесплатно получить внешние ссылки на свой сайт, которые будут постоянными и за них не нужно будет платить каждый месяц, как при покупке ссылок. При этом создается прочная основа ссылочной массы.

Естественно, в англоязычные каталоги сайты на русском в большинстве случаев не возьмут (хотя есть исключения - dmoz и т.д.). Как вариант - можно сделать англоязычную версию сайта и зарегистрировать ее. Таким образом можно неплохо поднять PR и привлечь зарубежных посетителей - я в этом убедился на собственном опыте.

Делюсь своей базой белых англоязычных каталогов (не требующих обратной ссылки), которую я долго собирал в процессе продвижения нескольких сайтов. База свежая, почищена от каталогов, ставших платными или от тех, которые стали требовать обратную ссылку. Можно сказать, база просто блещит и светится, и лежит на блюдечке с голубой каемочкой. 🍌

По традиции каталоги распределяю по PR домена.

#### PR 8

<http://dmoz.org>

<http://lii.org>

<http://scirus.com>

<http://vlib.org>

<http://yahooligans.yahoo.com>

#### PR 7

<http://boingboing.net>

<http://bubl.ac.uk>

<http://dir.yahoo.com>

<http://femina.com>

<http://intute.ac.uk>

<http://lanic.utexas.edu>

<http://musicmoz.org>

<http://open-site.org>

<http://poland.pl/directory>

<http://portal.eatonweb.com>

<http://topica.com>

<http://unixl.com>

<http://worldweb.com>

#### PR 6

<http://123india.com>

<http://aardvark.co.za>

<http://accoona.com>

<http://artchain.com>

<http://attorneypages.com>

<http://christiansunite.com>

<http://cybersleuth-kids.com>

<http://dart.fine-art.com>

<http://edezines.com>

<http://esyndicat.com/dir>

<http://glossarist.com>

<http://gogreece.com>

<http://iozoo.com>

<http://killersites.com/directory>

<http://londovor.com>

<http://mavensearch.com>

<http://miriblack.com>

<http://myrealtyguide.net>

<http://niche-listings.com>

<http://polishworld.com>

<http://ppl.com>

<http://sacentral.sa.gov.au>

<http://scrubtheweb.com>

<http://seocourt.com>

<http://theshoppings.com>

<http://vos.ucsb.edu>

<http://web-design-directory-uk.co.uk>

## PR 5

<http://aigam.com>

<http://artmam.net>

<http://artschools.com>

<http://bluwine.com>

<http://britisharts.co.uk>

<http://britishsports.com>

<http://buzzle.com>

<http://christianwebsite.com>

<http://clicky.com>

<http://directory.bizhat.com>

<http://directory.cipinet.com>

<http://directory.classifieds1000.com>

<http://directory.ldmstudio.com>

<http://elib.org>

<http://eliteweb.cc>

<http://explorewisconsin.com>

<http://finditireland.com>

<http://gandalfdir.com>

<http://geniusfind.com>

<http://info-listings.com>

<http://information.com>

<http://infotiger.com>

<http://infovisual.info/directory/index.php>

<http://internet-web-directory.com>

<http://island-search.com>

<http://ismb02.org>

<http://jamjaa.com>

<http://110s.com>

<http://liquidn.com>

<http://mostpopularsites.net>

<http://nzs.com>

<http://odp.in>

<http://onlinerecruitersdirectory.com>

<http://payvand.com>

<http://platinax.co.uk/directory>

<http://prolinkdirectory.com>

<http://rakcha.com>

<http://re-quest.net>

<http://searchsight.com>

<http://searchwiz.com>

<http://squidlink.com>

<http://strictlycss.com>

<http://surfsafely.com>

<http://toponlineshopping.com>

<http://travel-directory.org>

<http://typicallyspanish.com>

<http://uksmallbusinessdirectory.co.uk>

<http://webdesigners-directory.com>

<http://webdesignstuff.com>

<http://webmasterengine.com>

<http://worldhot.com>

<http://worldsiteindex.com>

<http://zensearch.com>

#### PR 4

<http://4apl.com>

<http://aardvarkbusiness.net>

<http://abacho.co.uk>

<http://ablazedirectory.com>

<http://allfreethings.com>

<http://allshops.com>

<http://amray.com>

<http://annasinkovska.com>

<http://batteryweb.com>

<http://bloggernity.com>

<http://blogrankings.com>

<http://bloguniverse.com>

<http://bluedir.com>

<http://burf.com>

<http://burtonian.com>

<http://businessweek.directorym.com>

<http://busybits.com>

<http://canadianeh.com>

<http://canadopedia.com>

<http://christianlinks.com>

<http://clacione.com>

<http://data-spain.com>

<http://directorylist.org>

<http://downunderindex.com>

<http://dixpnet.com>

<http://en.wedoo.com>

<http://englandsportal.com>

<http://findingblog.com>

<http://forage.in>

<http://friendlycanadian.com>

<http://global-weblinks.com>

<http://goolinx.com>

<http://heder.com>

<http://illumirate.com>

<http://imegamall.com>

<http://indiabook.com>

<http://internetmarketingwebsites.com>

<http://invo.info>

<http://jayde.com>

<http://josh.nu>

<http://linketeria.com>

<http://link-pimp.com>

<http://linksmatch.com>

<http://linkspub.com>

<http://localsites.ca>

<http://massivelinks.com>

<http://mavicanet.com>

<http://my-india.net>

<http://netinsert.com>

<http://nicksyear.com>

<http://openhere.com>

<http://pedsters-planet.co.uk>

<http://resourcehelp.com>  
<http://search.able2know.com>  
<http://searchtheweb.com>  
<http://seekzap.com>  
<http://sgtsearch.com>  
<http://sitesondisplay.com>  
<http://sitetutor.us>  
<http://sbsites.com>  
<http://spheri.com>  
<http://spotjockey.co.uk>  
<http://stpt.com>  
<http://thelocalweb.net>  
<http://top5jamaica.com>  
<http://toronto1.biz>  
<http://trycanada.com>  
<http://turnpike.net>  
<http://urlshack.com>  
<http://vxbox.com>  
<http://wahlinks.com>  
<http://web-central.info>  
<http://websavvy.cc>  
<http://wikidweb.com>  
<http://worthwhilelink.com>  
<http://wura.co.uk>  
<http://yeandi.com>  
<http://zunchdirectory.com>

## Блоги, форумы, движки. Использование, оптимизация, раскрутка

В этом разделе обсуждаются популярные движки блогов форумов и т.д. Даются методы их оптимизации, продвижения и использования для раскрутки своих ресурсов.

### Использование блога для продвижения сайта

*[Автор: Дмитрий Голополов \(Dimok\)](#)*

Использование пресс-релизов для популяризации онлайн-бизнеса возникло на верной почве - такая пресса стоит очень немного и может сделать для дела больше, чем тысячи долларов, выброшенные на маркетинг. Для распространения пресс-релизов существуют специализированные сервисы, например, PR Web и PRFree, однако и они уступают наиболее влиятельной сегодня онлайн-группе - блоггерам.

Популярные и известные блоггеры формируют и распространяют мнения своих читателей, многие из которых также являются блоггерами. Недолго после того, как влиятельный блоггер создаёт запись, ваша новость подхватывается другими блоггерами и через считанные дни распространяется по всей блогосфере. Пережде чем вы успеваете осознать, ваш сайт привлекает больше внимания, чем если бы о нём написали в местной газете! Так как же добиться того, чтобы влиятельный блоггер написал о вашем бизнесе?

#### **Зачем кому-то писать о вашем бизнесе?**

Вы - новая компания? Или вы только что вывели на рынок новый продукт, который они могут рассмотреть? Получил ли ваш бизнес какую-то награду? Может, вы - группа студентов, создавшая компанию на деньги, заработанные на каникулах? Вы поняли мысль. Для того, чтобы кто-то захотел написать о вас, должна быть причина. Блоггеры гордятся информацией, которой они кормят своих читателей. У вас нет никаких шансов, чтобы о вас написали, если у вас нет интересной истории для читателей.

#### **Узнайте блоггеров, пишущих о вашем сегменте бизнеса**

Купите список 1000 блоггеров, разошлите им автоматическую рассылку с предложением о сотрудничестве - и вы скорее всего не получите ответа. Но если вы пошлёте небольшое количество личных писем определённым блоггерам, то будете удивлены количеством положительных ответов.

Первый шаг - составить список блоггеров, которым была бы интересна ваша история. Понять, заинтересует ли она конкретного блоггера, обычно можно, прочитав несколько его постов и биографию или сведения о блоге. Если он уже писал несколько раз на подобную тему или же значительно вовлечён в интересную вам индустрию, - есть хорошие шансы, что он захочет выслушать вас. Если же не захочет - вычёркивайте его из списка и переходите к следующему.

Лучший способ искать блоггеров - просматривать директории блогов, которые каталогизированы и поэтому крайне удобны. Другой хороший путь - это исследование пресс-разделов конкурирующих сайтов. Там можно узнать, какие блоги писали о них, и если блоггер написал о ваших конкурентах, то вряд ли он откажет и вам.

## Напишите письмо

Лучший способ связи с блоггерами - электронная почта. Хорошая новость состоит в том, что большинство блоггеров предоставляют свои электронные адреса на своих блогах. Плохая новость в том, что большинство заинтересованных людей, получая адрес, не знают, что с ним делать. Что же, следуйте следующим советам, и вы будете приятно удивлены результатами:

- **Простая тема письма.** Вы вряд ли получите много ответов, если оформите своё письмо как пресс-релиз, да ещё и поместите слово РЕЛИЗ в строку названия. Попробуйте что-то простое, типа «фанат вашего блога» или «комментарий по поводу блога». Нужно быть уверенным, что блоггер хотя бы прочтёт ваше письмо, а не подсознательно занесёт его в спам, лишь взглянув на тему сообщения.
- **Начните с комплиментов.** Поскольку вы уже читали блог этого автора и знакомы с его биографией, то кое-что знаете об этом человеке. Используйте это. Похвалите его за свой любимый пост, расскажите, как вам понравилась та или иная его работа.
- **Попросите его сделать пост о вас.** В трёх предложениях опишите свою историю, почему, на ваш взгляд, она будет интересна блоггеру и его читателям. Будьте прямы и честны, блоггеры уважают это.
- **Предложите что-то взамен.** У вас есть что-то, что может ему помочь. Возможно, это ссылка на его блог с вашего блога, или вы можете предоставить ему бесплатно товар или услугу, которые ему нужны. Так или иначе, вам нужно что-то предложить ему взамен на время, потраченное на написание поста о вас.
- **Закончите приятным.** Поблагодарите блоггера и пожелайте ему успехов в делах.

Обратите внимание, что из всех пяти пунктов письма лишь один собственно касается вашей истории. Всё остальное место уделяется комплиментам и встречным предложениям. Ваши шансы получить положительный результат взлетают до небес. Все блоггеры любят слышать, что их посты нравятся людям.

## Отвечайте оперативно и с уважением

Не каждый блоггер согласится разместить историю о вас. Одни скажут, что не пишут о таком, другие - что у них нет времени. Поскольку вы были вежливы с ними, они так или иначе ответят. Независимо от ответа, поблагодарите их и пожелайте успехов. Вы не знаете, когда они встретят кого-то, кому может понадобиться ваш товар или услуга, и если у них сохранится о вас добрая память, они без сомнения будут вас рекомендовать.

## Сядьте в кресло и наблюдайте за входящим трафиком

В течение нескольких следующих недель вы будете видеть, как один за другим будут появляться посты о вашем бизнесе. Обязательно поблагодарите блоггера, опубликовавшего пост, и предоставьте ему то, что пообещали. Теперь вы приобрели авторитетного в индустрии партнёра, который может оказаться полезным и в будущем.

## Как сделать блог-многотысячник

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Дорогие друзья, представляю вашему вниманию третью часть моего цикла статей «Как сделать блог-многотысячник». Вы можете почитать [первую](#) и [вторую](#) части.



## Как сделать блог-многотысячник часть 3

Shakin.ru

Я собрал основные мысли всех трех статей цикла “Как сделать блог-многотысячник” и сделал из них презентацию:

### **Надо любить свой блог**

Можно уделять много времени продвижению своего блога, можно заказывать качественные тексты у копирайтеров, можно вкладывать средства в покупку ссылок и платное размещение статей на тематических сайтах, но все это может не принести желаемого эффекта, если не любить свой блог.

Блог требует любви. Любовь к блогу не измеряется ни денежной суммой, вложенной в него, ни количеством времени, которое вы ему уделяете.

Любовь к блогу - это ваше к нему отношение в целом. Я считаю, что относиться к нему нужно, как к любимому ребенку. Ни в коем случае не нужно расценивать блог как средство получения денег.

### **Нужно выработать свой стиль**

Многие популярные блоггеры имеют свой стиль. Стиль невозможно выработать сразу, на это уходят месяцы и годы.

Я бы сказал, что стиль блоггера - это цепочка полезных моментов в ведении блога, которые его автор открывает, видит их эффективность и начинает использовать.

Например, в течение долгих месяцев я постепенно пришел к тому, чтобы использовать веселые картинки на черном фоне с белой окантовкой и текстом в начале каждого поста. К такому оформлению картинок я пришел не сразу - оно постепенно менялось, это заметно по старым постам.

В конце всех статей (кроме интервью) использую десерт (интересные видеоролики или flash игры), так как считаю, что посетителям после прочтения статьи это будет интересно.

В каждом посте я использую обращение к читателям «Дорогие друзья», а заканчиваю каким-нибудь хорошим пожеланием.

В начале каждого интервью я пишу фразу «Итак, встречайте ... !», это мне напоминает конференсье, представляющего гостя публике 😊.

Это лишь некоторые моменты, которые я выработал и постепенно пришел к их использованию. У каждого они свои.

Я считаю что лучший способ выработать свой стиль - это никого не копировать, потому что во фразе «выработать свой стиль» ключевое слово - «свой».

## Дизайн вторичен

Когда я сделал свой сайт по [Photoshop](#), то решил, что дизайн в первое время будет минимален - из графических элементов оформления был только логотип. Боковые колонки имели синюю границу в один пиксель и подписи имели синий фон. На этом весь дизайн заканчивался 😊. Вот скрин моего сайта в 2006 году:



Все усилия я направил на написание интересных уроков по Фотошопу. В итоге с этим минимальным дизайном я за год довел его посещаемость до 3600 человек в сутки (о чем написал цикл статей [Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год](#)).

С тех пор я убежден, что дизайн вторичен. Да, он может создавать нужную атмосферу, подчеркивать индивидуальность сайта, но дизайн на втором месте, на первом - контент.

Я несколько не сомневаюсь, что мой блог Shakin.ru имел бы такую же посещаемость, как и сейчас, если бы у него был только белый фон и черный текст.

Мой совет начинающим блоггерам - не тратьте время на поиски дизайна, ставьте тот, который вам сразу понравился, и сосредоточьте усилия на написании полезных материалов. Дизайн всегда можно поменять в дальнейшем.

Главное в дизайне - чтобы он не мешал посетителям читать ваши материалы и чтобы он нравился вам.

Дизайн со спящим котом на Shakin.ru мне очень нравится и в ближайшие годы я его менять не планирую. Более того, я его просто обожаю и поставил на свой англоязычный блог [MikeShakin.com](#).

## Учитесь писать интересно

Я считаю, что 50-80% успеха любого блога - его интересный контент. Конечно, для максимального эффекта одного контента мало, нужно еще продвигать сайт в поисковиках и увеличивать посещаемость, но основа для создания блога-многотысячника - это контент.

Если хотите сделать популярный и посещаемый ресурс, то забудьте о копированных и переписанных материалах. Это совершенно ненужное направление. Ни один известный мне блог не стал популярным за счет копирования или переписывания чужих статей.

В первое время можно заняться переводом полезных материалов с английского или других языков. В начале пути я делал несколько переводов на Shakin.ru, но быстро понял, что они нужны лишь для того, чтобы понять, как и что нужно писать для привлечения внимания читателей.

Очень важным для блоггера я считаю умение писать интересно. Это умение никому не дается сразу, его нужно развивать. Я постоянно работаю в этом направлении, и теперь для написания статей мне нужна лишь мотивация и несколько мыслей, записанных в моем блокноте. Я не считаю, что уже научился интересно писать, но очень стараюсь. Думаю, к пенсии я точно научусь этому 😊.

При написании статей необходимо избегать грамматических ошибок и опечаток. В последнее время я пишу все свои посты в Word. Это позволяет не только заметить различные опечатки и ошибки, но и целиком сосредоточиться на статье.

Если у меня возникают сомнения в правильности написания той или иной фразы, я пользуюсь онлайн справочником по русскому языку [Gramota.ru](http://Gramota.ru). Там можно не только проверить слова по словарю, но и освежить в памяти правила русского языка.

А вообще, лучший способ научиться писать без ошибок - это чтение художественной литературы.

### **Не нужно ничего накручивать**

У некоторых товарищей обязательно возникнет мысль сделать блог-многотысячник за счет накрутки.

Накрутка - это когда вебмастер признается себе в том, что он не способен увеличить посещаемость и количество RSS подписчиков до нужного уровня. Это проигрыш самому себе.

Я считаю любую накрутку бесполезным занятием, которое не стоит ни минуты вашего времени.

Если посмотреть на популярные блоги как в рунете, так и в англоязычном интернете, и подумать, занимались ли их создатели какой-либо накруткой, то ответ будет очевиден - они об этом даже не думали.

Нет ничего лучше естественной посещаемости и естественного роста количество RSS подписчиков.

### **Нужно постоянно учиться**

Для создания блого-многотысячника нужно постоянно учиться. Чем больше будет знаний и умений у блоггера, тем эффективнее будет развиваться его сайт.

Для успешного ведения блога мало умения писать посты и знания SEO. Есть еще много направлений, которые в той или иной степени оказывают влияние на развитие вашего ресурса.

Нужны знания HTML, CSS, чтобы вносить необходимые изменения в шаблон блога. Если хотите выучить HTML и CSS, то можете воспользоваться моей подборкой [Лучшие ресурсы для изучения HTML и CSS](#).

Желательны хотя бы начальные познания PHP и MySQL, чтобы работать с кодом и базой данных. Для интересующихся я писал пост [Лучшие ресурсы для изучения PHP и MySQL](#).

Нужно уметь работать с различными интернет сервисами и программами. Их очень много, постоянно появляются новые, и, чтобы хорошо в них ориентироваться, нужно изучать работу в них. К сожалению, многие создатели сервисов и программ упускают важный момент - создание подробных инструкций для

пользователей. Лучший вариант решения - создать серию видеоуроков от самих разработчиков. Что-то я опять отвлекся 😊.

Я убежден, что лучший способ чему-либо научиться - это самообразование. Не жалейте времени и усилий на самообучение, это отличные инвестиции в самого себя.

Интернет для меня - лучший источник образовательных материалов. По любой тематике можно найти нужные обучающие материалы, нужно только не лениться.

В целом для того, чтобы сделать блог-многотысячник, нужно много и упорно работать. Если писать интересные материалы регулярно в течение 2-3 лет, то можно достичь успеха в любой тематике и пробиться в лидеры. Можно и быстрее, но для этого потребуется больше усилий.

## Как легко и быстро найти рекламодателя для блога

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

**Как найти рекламодателя?** Этот вопрос очень часто задают на форумах и блогах. Для многих начинающих блоггеров и веб-мастеров вопрос поиска рекламодателя для своего блога или сайта весьма актуален.



**Как легко и быстро  
найти рекламодателя  
для блога**

Shakin.ru

На самом деле найти рекламодателя довольно просто. Гораздо сложнее развить свой ресурс до того уровня, чтобы он заинтересовал потенциальных рекламодателей.

Тут дело не в параметрах тИЦ и PR. Масса блогов зарабатывает на рекламе, имея небольшие параметры.

На мой взгляд, главное - это автор блога. Если он умеет писать интересные посты на актуальные темы, если он имеет свой стиль написания материалов, если он является специалистом в своей области, то для него не будет проблемой найти рекламодателей и начать зарабатывать на своем блоге.

Посещаемость блога и количество RSS подписчиков являются важными моментами при беглой оценке ресурса. Хотя они не являются главными и на них не стоит полагаться на 100%.

Опять я отвлекся :). Прямо как курсовую или диплом пишу. Надо быть проще. Начну снова.

### **Как найти рекламодателя?**

Допустим, у вас уже есть блог или сайт, который достоин того, чтобы на нем разместить рекламу, и вам начала капать честно заработанная трудовая копейка.

Сейчас в рунете много компаний, которые готовы размещать рекламу. Как их найти?

Сначала нужно определиться, по какой тематике вы хотите найти рекламодателей. Я расскажу на примере этого блога.

Из трех основных тематик [shakin.ru](http://shakin.ru) в плане рекламы привлекательны две: [продвижение сайтов](#) и [веб-дизайн](#). Есть несколько проверенных временем способов того, как найти рекламодателя.

Предварительно нужно составить шаблон письма с предложением разместить рекламу на вашем блоге. Желательно дать ссылку на открытую статистику блога.

Кстати, считаю, что открытая статистика будет способствовать тому, что рекламодатели будут сами к Вам обращаться. Никакого смысла делать статистику закрытой не вижу. Кто захочет - и так все узнает.

### **Поиск рекламодателя через блоги**

Тут все просто. Заходите на блоги по своей тематике и смотрите, какие баннеры у них висят. Затем переходите по баннерам, находите контактный e-mail и пишете письма.

При этом не стоит бояться того, что вам откажут. Тут лишняя скромность ни к чему.

### **Поиск рекламодателя через поисковики**

Схема такая. Набираете в поисковике нужный вам запрос, к примеру, “продвижение сайтов”. Основную часть результатов поиска будет занимать поисковая выдача. В правой части у Яндекса и Google появится список компаний, которые платят за получение посетителей через системы Яндекс Директ и Google AdSense. К примеру, на момент написания этого поста в Яндекс Директе по этому запросу 74 объявления. Кликаем на ссылке “Все объявления”, и перед вами появится волшебный список потенциальных рекламодателей.

Остается зайти к ним на сайты, найти контактный e-mail или форму обратной связи и отправить им письма.

Если немного видоизменять запросы, то можно найти еще больше потенциальных рекламодателей.

Можно также искать рекламодателей непосредственно в поисковой выдаче.

### **Поиск рекламодателя через форумы**

На популярных форумах есть спонсоры разделов. К примеру, на [searchengines](#) или [mastertalk](#).

Кроме этого, во многих разделах форумов есть прикрепленные темы, многие из которых прикреплены на платной основе. В таких темах можно найти немало потенциальных рекламодателей.

Кстати, я воспользовался именно этим способом. Написал спонсорам разделов на searchengines.

До мая этого года я не размещал никакой рекламы на этом блоге. Я был всецело увлечен достижением цели в 1000 человек в сутки. Кроме этого, я считаю, что всемоу свое время. Не нужно пытаться разместить рекламу с самого начала работы над блогом.

Еще я считаю, что не нужно размещать так называемые “заглушки” - пустые рекламные места с расценками. Они лишь говорят о том, что на данное место нет желающих и лишь отпугнут потенциальных рекламодателей. Вместо заглушек лучше поставьте свои реферальные баннеры.

Для своих сайтов я руководствуюсь таким правилом - начинать размещение рекламы после того, как первый рекламодатель сам обратится с предложением о размещении баннера. Это и есть самый лучший сигнал о том, что можно и нужно начать поиск рекламодателей.

## Общение: блог или форум

[DrimTim](#)

### **DrimTim:**

Общие отличия известны.

Но вот в чем вопрос: какие темы предпочтительнее обсуждать на форуме, а какие в блоге? Существует ли разделение тем по тематике, по персоналиям, по количеству обсуждаемых? Какие есть предположения по данному вопросу? Мне эта тема интересна с точки зрения создания нового информационного сайта и нужно выбрать форму. Если есть мнения, буду рад обсудить.

### **Delorean:**

Я думаю, что нет разницы какую тему обсуждать в блоге, а какую на форуме, но если цель именно обсуждение, то тут точно надо брать форум, там удобней будет это сделать.

### **Peh:**

Блог - это, как известно, web 2.0.

А форумы - вещь куда более старая, с большой историей. Есть такие мощные, знаменитые, многолюдные, многолетние форумы - аж закачаешься...

Еще, я бы так сказал: форум - это хор, а блог - в первую очередь солист с подпевкой.

### **Sevab:**

Я думаю, что и то и другое раскрутить не просто. Зависит еще от конкурентности ниши.

Но по моему мнению, если вы специалист высокого уровня, то блог будет поднять легче, так как все, в большей степени зависит от вас.

Хотя, повторюсь, получение популярного ресурса (любого) никогда не будет тривиальной задачей.

[Подробнее эту тему вы можете почитать на форуме.](#)

## Особенности развития и продвижения форумов

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, сегодня мы с вами поговорим о том, какие есть особенности в развитии и продвижении форумов. Вы можете почитать мою статью [Особенности продвижения интернет магазинов](#). Если хотите выбрать движок форума, то пригодится эта статья - [Обзор 10 популярных форумных движков](#).



### Особенности развития и продвижения форумов часть 1

Shakin.ru

Скажу сразу, что мой любимый движок форума - phpBB3. Кстати, в упомянутой статье есть ссылки на бесплатные сервисы блогов, с помощью которых добавить форум к своему сайту может любой желающий.

Форум - это один из самых эффективных способов создать постоянную и активную аудиторию. Посетители могут свободно писать сообщения, задавать вопросы и общаться. Многие сайты компаний и сервисов создают форумы во многом для того, чтобы была постоянная обратная связь с посетителями и потенциальными клиентами, а сотрудники техподдержки выполняют роль модераторов и отвечают на вопросы.

Иметь свой форум - очень хорошее подспорье в плане продвижения своих услуг или продаж товаров. В общем, одни сплошные плюсы 😊.

Посетителям и участникам форумов видна лишь одна часть жизни форума - интересное общение, и они не задумываются о тех трудностях, которые встречает владелец форума. Именно об этом я хочу сегодня рассказать.

Несмотря на все свои плюсы, форумы являются одними из самых труднопродвигаемых типов сайтов. Тем не менее, при правильном подходе это решаемо.

Сегодня я поделюсь своими наработками по развитию и поисковому продвижению форумов. Планирую вторую часть сегодняшней статьи. Мне довелось заниматься продвижением нескольких форумов. Кроме этого, я уже более трех лет веду свой форум для любителей Фотошоп [PlanetaPhotoshop.ru](#).

## Внутренняя оптимизация форумов

Контент на форумах хоть и уникальный и появляется очень часто, но в большинстве случаев он обладает минимальной ценностью для поисковиков.

Самая главная причина того, что форумы довольно трудно продвигать, заключается в том, что контент на форумах не оптимизирован, так как посетители просто пишут о том, что их интересует. В отличие от других типов сайтов, страницы форума практически нельзя оптимизировать под тот или иной запрос. Даже если оптимизировать первое сообщение, то остальные, написанные пользователями, не будут отвечать каким-либо требованиям внутренней оптимизации.

Конечно, в первое время, когда на форуме мало посетителей, можно создавать темы с оптимизированными текстами и заголовками, но когда сообщений на форуме сотни и тысячи, то согласитесь, в этом нет смысла.

Если невозможно оптимизировать тексты, нужно оптимизировать метатеги. Естественно, не вручную, а по шаблону. Для каждого движка форумов есть свои решения. Самый простой вариант - сделать так, чтобы заголовок темы автоматически попадал в каждый из трех метатегов - title, description и keywords.

Приведу пример того, как это сделать для форумного движка phpBB3. В файле `styles/subsilver2/template/overall_header.html` для метатегов делаем такой код:

[чистый кодпечатать?](#)

1. `<title>{PAGE_TITLE} &bull; {SITENAME}</title>`
2. `<meta name="description" content="{PAGE_TITLE}" />`
3. `<meta name="keywords" content="{PAGE_TITLE}" />`

Этот вариант намного лучше для поискового продвижения, чем если метатеги description и keywords не будут заполнены, а title будет начинаться с названия форума, а не с заголовка темы, как это часто встречается по умолчанию на многих движках форумов. Кроме этого, этот вариант позволяет убрать из метатега title ненужные фразы вида "Просмотр темы", которые никакой пользы не несут и только занимают драгоценное место.

После того, как я сделал такую схему формирования метатегов на своем форуме, количество посетителей с поисковиков увеличилось.

При желании можно сделать так, что description будет формироваться на основе первых предложений в первом сообщении темы. Об этом можно узнать на форумах поддержки вашего движка.

Разделы форума можно также оптимизировать. Для этого есть опция - размещение правил раздела в верхней части форума. Там можно написать несколько пунктов и умеренно использовать нужные поисковые запросы для каждого раздела форума. Это делается в панели управления.

В названиях разделов форумов целесообразно использовать нужные поисковые запросы.

В нижней части форума также можно поместить 2-3 основных поисковых запроса.

## SEO моды

Для движков форумов есть готовые решения в плане оптимизации - SEO моды. Найти их можно таким запросом в поисковике (название движка + SEO, название движка + SEO mod):

*phpbb3 seo*  
*smf seo mod*

Я предпочитаю SEO моды не использовать, так как считаю, что чем меньше модов установлено на движок, тем он лучше и быстрее работает.

## Карта форума

Карта форума нужна для того, чтобы облегчить индексацию всех страниц форума поисковыми роботами. Для того, чтобы узнать о том, как создать карту форума для своего форума, введите в поисковике название движка форума + sitemap, например:

*invision power board sitemap*

Хм-м-м, вот в закладках откопал бесплатный сервис создания карт для форумов phpBB, IPB, vBulletin и SMF: <http://forummap.ru/>. Когда я создал карту своего форума с помощью этого сервиса, Google проиндексировал на несколько тысяч страниц больше.

Для владельцев форумов на движке phpBB3 будет полезна эта статья: [Простейшая карта сайта для phpBB3](#)

После создания карту форума полезно добавить в панели вебмастера яндекса и гугла, как описано в этой статье - [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#)

## Robots.txt

У каждого движка форума есть свои особенности для файла robots.txt. С помощью этого файла можно закрыть подпапки и файлы от индексации (страницы с профилями пользователей и т.д.), что положительно скажется на скорости и полноте индексации вашего форума поисковыми роботами. Выяснить, какой же robots.txt оптимален для вашего движка форума, можно, задав такой запрос в поисковике (название движка + robots.txt), например:

*vbulletin robots.txt*

## Адреса страниц

Я убежден, что любые типы адресов страниц можно успешно использовать в поисковом продвижении, и на эффективность они не влияют. Поисковики одинаково хорошо учитывают все виды адресов страниц форумов. То есть такие адреса, как:

*forum.ru/viewtopic.php?f=10&t=4522*

*forum.ru/showthread.php?t=4580*

*forum.ru/topic47380s40.html*

будут одинаково хорошо восприниматься поисковиками. Нет необходимости делать псевдостатические адреса (третий вариант).

## Идентификаторы сессий

Многие движки форумов по умолчанию имеют так называемые идентификаторы сессий. Это когда в конце адреса страниц идет много цифр и букв, в результате чего создается множество дублей одной и той же страницы, да и для пользователей такие длинные ссылки выглядят не очень привлекательно. Каждый посетитель при заходе на форум получает уникальный идентификатор сессии, который добавляется к адресу каждой посещаемой страницы на форуме.

Пример адреса страницы с идентификатором сессии:

*forum.ru/showthread.php?t=4580?sid=fgh46455tefa6bf45ef465bfg*

Вот как будет выглядеть адрес страницы без идентификатора сессии:

[forum.ru/showthread.php?t=4580](http://forum.ru/showthread.php?t=4580)

Желательно избавиться от идентификаторов сессий. Для каждого движка форума свои решения, которые можно найти запросом в поисковике (название движка + sid):

*phpbb3 sid*

Для phpBB3 есть полезная статья - [Убираем идентификатор сессии в phpBB3 форуме](#)

Можно закрыть sid от индексации в robots.txt, но я предпочитаю вообще избавляться от идентификаторов сессий.



## Особенности развития и продвижения форумов часть 2

Shakin.ru

Многие моменты, описанные в этой статье, получены мною в процессе создания и развития моего форума для любителей Фотошоп [Планета Photoshop](#).

### Первоначальный приток посетителей

Очень важный момент - на только что созданный форум нужно обеспечить первоначальный приток посетителей. Замечательно, если у вас есть сайт, с которого можно направить посетителей. В моем случае я так и сделал - к моменту создания форума на моем сайте [Globator.net](#) уже было около 3000 посетителей в сутки. Я анонсировал на нем новый форум, и уже на следующий день на форуме появилась жизнь.

К мысли о создании форума я пришел, когда увидел, что в гостевой книге на моем сайте посетители начали активно общаться. Было очевидно, что нужен форум.

Если у вас нет сайта, откуда можно обеспечить приток посетителей, нужно создать на форуме 2-3 раздела и несколько сообщений с помощью фантомов (об этом я напишу далее), и затем нужно договориться с владельцами подходящих по тематике сайтов о размещении баннеров и другой рекламы вашего форума.

Если позволяют средства или у вас есть знакомые блоггеры и вебмастера, к моменту старта форума нужно продумать рекламную кампанию, разместив анонсы и баннеры на тематических сайтах, блогах и форумах. Если обычный сайт или блог вполне может жить первое время без посетителей, то для форума это явная гибель. Форуму нужно общение и активность пользователей.

### **Фантомы**

Фантомы - это когда владелец форума создает несколько аккаунтов и с их помощью формирует первоначальные дискуссии на форуме. Когда форум только что создан, согласитесь, никто в него не станет писать, так как он пустой. Чтобы это исправить, можно сделать 3-5 аккаунтов, с одного задать вопрос, с других ответить, чтобы получилось первоначальное обсуждение.

Главное - этим не увлекаться. На своем форуме после его создания в канун Нового 2007 года я тоже сделал 4 фантома и написал с десяток сообщений. Вслед за этим потянулись посетители, и через пару дней необходимость в фантомах отпала.

Из этого пункта вытекает следующий.

### **Хотите сделать хорошо - сделайте это сами**

Эта древнекитайская мудрость очень подходит и для интернета 🙄. Наверняка многие из вас слышали, что есть специалисты, предоставляющие услуги по наполнению форумов. Лично я такие вещи предпочитаю делать сам - никто не наполнит форум в первые дни его существования лучше, чем его владелец.

### **Не создавайте много разделов**

Очень частая ошибка начинающих владельцев форумов - они сразу создают десятки разделов на своем форуме. Ни в коем случае нельзя так делать. Лучше 1-2 более-менее наполненных раздела, чем десятки пустых. Разделы нужно добавлять только при очевидной необходимости в них - когда пользователи сами просят об этом или накапливается много сообщений, которые можно выделить в отдельный раздел.

Кстати, полезно создать тему на форуме (или раздел, когда форум разовьется), где пользователи смогут публиковать свои предложения по улучшению ресурса и по новым разделам в том числе. Обратная связь с пользователями - великая вещь.

### **Запретите ссылки на файлообменники**

В рунете очень распространенная ситуация - собирают по интернету разные файлы, программы, клипарты, рамки для фото, кисти для Фотошопа т.д., заливают архив на файлообменники (depositfiles, letitbit, uploadbox, rapidshare и т.д.) и затем оставляют рефссылку на всех подходящих по тематике форумах, чтобы заработать пару копеек на скачивании этих файлов.

На своем форуме я сделал железное правило - все сообщения со ссылками на файлообменники удаляю без предупреждения, а пользователя баню по IP. Казалось бы, почему такая жестокость, ведь люди просто хотят поделиться с публикой разными полезностями? Откуда столько злобы у обычно доброго и пушистого Глобатора 🙄?

Дело в том, что размещение ссылок на такие файлы не только нарушает авторские права - ведь создателей и авторов никто не спрашивал и их имена и сайты нигде не упоминаются. Дело еще в том, что автор содержащихся в файлах материалах может предъявить вам претензии как к владельцу форума, ведь на вашем ресурсе опубликованы ссылки на эти файлы. К тому же в файлах может содержаться неизвестно что. Поэтому советую вам не допускать размещения таких сообщений на ваших форумах.

Дам совет - появление любых нежелательных сообщений можно отследить с помощью замечательного сервиса [Google Alerts](https://www.google.com/alerts). Жмем Create new alert («Создать новое уведомление»), и в первом поле пишем:

*site:planetaphotoshop.ru depositfiles OR letitbit OR uploadbox OR rapidshare*

Вместо моего форума пишете свой. В следующих полях ставим такие настройки, как на моем скрине, чтобы получать уведомления о появлении сообщений, содержащих нежелательные слова сразу после того, как их обнаружит поисковый робот Google.

### Create a Google Alert

Enter the topic you wish to monitor.

Search terms:

Type:

How often:

Email length:

Кроме этого, этот сервис можно использовать для того, чтобы отслеживать сообщения, содержащие нецензурные выражения, оскорбления и т.д. То есть делаем так:

*site:planetaphotoshop.ru плохой человек OR редиска OR плохое слово 1 OR плохое слово 2*

Помимо этого, можно перечислить любые популярные у спамеров слова (названия лекарств и т.д.), чтобы вовремя узнавать об их появлении на вашем форуме. Конечно, нет ничего лучше модерации каждого нового сообщения на форуме, но для подстраховки уведомления от Google Alerts прекрасно подойдут.

## Поисковое продвижение

Форумы, как и обычные сайты, можно и нужно продвигать по двум направлениям. Главную страницу - под основные поисковые запросы, внутренние страницы - под менее конкурентные.

Если с главной особых сложностей нет (за счет использования нужных поисковых запросов в названиях разделов и описаний форума ее можно хорошо оптимизировать), то с продвижением внутренних страниц форума в поисковиках могут быть трудности, так как их довольно сложно оптимизировать под нужные запросы.

Выход есть. Нужно проанализировать статистику посещений своего форума и найти те внутренние страницы, которые уже появились в поисковиках по каким-либо запросам. Собираете, например, 10-20 таких запросов и проверяете их частоту показов в месяц (можно на [сервисе подбора слов яндекса](#)) и определяете 5-10 запросов с наибольшей частотой. Затем смотрите, можно ли немного оптимизировать тексты на этих страницах и добавляете 2-3 раза нужный поисковый запрос в их текст.

После этого платными и бесплатными методами ставите внешние ссылки на эти страницы с использованием нужных поисковых запросов. К примеру, о моей схеме покупки ссылок, которую я активно применяю, можете узнать здесь - [Как эффективно вложить 100 долларов в продвижение сайта](#). О бесплатных методах можно узнать в этих статьях (это первые части моих циклов статей, с каждой можно перейти на следующие):

[Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть 1](#)

[Поцелуй наука - моя схема бесплатного продвижения сайтов. Часть 1 + подкаст](#)

[Как раскрутить сайт с нуля - часть 1](#)

Продвижение тех страниц, которые уже появились в выдаче поисковиков, в разы эффективнее и гораздо менее затратное, чем продвижение страниц, которых еще нет в поисковой выдаче. Если поисковик уже показывает страницу в результатах поиска, то продвинуть ее выше можно без особых проблем.

## Дисциплина и порядок на форуме

Я убежден, что на любом форуме должна быть дисциплина и порядок. Нужно найти «золотую середину»: чтобы пользователи могли свободно общаться, но при этом не было ссор и пререканий. Нельзя допускать диктатуру, ограничивающую свободное общение, и нельзя допускать анархию, когда нет никакого уважения к модераторам и владельцу форума.

Конечно, на форуме должны быть модераторы, которые будут следить за порядком. На своем форуме я каждый день лично проверяю каждое сообщение. На моем форуме посещаемость небольшая - в районе 1000 посетителей в сутки, поэтому мне не составляет труда просматривать каждое новое сообщение.

Помимо порядка, просмотр всех новых сообщений имеет большой плюс для меня как для владельца форума - я в деталях вижу, как и в каком направлении развивается мой ресурс.

Я убежден, что ни в коем случае нельзя допускать каких-либо ссор и ситуаций, когда обижают кого-либо из ваших форумчан. Я всегда разбираюсь в таких вопросах, защищаю и поддерживаю добрыми словами, если вижу, что человека незаслуженно критикуют, а также выношу предупреждение или баню нарушителей порядка.

Также нельзя допускать неуважительного отношения к администратору форума и модераторам.

## Конкурсы на форуме

Конкурсы - отличный способ увеличить активность пользователей на форуме. На моем форуме по [Photoshop](#) каждый месяц проводится один, а то и два конкурса.

В качестве призов я выдаю медали на первые 3 места, а также покупаю хорошую книгу по Фотошопу или цифровой фотографии победителю и беру у него интервью, которое публикую на главной странице своего сайта [Упоку Photoshop](#). Кроме конкурсов, проводятся мини-конкурсы и творческие дуэли. Я благодарен модераторам Планеты Фотошоп за огромную помощь в проведении этих мероприятий.

Еще на моем форуме есть интересный раздел Заказы, в котором все желающие могут совершенно бесплатно попросить подкорректировать фото, сменить фон, восстановить старую фотографию, сделать анимированный аватар и т.д.

Этот раздел очень полезен для поддержания активности пользователей - многим очень интересно помогать людям, совершенствуя при этом свои навыки. Сразу скажу, что на просьбы красивых девушек отредактировать фотографию отзывается больше всего желающих помочь, и в результате получается красивая галерея выполненных работ 😊.

Суть этого пункта в том, что нужно постоянно поддерживать активность пользователей на своем форуме. На форуме любой тематики можно придумать способы для поддержания и стимулирования активности форумчан.

Конечно, призы являются хорошим стимулом для подобных мероприятий. Мое мнение - не всегда нужны денежные призы. Можно, к примеру, предлагать книги по тематике, в электронных магазинах большой выбор книг по любым направлениям.

Хорошим стимулом будет введение медалей на форуме, чтобы они отображались под аватарами форумчан. Это можно сделать с помощью модов. На своем форуме я это реализовал и с удовольствием рисую и выдаю новые медали победителям каждого конкурса.

Отличным дополнением к призам на конкурсах будет старый и проверенный способ - интервью с победителем. Победитель получит возможность рассказать о себе, он будет гордиться тем, что у него взяли интервью, покажет его всем своим родственникам, друзьям и знакомым, а вы получите не только

уникальный контент, но и дополнительных посетителей. Для остальных участников конкурсов на вашем форуме будет хороший стимул - многие тоже захотят, чтобы у них взяли интервью.

### **Дополнительно**

Для многих движков форумов можно реализовать возможность отслеживания клонов - когда пользователь заводит несколько аккаунтов с целью накрутки голосований, публикации ложных восторженных отзывов или других целей. Я советую это сделать.

Советую продумать и четко прописать правила форума или каждого форумного раздела - это позволит избежать непонимания, излишних разъяснений, обид и сэкономить свое время и время форумчан.

Благодаря своим модераторам, я пришел к выводу, что обычные голосования на форуме неэффективны. Чтобы избежать накрутки, мои модераторы предложили так называемые анонимные голосования. Это когда конкурсные работы участники присылают сначала организатору конкурса, он их выкладывает без указания авторов, и затем участники голосуют за понравившиеся им работы, не зная авторов. Для избежания накрутки на моем форуме ограничение - голосовать могут форумчане, у которых более 50 сообщений. Затем организатор считает сообщения с голосами и публикует результаты.

Для многих движков форумов есть моды, позволяющие автоматически отправлять поздравление тем форумчанам, у которых день рождения.

Для общения с модераторами и обсуждения организационных моментов советую сделать закрытый раздел форума.

Мой форум для новичков, поэтому я стараюсь поддержать их в освоении Фотошопа и по возможности хвалю их первые работы. Новичкам очень важна поддержка добрым словом. Я уверен, что если человека похвалить, он с радостью и оптимизмом будет дальше осваивать программу. В результате появится больше художников и специалистов по компьютерной графике.

Критика не всегда нужна, зачастую она может лишить человека творческой мотивации. На своем форуме я сделал для критики отдельный раздел, где желающие получить критические замечания публикуют свои работы.

Еще полезный момент - изображения можно загружать не на сам форум, а на сервисы хранения фотографий, например, на [radikal.ru](http://radikal.ru). Это позволит избежать лишней нагрузки на сервер, что положительно скажется на скорости работы форума. Я у себя так и сделал. Конечно, пользователям нужно написать подробную инструкцию в картинках, чтобы они могли легко и быстро понять, как загружать изображения и помещать их в своих сообщениях.

Хочу сказать, что развитие форума - это очень интересный и творческий процесс.

## **Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блоги**

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

**Как увеличить PR сайта** - этот вопрос интересует многих вебмастеров.



Как же увеличить PR сайта? Методов увеличения этого показателя довольно много. Я остановлюсь на моих любимых.

Один из эффективных способов увеличения PR своего сайта - оставлять комментарии на качественных dofollow блогах с хорошим PR. Блоги замечательны тем, что вы можете оставлять комментарии практически на любой странице.

В этой статье я расскажу о том, как искать dofollow блоги.

Чувствую, как некоторые читатели наморщат лоб при слове “dofollow”. Что такое dofollow? По умолчанию все ссылки в комментариях на блогах (например, Wordpress и т.д.) закрыты атрибутом rel=“nofollow”, чтобы не передавать PR.

В блогосфере есть движение Dofollow, представители которого против самой идеи nofollow и ставят на свои Wordpress блоги [Dofollow плагин](#), который убирает атрибут nofollow из комментариев, позволяя тем самым передавать PR. Такие блоги называются dofollow блогами.

С помощью комментариев на dofollow блогах можно эффективно поднять PR своего сайта, причем бесплатно.

Можете воспользоваться сервисом ручного постинга комментариев в зарубежные dofollow блоги [Dofollowit.com](#). Я поработал с ним и могу сказать, что сервис очень полезный и в итоге вы получаете качественные комментарии с dofollow блогов со ссылкой на свой сайт. Это хорошее вложение в свой сайт.

Я не советую спамить массу комментариев в такие блоги. Их владельцы жестко модерировать комментарии. Кроме этого, у блоггеров из движения Dofollow очень модно писать абузы (жалобы на спам в комментариях) в Google.

Из-за подобных жалоб в бан ваш сайт, скорее всего, не попадет, но на фильтр нарвется точно. Как вы знаете, у Гугла много различных фильтров. Зачастую нахождение сайта под фильтром может определить только опытный специалист. Потом можно долго пытаться выйти в топ по нужным запросам, но останется только удивляться и задавать вопросы на форумах, почему же сайт не поднимается в поиске, хотя вы все делаете правильно. Это не страшилки. Просто я сам с одним своим сайтом попадал под фильтр по неопытности, когда только узнал о dofollow блогах и стал активно на них комментировать.

Поэтому не жадничайте. 2-3 комментария в день - это максимум, больше и не надо. Лучше потратить время на другие способы продвижения сайта.

Сейчас я практикую следующую стратегию. Когда появляется немного свободного времени, я нахожу качественные dofollow блоги с хорошим (или даже нулевым) Google PR и выбираю из них наиболее близкие по тематике с продвигаемым мною сайтом. Затем нахожу страницы на этих блогах с наименьшим количеством внешних ссылок (чем их меньше, тем больший вес передается). Читаю статьи на оставшихся страницах, и только на некоторых делаю комментарии.

Пара-тройка качественных комментариев дадут гораздо больший эффект, чем много спамных.

Не обязательно искать только страницы с хорошим PR. Даже если у страницы PR равен 0, со временем она может получить более высокий PR. Важно научиться определять на глаз такие перспективные в плане роста PR блоги.

В этой статье я веду речь об англоязычных dofollow блогах. Комментарии, естественно, тоже должны быть на английском. Кстати, комментирование на английском - это хорошая практика для совершенствования языка.

Комментарии стараюсь писать в форме обсуждения статьи, высказываю свои мысли, вопросы и пожелания. Ни в коем случае не ставлю никакие ссылки в тексте комментария - это резко увеличивает шансы того, что комментарий будет удален. Достаточно того, что в поле, где указывается сайт комментатора, написать адрес своего сайта. Как вы знаете, имя и будет ссылкой на ваш сайт. Имя пишу как имя, а не как ключевик. Комментарий должен выглядеть естественно. Стараюсь писать комментарии в несколько предложений.

Что-то вступление получилось длинным. 🍩 Перейдем к вкусной части - десерту.

Итак, самый лучший способ искать пиаристые и dofollow блоги - это программа [Fast Blog Finder](#). Полная версия стоит \$49, но есть демо версия с ограниченным функционалом. Основное ограничение - по любому заданному поисковому запросу показывается только 50 блогов. Хочу сказать, что и с демкой можно эффективно работать. Скриншоты и сравнение версий можете посмотреть [здесь](#).

Работать с программой очень просто - вводите нужный поисковый запрос по тематике своего сайта, и в полученном списке блогов выбираете нужные вам. Комментировать можно прямо из интерфейса программы.

Подумываю о создании аналогичного проекта, только с более широким функционалом. Этой программе очень не хватает нескольких функций, к тому же она недостаточно распространена. Наверняка среди читателей есть программисты, способные написать подобную программу. Можем создать совместный проект, готов взяться за его продвижение в рунете и англоязычном интернете. Если надумаете - пишите на электропочту [globatorseo@gmail.com](mailto:globatorseo@gmail.com).

Помимо этого, dofollow блоги можно искать с помощью специальных поисковиков. За основу они берут поиск Google, только ищут dofollow блоги. Как и в случае с программой, искать следует по англоязычным ключевым словам, так как найти dofollow блоги в рунете по своей тематике очень проблематично - их просто мало. Вот dofollow поисковики:

[Commenthunt.com](http://Commenthunt.com)

[Backlinkspot.com](http://Backlinkspot.com)

[Do-follow.blogspot.com](http://Do-follow.blogspot.com)

[Ezbusinessneeds.com/dofollow.php](http://Ezbusinessneeds.com/dofollow.php)

Кроме dofollow поисковиков, есть dofollow директории:

[Dofollowblogs.com](http://Dofollowblogs.com)

Вот еще хорошие списки dofollow блогов:

[Courtneytuttle.com/blogs-that-follow](http://Courtneytuttle.com/blogs-that-follow)

[Dewknight.com/do-follow](http://Dewknight.com/do-follow)

Хочу сказать, что об этих блогах уже знает большое количество вебмастеров. Чтобы найти свежие и менее известные широкой публике dofollow блоги, я делаю следующее. Введите в Google поисковый запрос такого вида:

SEO “Remember my personal information” “Notify me of follow-up comments”

Вместо SEO используйте нужное вам ключевое слово.

Сегодня я в прекрасном расположении духа :), поэтому открою еще один секрет, как находить еще больше dofollow блогов.

Если внимательно посмотреть на dofollow блоги, то можно обнаружить одну интересную деталь. Многие из этих блогов имеют вот такую картинку:



Эта картинка символизирует принадлежность блога к движению Dofollow.

Вы найдете массу новых dofollow блогов с помощью [поиска по картинкам Google](#). Введите такие поисковые запросы:

“U Comment”

“I Follow”

“U Comment I Follow”

Кроме этого, можно навскидку посмотреть названия подобных картинок на dofollow блогах, и искать по названию картинки в самом Google:

*ifollowblue.gif*

*ifollowwhite.gif*

*ifollowgreen.gif*

*ifolloworange.gif*

*ifollowpurple.gif*

*ifollowpink.gif*

*ifollow.png*

*ifollow.jpg*

Или так:

*inurl:ucomment*

*inurl:ifollow*

Планирую поделиться с вами другими способами увеличения PR сайта и написать серию подобных статей. Чтобы ничего не пропустить, можете подписаться на [RSS ленту этого блога](#).

Желаю вам успешного увеличения PR! И помните - все хорошо в меру, как говорил Джевахарлал Неру.

## Куда добавить блог - мой список полезных ресурсов

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, предлагаю вашему вниманию свою свежую подборку ресурсов для бесплатного добавления молодого блога. Многие описанные ресурсы подходят и для добавления обычных сайтов, но список составлен специально для добавления блогов.



## Куда добавить блог мой список полезных ресурсов

Shakin.ru

В целом при добавлении нового блога в различные ресурсы не нужно гнаться за количеством. Главное - добавить блог в те ресурсы, которые проиндексированы гуглом и яндексом. В сегодняшней подборке я перечислю только те ресурсы, которые проиндексированы одновременно и яндексом, и гуглом.

Если ресурс не проиндексирован поисковиками или в индексе всего несколько страниц - значит, он нездоров, и смысла тратить время на добавление в него нет 😊 (исключение - абсолютно новые ресурсы).

Проверить индексацию можно разными способами. Один из самых простых - бесплатная программа [Сайт-аудитор](#): вбиваете нужный сайт (без http://), смело жмете “Проверить” и получаете количество проиндексированных страниц в различных поисковиках, а также другую полезную информацию. Этой же программой можно проверять позиции сайта.

Еще важный момент - перед добавлением блог должен быть первоначально наполнен материалом, иначе его просто не примут во многие ресурсы, и вы лишите свой блог счастливого детства 😊.

### Добавляем блог в поисковики

Первым делом молодой блог нужно добавить в поисковики:

[Добавить сайт в Яндекс](#)

[Добавить сайт в Google](#)

[Добавить сайт в Bing](#)

[Добавить сайт в Gogo](#)

[Добавить сайт в Рамблер](#)

[Добавить сайт в Апорт](#)

## Добавляем карту сайта в панели вебмастера

Добавление карты сайта в поисковики положительно влияет на индексацию поисковиками и позволяет отслеживать различные ошибки.

Многие движки сайтов по умолчанию создают карту сайта автоматически. Чтобы узнать, есть ли у Вашего сайта карта сайта, добавьте к адресу своего сайта sitemap.xml, чтобы получился адрес такого вида:

<http://site.ru/sitemap.xml>

Если карта сайта есть - остается просто добавить ее в панелях вебмастера. Если ее нет - воспользуйтесь бесплатным сервисом [XML-Sitemaps.com](http://XML-Sitemaps.com), который бесплатно обрабатывает до 500 страниц. После генерации сохраняете карту в корне своего сайта в формате xml.

Для добавления карты сайта нужно просто зайти в панели вебмастера и добавить ее:

[Панель вебмастера Google](#)

[Панель вебмастера Яндекса](#)

После регистрации вам предложат подтвердить, что сайт ваш - нужно будет поместить в шаблон сайта специальный метатег или залить пустой текстовый файл в корень сайта.

Вы также можете зарегистрироваться в [Сервисе вебмастеров Bing](#) и [Сервисе вебмастеров Yahoo](#) и аналогично добавить туда свой сайт и его xml карту.

## Feedburner

Я считаю, что добавление RSS ленты вашего блога в Feedburner обязательно, потому что без этого ваш блог не примут в другие ресурсы (например, рейтинги блогов). Да и для бурно развивающихся социальных сервисов лента, “прожженная” через этот сервис, всегда пригодится.

[Feedburner.google.com](http://Feedburner.google.com)

Чтобы добавить RSS ленту вашего блога в фидбернер, достаточно ввести адрес блога и следовать по инструкции - там все просто. В настройках фидбернера рекомендую сделать следующее. Переходим на закладку Analyze (Анализировать):



Затем в боковом меню (слева) выбираем Total Stats PRO:



убираем галочку с Item link clicks — optimize for:



Это позволит сделать прямые ссылки на Ваши посты в RSS ленте - они гораздо полезнее.

### Кросспостинг в микроблоги

Кросспостинг - это автоматическая публикация материалов вашего блога на других ресурсах. Сервис микроблоггинга [Tsummer](#) в последнее время переживает настоящий бум, поэтому его потенциал нужно обязательно использовать. У нас уже есть “прожженная” через фидбернер RSS лента блога, осталось с ее помощью настроить кросспостинг в твиттер.

Поисковые роботы просто живут на твиттере. Настроить автоматическую публикацию заголовков ваших материалов в твиттер можно с помощью таких сервисов, как [Twitterfeed](#) или [Twitrobot](#).

Подобных сервисов становится все больше, они появляются, как грибы после дождя. Кстати, вот подробное [руководство по работе с твиттером](#) на русском. Ну и не забывайте добавлять [микроблог старика Глобатора](#) в свой твиттер 🐼. Я туда постоянно добавляю разные интересные ссылки с интернета.

Сервисов микроблоггинга много, я еще пользуюсь [Friendfeed.com](#) (мой микроблог [здесь, присоединяйтесь](#)) и [Tumblr.com](#). Новые можно найти запросом в гугле:

*microblogging service*

Можете настроить кросспостинг и на другие сервисы, не только микроблоги - для этого можете почитать мои статьи [Кросспостинг - подробная инструкция по настройке](#) и [Кросспостинг - мое решение проблемы](#).

### Добавляем блог в рейтинги блогов

Рейтинги блогов позволяют не только получить ссылку на ваш блог, но и немного посетителей. Чем выше будет блог в рейтинге, тем лучше. Кстати, рейтинги блогов - неплохой стимул для дальнейшего развития блога, так как можно отслеживать параметры и наблюдать прогресс. В последнее время появились новые рейтинги. Приведу список основных рейтингов блогов рунета:

[Blograte.ru](#)  
[Epochta.ru/rating](#)  
[Terehoff.com/rating](#)  
[Blogotop.info](#)  
[Dobrobot.com](#)

Со временем будут появляться новые рейтинги блогов. Вы легко сможете найти новые, набрав вот такой запрос в поисковиках:

*рейтинг блогов*

### Добавляем блог в социальные закладки

В связи с массовым использованием сервисов социальных закладок эффект от этого метода продвижения значительно снизился, однако добавление нескольких внутренних страниц вашего блога в те сервисы закладок, ссылки с которых прямые, не помешает:

[Bobrdobr.ru](#)  
[Memori.ru](#)  
[Moemesto.ru](#)  
[Zakladok.net](#)

[Lopas.ru](http://Lopas.ru)  
[100zakladok.ru](http://100zakladok.ru)  
[Znatoki.ru](http://Znatoki.ru)  
[Linkomatic.ru](http://Linkomatic.ru)

Найти новые сервисы социальных закладок можно простым запросом в поисковиках:

*социальные закладки*

### Популярные каталоги сайтов

Добавление в популярные каталоги сайтов не гарантирует того, что ваш сайт добавят. По моим наблюдениям, после подачи заявки в Дмозе можно ждать от 2 до 10 месяцев, бывают случаи до полутора лет. В яндекс каталоге от 1 месяца до года. Многое зависит не только от качества вашего блога, но и от того, насколько правильно вы заполните информацию. Так что рекомендую тщательно изучить правила добавления.

[Dmoz.org](http://Dmoz.org) (для добавления нужно зайти в категорию)  
[Яндекс каталог](#) (даю ссылку на бесплатное добавление)  
[Топ 100 рамблера](#)

### Каталоги блогов

В плане развития каталогов блогов рунет по сравнению с англоязычным интернетом находится примерно на уровне небольшой африканской страны 🇳🇮. Возможно, еще не настала эпоха каталогов блогов, и все еще впереди.

Каталоги блогов поисковиков:

[Каталог блогов Google](#)  
[Каталог блогов Яндекса](#)

И обычные каталоги блогов:

[Blogrider.ru](http://Blogrider.ru)  
[Блогус](#)  
[Blog.inf.by](http://Blog.inf.by)  
[Iblogger.ru](http://Iblogger.ru) (для добавления нужно зайти в нужную категорию)  
[Blogdir.ru](http://Blogdir.ru)  
[Blogo.ru](http://Blogo.ru)  
[Blogolist.ru](http://Blogolist.ru)

### RSS агрегаторы

RSS агрегаторы - это ресурсы, в которые можно добавить RSS ленту вашего блога. В рунете для молодого блога ситуация с RSS агрегаторами в данный момент такая. При запросе в виде заголовка страницы вашего блога в результатах поиска страница RSS агрегатора вполне может быть выше, чем страница вашего блога. По моим наблюдениям, это может повторяться, пока сайту не исполнится год (особенно в яндексе).

Это не критично, так как такая ситуация будет не только с RSS агрегаторами. Напишите вы уникальную статью, она проиндексируется, по ее названию вы будете первым и будете радоваться жизни. Вроде бы так и должно быть. Но! Какой-либо более старый и жирный жулиган сайт придет и скопирует вашу статью, и разместит у себя. И будет первым уже он. Вот такая дедовщина, прямо как в армии.

Такое не всегда, но наблюдается, причем довольно часто. Что можно предпринять? Нужно активно развивать свой блог, не принимая близко к сердцу такую несправедливость. Что-то я опять отвлекся, хотел же просто написать ссылки на RSS агрегаторы 🤪. Вот они:

Уже слышу вопросы о том, надо или не надо добавлять ленту блога в RSS агрегаторы. Мое мнение - надо, я всегда добавляю. Ну и что, что может быть SEO-дедовщина. Зато будут ссылки, а они для нового блога очень нужны. Они - как питательные котлеты для голодного солдата 🤪. Больше будет ~~жест~~ ссылок - можно будет быстрее ~~покалечить дедов~~ попасть в топ 🤪.

[Kanban.ru](http://Kanban.ru) (одновременно является и каталогом блогов)

[Liverss.ru](http://Liverss.ru)

[Prime-rss](http://Prime-rss)

[Plazoo.com](http://Plazoo.com)

[Litecat.com](http://Litecat.com)

[RSSportal](http://RSSportal)

[RSSreader](http://RSSreader)

[News.nofollow](http://News.nofollow)

[RSS.ukrnews.net](http://RSS.ukrnews.net)

[Lumna](http://Lumna) (нужна регистрация)

RSS агрегаторов в рунете немного, и какая-то часть их удаляется или выпадает из индекса. Но есть волшебная удочка для ловли новых - нужно лишь погуглить такие запросы:

*добавить rss*

*rss каталог*

## Заводим e-mail рассылку

Казалось бы, странный пункт. Но это как раз тот пункт, который я делаю обязательно для каждого нового блога - завожу для него e-mail рассылку на сервиса [Subscribe.ru](http://Subscribe.ru). E-mail рассылки незаслуженно забываются, но в них есть большой потенциал.

По секрету скажу, что с открытием e-mail рассылки ваш блог получает не только дополнительных целевых посетителей, но бесплатную прямую ссылку с сайта с ТИЦ 7000, яндекс каталог - рубрика Интернет. Естественно, рассылку нужно регулярно вести, иначе сами знаете что.

Подробно о том, как использовать e-mail рассылку для продвижения сайта, вы можете почитать в моей статье [E-mail рассылка как инструмент продвижения сайта](#).

Тут чувствую, как чья-то костлявая рука хватается за рукав, и в слезящихся глазах немой вопрос: “А где же ссылки на сайты социальных новостей?” 🤪 Хм-м. В сервисы социальных новостей добавлять молодой блог считаю ненужным, так как в большинстве случаев вашу новость отклонят. В социальных новостях большой потенциал, но для начала нужно изучить принципы работы в них и развить блог.

Для молодого блога будут также полезны мои статьи по ускорению индексации: [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#) и [Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить](#).

## Использование блогуна для раскрутки сайтов

*Автор: Сергей Кокушаров (Devaka)*

# Блогун

Интернет, как средство коммуникации постоянно развивается, социальные сети и блоги становятся практически основным средством, которые использует средний пользователь сети. В блогах присутствуют интересные обзоры, в блогах можно узнать актуальные новости по той или иной тематике, в блогах проводятся различные массовые мероприятия, в микроблогах можно общаться как в ICQ, и, таким образом, блоги являются прекрасным источником тематической аудитории, хорошей площадкой для рекламы или хотябы площадкой для тематических ссылок.

Отличный удобный инструмент, которым должен уметь пользоваться каждый оптимизатор при работе с блогами, это безусловно [Блогун](#). Ниже пойдет речь именно об этой системе, я покажу вам ряд преимуществ Блогуна над другими инструментами, а также поделюсь правилами ведения рекламных кампаний для успешно раскрутки своих проектов. Хотелось бы сразу заметить, что Блогун стоит рассматривать не только как инструмент покупки ссылок на блогах, а как комплексный инструмент маркетинга.

## Особенности Блогуна

### 1. Ссылки размещаются навсегда

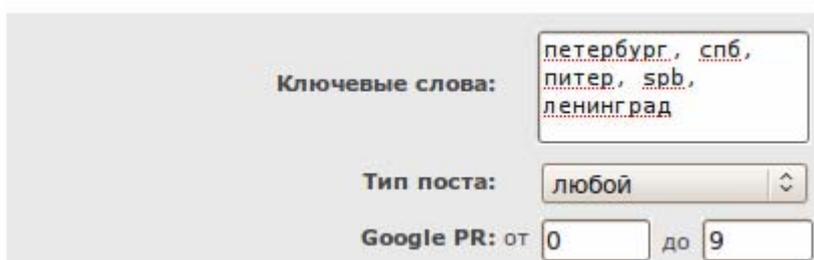
Постоянное размещение ссылок позволяет экономить бюджет при продвижении сайта постовыми или статьями. Это очень удобно, особенно при работе с низкоконкурентными запросами, когда всего 2-5 постовых выводят сайт на самые верхние позиции в поисковых системах.

Многие рекламодатели беспокоятся, что их ссылки будут удалены в будущем недобросовестными блоггерами. По своему опыту скажу, что таких блоггеров практически нет, к тому же скоро в системе появится возможность, когда деньги, оплаченные рекламодателем блоггеру будут заморожены на определенный промежуток времени для уверенности, что пост или ссылка не будет сразу же удалена исполнителем после оплаты.

### 2. Разнообразие площадок

На сегодня в Блогуне зарегистрировано 23+ тысячи блога, каждый из них имеет разные показатели популярности. С помощью отбора вручную можно подобрать себе наиболее подходящие площадки, также можно настроить автоматический режим, настроив соответствующие фильтры.

Разнообразие площадок заключается не только в показателях популярности, но также и в блогхостингах, то есть региона размещения блога и в вариативности доменных зон. При продвижении сайта в регионах, например, в Питере, можно отобрать блоги по такому критерию (см. рисунок).



Ключевые слова:

Тип поста:

Google PR: от  до

Также, задавая нужные ключевые слова, можно подобрать интересующую тематику сайта. При создании рекламной кампании можно указать, на каких доменах вы хотите разместить рекламу. Например, при продвижении сайта в украинском сегменте, я выбирал только блоги на \*.org.ua и \*.com.ua доменах.

[отметить все](#) / [очистить все](#)

<input type="checkbox"/> Блоги на домене 2-го уровня(40.8%)	<input type="checkbox"/> tut.by(0.4%)
<input type="checkbox"/> *.livejournal.com(20.2%)	<input type="checkbox"/> wordpress.com(0.4%)
<input type="checkbox"/> liveinternet.ru(12.5%)	<input checked="" type="checkbox"/> *.com.ua(0.8%)
<input type="checkbox"/> *.blogspot.com(5.6%)	<input type="checkbox"/> ucoz.ru(0.3%)
<input type="checkbox"/> *.ya.ru(2.3%)	<input type="checkbox"/> net.ru(0.5%)
<input type="checkbox"/> *.blog.ru(2.2%)	<input type="checkbox"/> privet.ru(0.3%)
<input type="checkbox"/> mail.ru(1.2%)	<input type="checkbox"/> org.ru(0.2%)
<input type="checkbox"/> diary.ru(1%)	<input type="checkbox"/> twitter.com(2.3%)
<input checked="" type="checkbox"/> *.org.ua(1.2%)	<input type="checkbox"/> остальные домены(8.1%)

### 3. Доступные цены

Продвигаясь постовыми, в Блогуне можно найти предложения от нескольких рублей. То есть, имея бюджет в 1000 рублей, можно приобрести порядка 100 постовых, многие пользуются этим для поднятия ТИЦ своего ресурса. То же самое касается и обзоров. Безусловно, владельцы хороших качественных площадок запрашивают соответствующую цену, однако, при ограниченном бюджете можно подобрать оптимальные площадки.

### 4. Управление многими проектами

Очень удобно использовать Блогун для управления несколькими проектами, что актуально для различных [seo-компаний](#). Для каждого из них можно применить свои настройки и фильтры и просматривать отчет. Неактивные кампании уходят в архив.

### 5. Скорость выполнения заданий

Следует отметить, что скорость выполнения заданий в среднем очень приемлема. Обычно, уже через сутки, а то и раньше можно видеть в [Яндекс.Блогах](#) ссылки на свой проект.

[Блогун](#) позволяет размещать на блогах как постовые (обычные ссылки в конце поста), так и краткие либо подробные обзоры. Постовые позволяют не только поднять низкоконкурентный запрос, но также и ускорить индексацию сайта (буквально за 1-2 апа), к тому же ссылка будет выглядеть максимально естественной для поисковых машин. Проверено, что постовые с блогов на livejournal.com попадают в индекс Google моментально, а в индекс Яндекса за 1-2 апдейта, это удобно также использовать для [seo экспериментов](#).

Постоянные ссылки (обзоры) на блогах работают на перспективу и дают трафик не только в момент публикации. Также, по мере роста популярности доноров и его показателей, показатели вашего сайта также будут расти, не давая ему опускаться по продвигаемым запросам.

## Правила ведения рекламных кампаний в системе Блогун

Для успешного ведения рекламной кампании прислушайтесь к небольшим советам, приведенным ниже.

1. При создании кампании ставьте такую максимально допустимую цену, которая бы заставила блоггера выполнить свою работу качественно. Например, для постовых я ставлю минимум 100 рублей, для обзоров минимум 1000. При таком подходе вам смогут сделать более качественное предложение, а рекламная кампания пройдет эффективней.

2. Задание пишите ясным для обычного человека языком. Средний блоггер совершенно не знаком с seo, поэтому использование специфических терминов не даст ему лучше понять ваши требования. Постарайтесь разъясниться как можно проще, при этом не переполняя описания лишней информацией.

3. Не скупитесь на хорошие оценки. Поставив хорошую оценку блоггеру за выполненное задание, вы ничего не потеряете, а исполнитель захочет с вами сотрудничать в дальнейшем и будет стараться выполнять качественно свою работу. Обычно в описании я сразу предупреждаю блоггеров, что все заслуживают пятерок.

Нужен постовой с указанной ниже ссылкой в любом падеже. Ссылку необходимо обрмить текстом.

Спасибо заранее! Всем пятерки!

4. Требуйте связываться с вами при возникновении вопросов. В сервисе есть возможность обмениваться сообщениями с исполнителем. Если вы планируете провести серьезную кампанию, организовать конкурс или выступить спонсором, привлекая таким образом трафик, обязательно обсудите детали с исполнителем через систему сообщений, чтобы в дальнейшем не было недоразумений.

5. Проверяйте блог и дату последнего сообщения на нем. Редко, но бывает, что блоггеры ставят постовые не в новых своих статьях, а в старых постах, при этом, при проверке задания сложно определить актуальность поста, так как дата публикации может отсутствовать. Поэтому, смотрите, какие последние статьи были опубликованы на этом блоге и комментируют ли их читатели.

6. Обращайте внимание на графу “Название кампании”, её видите не только вы. Исполнители, подбирая себе работу, ищут её по названию, поэтому заглавные иностранные буквы либо адрес сайта даст меньше эффекта, чем выражение основной мысли рекламной кампании.

### [7. Экспериментируйте!](#)

Надеюсь, что ваши старания оправдаются и дадут отличный эффект!

## Почему я покупаю верхние постовые?

[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)

*В понедельник Виктор, автор блога [SeoProfy.net](#) заказал и оплатил очередной верхний постовой. Я подумал, что у него уже есть достаточно практической статистики об эффективности верхних постовых для продвижения сайтов, и я попросил его написать этот гостевой пост. И вот уже в четверг мы его публикуем.*

Этот пост про влияние разных типов постовых и почему верхние постовые в блогах дают больше отдачу. Плюсов здесь не один и в этом посте мы детально все рассмотрим.



### Для чего я размещаю именно верхние постовые на блогах топ блоггеров?

1. Ссылка находится на главной странице больше недели, а это передает нормальное ссылочное для продвигаемого сайта.
2. Дальше ссылка остается в разделе рубрики, где зачастую тоже есть PR на пункт ниже, чем на главной, что так же дает возможность получить хороший seo эффект на продвигаемый сайт;
3. Если это тематический постовой с очень привлекательным названием, то так же можно получить трафик на продвигаемый сайт.

Могу привести пример: я практически ежемесячно провожу [seo семинар](#) в Киеве, и я практикую все возможные способы их разрекламировать, так вот в данном случае такой постовой дает эффект в плане ссылочного (уже давно достигнут топ по таким запросам) и привлекает заинтересованную аудиторию на продвигаемый сайт.

**У кого стоит покупать верхние постовые?**  
Ответ прост и очевиден, у блоггеров, которые занимаются своими блогами, развивают их в разных планах (seo показатели, контент, подписчики), в основном это топовые блоггеры.

Зачастую у них стоимость верхнего постового от 10 долларов, но на практике проверенно, что эта цена полностью соответствует результату.

### Теперь опять немного про продвижение

Представьте ситуацию, что вы только взяли на продвижение свой или клиентский сайт и нужно что бы поисковые системы побыстрее его подхватили, то в данном случае верхние постовые дают огромный плюс.

Даже если у вас сайта по пластиковым окнам, seo блог как у Терехова подойдет для такого. Так как блог имеет толковые показатели, хороший траст и может очень позитивно повлиять на продвижение.

Я на продвигаемый сайт размещаю по 10-15 верхних постовых на начальных этапах на подобных блогах, что дает хороший старт, а дальше уже менее авторитетные блоги.

### Минус от размещения верхних постовых есть

Так как блоги регулярно обновляются, постовой уходит с первой страницы на вторую и в рубрику, и передает меньше веса, и если дальше активно не заниматься сайтом, то он проседает. Если дальше наращивать ссылочное с других блогов, то все будет ок, проверенно.

## По каким критериям можно подобрать блоги под размещение постовых?

Приведу мой список критериев подбора:

- блог старше года;
- у него есть PR и ТИЦ;
- он регулярно обновляется, 1-4 раза в неделю;
- он постоянно растет (seo показатели, подписчики);
- трафик (это только для тематических верхних постовых) что бы от размещения получить еще и посетителей;
- => страницы в индексе Яши и Гоши.

Этого вполне достаточно для принятия решения. Блог Терехова под такие критерии полностью подходит. Я размещал, размещаю и буду размещать на нем постовые!

## Как же выглядят такие постовые

Вот так выглядит постовой на этом блоге, то есть на [блоге Терехова](#):

# Марафон с rookee, которые растут откуда надо

Июнь 7th, 2010  
Terehoff

Нормально, да – очень просто [скачать фильмы бесплатно](#) с ViMaxFilms.

52  
tweets

Обновление: мы очень быстро набрали уже 50 участников, поэтому не долго думая решили набрать еще 50. Присоединяйтесь.

retweet

Terehoff.com совместно с сервисом автоматизированного продвижения [rookee.ru](#) запускает марафон по поднятию позиций и повышению поискового трафика для блоггеров в поисковых системах Yandex, Google и Mail. Это значит, что у всех вас есть реальная возможность попробовать руки своими руками, посмотреть, как этот сервис устроен внутри, какие возможности он

Вот так выглядит верхний постовой на [блоге Глобатора](#):

Сайт дня ([как попасть](#)): Drummersvideo.ru - [видео барабанов и барабанщиков](#), лучшие и новые.

60  
tweets

retweet

Дорогие друзья, в закладках у меня накопилось много интересных и полезных сервисов для Twitter. Я считаю, что жадничать нельзя 😊 и любой контент должен работать.



buzz this

Многие блоггеры не размещают верхних постовых, но по своей практике я собрал ручную базу ребят, что это делают, и успешно ей пользуюсь.

Открою секрет, есть достаточное количество блоггеров которые только начинают вести блоги, но у них уже есть достаточные пузимерки на них, например PR 1-3, ТИЦ от 10. Стоимость верхних постовых у них

1-5 долларов. Многие блоги я полностью выкупаю на месяц, так как есть много сайтов для продвижения. Этим я их стимулирую писать и развивать блоги дальше.

С ростом блога растут их траст и показатели, и соответственно вес навсегда размещенного верхнего постового.

А теперь вот примеры роста позиций от продвижения верхних постовых:

	Google.com.ua
авиабилеты	8
авиабилеты стоимость	4
авиабилеты киев	8 ↑ +1
авиабилеты онлайн	7 ↑ +1
авиабилеты цены	6 ↑ +1
авиабилеты бронирование	6
авиабилеты продажа	2 ↑ +1
продажа авиабилетов	5 ↑ +2
продажа авиабилетов в киеве	4 ↑ +1
продажа авиабилетов онлайн	4 ↑ +2
авиабилет	2
авиабилет купить	1

Понятное дело что такое не только от постовых, но могу сказать что именно верхние постовые дали хороший толчок для того что бы сделать топ.

**Спасибо большое Виктору, хотелось бы добавить несколько слов от себя по поводу seo эффекта от верхних постовых.**

Ссылка на главной странице с постоянно обновляемого ресурса всегда есть гуд и никогда не бывает лишней. В случае с верхним постовым – это еще и попадание в RSS, на главную страницу, что дает очень быструю индексацию вашей целевой страницы, на которую ведет ссылка за счет моментальной индексации страницы поста. В случае если вы взяли новый сайт на продвижение, создали целевые страницы, то этот метод записывания в индекс работает на ура.

Сложно сказать, минус или плюс, но верхний постовой обычно размещается сразу после тега h1 перед текстом поста. Скорее всего это особенность, поэтому старайтесь договариваться на какой-то околоссылочный текст. С другой стороны, я пока не замечал плюсов или минусов расположения ссылок рядом с тегом h1. Единственный плюс – ссылка расположена выше в коде документа, чем другие, что при прочих равных условиях может давать бонус (в теории), однако практикой я этого доказать не могу – не экспериментировал.

Верхние постовые очень хорошо работают под Google за счет постоянного изменения серпа. Под Yandex же влияние именно этого типа внешних ссылок менее выраженное.

Еще один приятный момент – если вы занимаетесь продвижением сайтов и регулярно это делаете (в хорошем и ясном смысле этого слова), то не ошибусь, если скажу, что и постовые вы покупаете регулярно. А регулярно их покупать лучше оптом и дешевле, тем самым вы экономите на бюджете и устанавливаете с блоггерами долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество. Виктор как раз покупает у меня их регулярно и со скидкой. Буду признателен, если вы что-то добавите в комментариях от себя по поводу верхних постовых.

## Пресс релиз или постовой, что лучше для SEO

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Пресс релиз – это текст, который предоставляется рекламодателем и публикуется без изменений. В пресс релизе фигурирует ссылка на рекламируемый продукт.



Постовой – ссылка в начале или в конце поста, как тематического, так и около тематического и нетематического. Ссылка может быть окружена текстом или опубликоваться после слова **постовой**.

И тот и другой используются как для SMO, так и для SEO продвижения своих ресурсов, продуктов, товаров и услуг. Эффект зависит от тематики площадки-донора, тематики продукта/товара/услуги/ресурса. Про SMO эффект подробно поговорим в следующий раз, это очень широкая тема.

Например, для целей SEO продвигать при помощи terehoff.com женские колготки можно, но для этого было бы крайне желательно мне написать хотя бы пост о том, как эти колготки появились в мире и как на них можно заработать через интернет, чтобы более-менее «притянуть» за уши тематику блога к тематике колготки.

А вот «пиарить» (читайте – SMO продвижение) интернет магазин женских колготок при помощи платных постов (ужас) или пресс релизов (в принципе то возможно), но соотношение цена/эффект от рекламы.

Так уже «сложилась» традиция, что формат постового как ссылка на интересные тематические материалы перешел полностью в рекламный. Хорошо это или плохо – другой вопрос, но для целей SEO это неплохо работает. Кстати, можете купить у меня постовые через rotapost по ценам несколько ниже, чем заявлено на блоге.

Перейдем к конкретным примерам. Есть товары/продукция услуга по тематике. Интересует SEO продвижение. Что лучше, купить:

- пресс-релиз, в котором будет ссылка с необходимым анкором (якорем), окруженная действительно тематическим текстом, причем не одно-два слова, а как минимум два абзаца; на terehoff.com стоит **500 рублей**;

- постовой так же с нужным анкором, в конце или начале поста, в тексте, который может быть как тематический, так и околотематический, а может быть совсем не тематический; на terehoff.com стоит **200 рублей**.

Интересный вопрос, не правда ли? Разница в цене в два с половиной раза, а SEO эффект? Сразу встает другой вопрос – как этот SEO эффект измерить, ведь вы же при продвижении не ограничиваетесь покупкой только одного постового. Наверняка вы их покупаете как минимум больше 2х, так как определить, как сработал именно этот постовой/пресс-релиз.

Итого мы имеем больше вопросов чем ответов. Как по мне, для долгосрочного продвижения собственных проектов лучше пресс-релиз. Это дороже, но имеет плюсы по сравнению с постовым:

- тематический title страницы, на котором размещена ссылка;
- в теги h1-h2 можно «запахнуть» то, что вам действительно нужно;
- соответствующие, уникальные, тематические, а главное необходимые description и keywords;
- на странице пресс-релиза будут присутствовать только ваши ссылки, значит вам будет передан максимум веса, который ссылка с этой страницы может передать;
- как дополнение – не будет «левого» нетематического контента по тематике, только то, что вам нужно.

Как вы думаете, какие еще преимущества пресс-релизов перед постовыми в плане SEO продвижения?

## Как выбрать блоги для покупки постовых

*Автор: Алексей Терехов (Terehoff)*

То, что постовые очень хорошо работают для поднятия позиций в Google, я не раз и даже не два убеждался, а кроме того писал об этом. Один из последних примеров – статья [постовые через ротаност рулят](#). На самом деле рулят.



Но чтобы они рулили, необходимо соблюдать несколько условий. Точнее условие одно – донор (т.е. блог, на котором постовые размещаются), должен быть качественным. В понятие качество я вкладываю прежде всего хорошую индексацию Google, высокий уровень доверия или траст в глазах Google, что обеспечивается возрастом домена, регулярностью постинга, наличием в каталоге DMOZ, уникальными человеческими текстами (про [важность текстов на сайте](#)) и многими другими факторами.

Постовые должны публиковаться в новых постах, причем публиковаться сразу, а не вставляться потом в пустое место. После того, как пост публикуется, происходит пинг к различным сервисам, в том числе и для поискового робота Google, который приходит на блог с целью проиндексировать страницу с постом. Если ссылки-постового на странице не будет в момент посещения, то страница попадет в индекс Google без ссылки-постового. Если поставить постовой после посещения робота Google, то она начнет свою работу только после того, как робот Google проиндексирует страницу заново, а на это требуется время. Подробнее обо всем этом я писал в посте – [когда начинают работать ссылки](#).

## Теория пройдена, теперь матчасть

Где найти блогов для размещения постовых? Blogun.ru, rotapost.ru, gogetlinks.net. Блогуном уже не пользуюсь давно. В gogetlinks.net дорого. Кроме того, я кратко описал минусы размещения постовых через gogetlinks.net в статье [постовые через ротаност](#) (дорого и в основном в старых постах). А вот rotapost сейчас мне наиболее удобен и как показывает практика – эффективен. Вот что главное – эффективность.

## На каких блогах нет смысла покупать постовые

**Блоги на платформе Li.Ru** – они прикрепляются на домены второго уровня, имеют ТИЦ и PR, имеют трафик, но в плане ссылочного ну очень неэффективны; от таких блогов надо бежать как можно дальше; в блогуне такие блоги никак не выделяются, в ротапосте по моей просьбе выделяться стали.

**Блоги**, которые на первое впечатление выглядят как г...но-блоги, созданные специально для заработка на постовых; интуитивно такие блоги сразу бросаются в глаза низким уровнем «СДЛности». Примеры приводить не буду. А выявить такие блоги легко – с них нет эффекта на позиции посредством ссылочного ранжирования. Т.е. после размещения постового позиции не двигаются. С практикой такие блоги вы сможете определять очень быстро.

**Блоги**, возраст которых менее 3х месяцев; так как к ним низкий уровень доверия у всего того же нами любимого Google; я рекомендую покупать постовые на блогах, чей возраст более полугод – поверьте, таких блогов достаточно; для определения возраста блога необходимо проанализировать такие данные, как дату регистрации домена, количество постов, дата публикации первого поста, субъективная оценка контента на блоге и т.д.; анализа этих факторов на «живом» блоге позволит сделать вывод о его возрасте.

**Блоги**, с посещаемостью ниже 50 уникальных посетителей в сутки. Конечно, это на любителя, но если на блоге 300 подписчиков, к примеру, а посещаемость 5-10 уникальных посетителей в сутки, то скорее всего такой блог создан для заработка на постовых и должного эффекта в виде позиций нам не принесет.

**Блоги**, которые имеют до 50 страниц в индексе поисковых систем. Я для себя на практике выявил именно такое число проиндексированных страниц. Если меньше, то лучше не покупать.

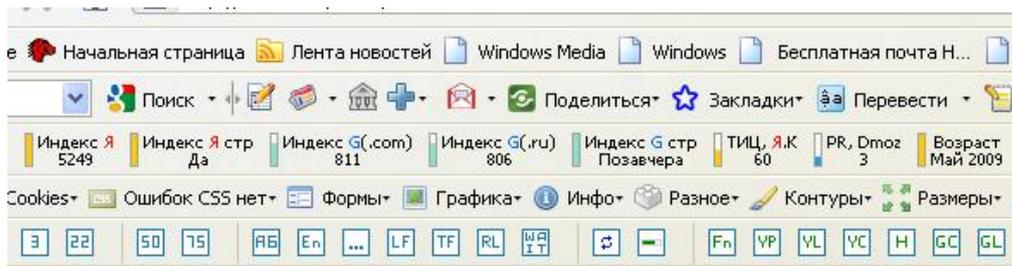
## На каких блогах стоит покупать постовые

На всех тех, которые не попадают под вышеописанные фильтры. На тех, на которых есть ТИЦ и PR. Как это ни странно, но если на блоге есть баннеры, то это один из признаков того, что блог живой, этот блог развивают, а значит он «работает», в том числе влияет и на позиции.

Обычно для принятия решения о покупке постового я действую по следующему алгоритму.

Открываю главную страницу блога и визуально смотрю, что он из себя представляет. Что за дизайн, какие показатели пузомеров, если ли твиттер, если ли виджет с последними записями и твиттера, сколько комментариев к постам, осмысленные ли они или оставлены спамерами. Это если рассматривать визуально и тратить время, хоть и немного.

Последнее время я поступаю гораздо быстрее. В FireFox у меня установлен плагин RDS ToolBar. Очень удобный плагин для оптимизатора. Нажимаю кнопку и смотрю результаты (картинка кликабельна).



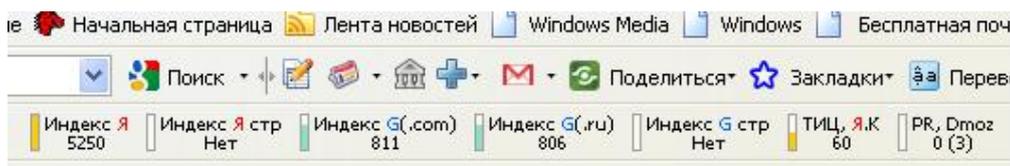
Слева направо нам для анализа как раз нужны следующие данные (слева-направо):

- количество проиндексированных страниц в yandex;
- индексация страницы ps yandex;
- количество проиндексированных страниц google.com;
- количество проиндексированных страниц google.ru;
- дата индексации страницы ps google;
- ТИЦ;
- PR;
- возраст сайта.

Начнем с конца – с возрастом сайта все понятно, (сайту) блогу год и три месяца, так что возрастной фильтр проходит.

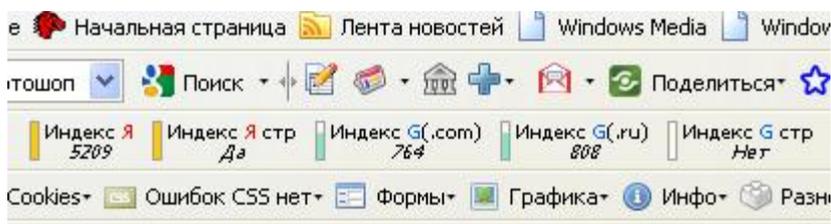
ТИЦ и PR есть, так же при наведении на соответствующие иконки в хинте (всплывающей подсказке) увидеть данные о наличии в каталогах ЯК и DMOZ.

Дальше интереснее – смотрим дату индексации главной страницы google. Позавчера, значит либо позавчера был новый пост, либо робот google позавчера посещал сайт. Смотрим на главной странице блога и публикаций за 9 августа не видно, но за 10 и 11 августа около 7 штук. Что это значит? Чтобы более точно ответить на вопрос, смотрим последний пост и «сканируем» его через RDS. Результат такой (картинка кликабельна).



Это данные по последнему опубликованному посту, страницы с которым нет в индексе Google. Это один из косвенных признаков того, что Google плохо индексирует этот сайт, а значит для размещения постовых для продвижения в Google с целью повышения позиций он нам мало пригоден.

Так получилось, что эти строки я пишу уже 12 августа, и сегодня, ради интереса решил посмотреть, что же твориться с нашим донором и его постами за 11 августа. Увидел следующее (картинка кликабельна).



Пост за вчерашний день в индексе Yandex, но никак не в индексе Google. Бежать надо с такого блога.

Продолжаем рассматривать результаты работы плагина RDS ToolBar в общем случае и смотрим на количество проиндексированных страниц в русском Google. Их должно быть. По крайней мере от 100. Как я заметил. Цифра 800 из прошлого примера говорит о том, что страницы есть и это хорошо. Индексация в англоязычном Google нам не особо интересна, если говорить про рунет, но наличие страниц «там» все же говорит в пользу положительного принятия решения о покупке постового.

Далее смотрим индексацию страницы Yandex. Смотрим посты давности 2-3 дней и наличие их в индексе Yandex. Если есть, то замечательно. Если нет, смотрим индексацию постов недельной давности. Выводы тут каждый делает сам.

Последним у нас идет количество проиндексированных страниц сайта в Yandex. Не то, чтобы чем больше, тем лучше. Но должно быть хоть как-то соизмеримо с данными Google. На примере «нашего» донора мы видим различие в 7 раз. Для примера, на terehoff.com – менее чем в два раза (1149 и 703), на [shakin.ru](http://shakin.ru) – в 2 раза (1111 и 574), [blog.dimok.ru](http://blog.dimok.ru) – чуть более чем в три раза (6034 и 1810). Мое субъективное мнение – при прочих равных условиях, если остальные доводы были только за, я выберу блог для размещения постового тот, у которого соотношение гуглостраниц и яндексостраниц меньше.

Не стоит так же забывать про старушку Alexa. Чем она меньше, что свидетельствует о трафике, преимущественно «живом» на сайте, тем лучше. Конечно, заморачиваться не стоит, но учитывать очень даже.

Постепенно в процессе работы вы соберете свой список «работающих» блогов. Чем он будет больше тем лучше. Правда справляться с сотней работающих блогов достаточно сложно. На помощь приходит RotaPost, в котором белый список блогов уже можно формировать.

## Несколько мифов, которые хотелось бы развеять

Если блог красивый и посещаемый, то постовые с него работают. *Не всегда. Если трафик поисковый, то все замечательно. Если трафик «социальный» – с разных комьюнити, социальных сетей, то надо смотреть. Например, те же блоги на платформе лиру на доменах второго уровня обладают хорошим трафиком, но позиций не поднимают.*

Google очень быстро индексирует хорошие блоги, значит позиции должны расти сразу после публикации? *Да бесспорно, новые посты в хороших блогах очень быстро индексируются. Этому еще способствуют анонсы в твиттер. Насколько я замечал, отправляю днем задания в ротапост, его оперативно выполняют и утром уже вижу рост позиций. Т.е. все равно Google требуется время на так называемый ссылочный апдейт.*

Практически нет разницы, покупать ли постовые в старых или новых постах. *Разница есть, еще раз повторюсь. Ссылка начинает свою работу, когда о ее наличии известно поисковой системе. Поисковая система знает о наличии ссылки, если та находится в кеше страницы. Подробнее об этом я писал в посте – когда начинают работать ссылки. Напомню, что в GoGetLinks вебмастера очень любят размещать ссылки на старых страницах. Эффект от таких ссылок будет, но через некоторое время и менее эффективный, нежели от публикации в новом посте.*

Будут вопросы, задавайте в комментариях. В принципе, всего того, что я перечислил выше, достаточно для принятия решения о том, покупать ли постовой на этом блоге или нет. В конечном итоге – выбор за вами. Удачи.

## Платные посты в западных блогах

*Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)*

Покупка постов на блогах дает помимо непосредственно трафика с поста еще и весомые ссылки на сайт, размещенные "навсегда".

Это работает! Пример того, что дают посты в блогах, я не так давно писал: [Промо на западных блогах](#).

1. <http://payperpost.com/>



Один из старейших сервисов в данной нише. За отдельную плату можно включить ручной апрув всех постов в блоги, а также возможность удалить уже опубликованный пост. В системе более 10 000 блогов.

2. <http://www.sponsoredreviews.com/>



Описание сервисы и ссылки на примеры есть [mym](#). Сервис, выгодно сравнивая себя с конкурентами, заявляет, что все блоги отбираются вручную, а комиссия системы всего 35%.

3. <http://www.reviewme.com/>



В зависимости от трафика на блогах цена одного обзора от \$40 до \$500.

4. <http://www.blogsvertise.com/>



Минимальная цена поста: \$4. Большинство блогов определяют цену поста в диапазоне от 5 до 30 долларов.

5. <http://www.smorty.com/>



Есть рейтинговая система для блогов с оценками до 5 "звезд". Автоматическая проверка на публикацию оплаченного поста и на то, был ли он удален после публикации. Все это позволяет бороться с нечестными блогерами.

6. <http://www.buyblogreviews.com/>



Для теста можно положить на аккаунт любую сумму - все неиспользованные деньги возвращаются рекламодателю. Цены довольно низкие.

7. <http://www.loudlaunch.com/>



## Блог на поддомене или или в папке - как лучше?

*[Автор: Jarik](#)*

**Jarik:**

Я решил оптимизировать свой фотосайт. На сайте картинок много, а текста мало – только название и описание однотипных фоток. Для увеличения контента я решил "прикрутить" блог к сайту, который бы регулярно пополнялся новыми тематическими статьями. Теперь стою перед выбором. С точки зрения оптимизации как лучше сделать блог – на поддомене `blog.site.ru` или в папке `site.ru/blog` ?

**Sevab:**

На этот счет есть много разных мнений. Выскажу свое.  
Иногда поисковики считают поддомен как отдельный сайт иногда нет.  
Как в будущем считать будут неизвестно. Но папка всегда будет частью сайта.  
Соответственно, авторитет сайта частично достанется и папке.  
Поэтому если сайт хоть маленько раскручен, то лучше блог разместить в папке.  
Знаю, что есть и другие мнения, поэтому с удовольствием их выслушаю.

**Chilie:**

Я бы тоже в папку разместил - навигацию по сайту удобнее делать.  
Да и еще несомненный плюс - можно комментировать dofollow блоги, оставляя ссылку на `site.ru/blog` - такие комментарии чаще проходят модерацию т.к ссылаются именно на **блог**, а не на сайт ненужной блоггеру тематики.

**Groger:**

Я считаю что лучше разместить на поддомене.  
А чем ссылка `блог.сайт.ру` плох? По сути ведь то же самое... только без слэша 😊  
По нагрузке сервер и по работе все одинаково.  
К тому же если поддомен дорастет до приличных показателей, его можно легко перенести на отдельный домен, чего с папкой не сделаешь.

**Chilie:**

Почему не сделаешь? Без проблем (хотя да, с яшкой небольшие проблемы будут) 😊  
Только вот зачем это делать, при старте сайта нужно просчитывать такие переносы заранее 😊

Ну а главный плюс поддомена в том, что он четко отделен от сайта (т.е например, на сайте технические работы, а форум работает, возможно даже на другом сервере). В этом главный плюс разделения разделов большого сайта на поддомены.

#### **Ghost:**

Я думаю, в Вашем случае лучше будет в категории а не в под-домене, вы же сами сказали, что делаете его только что бы "разбавить текстом картинки".

А вообще, если основной сайт не совсем соотносится с блогом (например на сайте какой-нибудь сервис), то блог нужно выносить на под-домен.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме.](#)

## Лучшие плагины Wordpress - 103 плагина

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, сегодня я поделюсь своей новой подборкой лучших плагинов Wordpress. Со времени составления предыдущего списка [84 лучших плагина Wordpress](#) прошло много времени, часть информации устарела, поэтому я решил сделать новую версию. На подготовку, систематизацию и написание этой подборки я потратил в сумме семь дней.



Список плагинов не просто обновлен. Это полностью новая подборка с учетом развития современного интернета, блогосферы и социальных сервисов. Плагины, которые давно не обновлялись и не работают в новых версиях Wordpress (пусть даже они и были популярны в прошлом), я не стал включать в подборку.

Я также не гнался за тем, чтобы поместить в эту подборку максимально большое количество плагинов - в этом нет необходимости. Для каждого пункта я просмотрел десятки плагинов и выбрал лучшие, по моему мнению.

Смысл не в том, чтобы поставить много плагинов, а в том, чтобы найти оптимальные для своих нужд. Так что пробуйте и выбирайте 🤖. Я как-то писал подробный пост [Полный гид по Wordpress](#), который подойдет всем желающим начать работу с этим блогowym движком.

Краткое содержание сегодняшней подборки: плагины для SEO, для бекапов, для безопасности, для защиты контента, для борьбы со спамом, для монетизации блога, для Twitter, Facebook и Вконтакте, другие социальные плагины, для статистики и аналитики, для удобства посетителей на блоге, для комментариев, для обратной связи с посетителями блога, плагины для изображений и галерей, для вставки аудио, видео и других файлов, для ускорения работы Wordpress, для RSS ленты, для владельца блога, а также дополнительные плагины и список ресурсов по плагинам Wordpress. Уфффф, посмотрел на содержание, и самому стало страшно 🤖.

## SEO плагины для Wordpress

1. [All in One SEO Pack](#) - это настоящая классика жанра среди плагинов для оптимизации блога Wordpress. Этот плагин позволяет оптимизировать ваш блог для поисковиков. В частности, позволяет прописывать индивидуальные метатеги title, description и keywords, что повышает ценность вашего сайта для поисковых роботов. Я считаю его обязательным для установки на любой блог.
2. [Platinum SEO Pack](#) - еще один полезный плагин для внутренней оптимизации блога на Wordpress. У него много настроек и возможностей. Например, Platinum SEO Pack умеет автоматически создавать 301 редиректы, если меняются адреса страниц, что очень удобно.
3. [SEO Ultimate](#) - хороший плагин для оптимизации Wordpress блога с большим набором функций. Позволяет оптимизировать метатеги, отслеживать битые ссылки, редактировать файлы .htaccess и robots.txt и многое другое.
4. [WordPress SEO](#) - интересный плагин для оптимизации блога для поискового продвижения.
5. [Google XML Sitemaps](#) - полезный плагин, который генерирует карту сайта в xml формате, которая помогает поисковым роботам индексировать ваш блог. После создания карты сайта советую добавить ее в панели вебмастера [Google](#) и [Яндекса](#).
6. [WP Sitemap](#) - для улучшения индексации вашего блога поисковиками (помимо карты сайта в xml формате) можно сделать карту в html формате. Плагин WP Sitemap как раз для этого и предназначен. Все предельно просто - устанавливаете плагин, создаете страницу (не пост) и помещаете на нее такой код: [wp\_sitemap]. Карта блога в html формате готова!
7. [HTML Page Sitemap](#) - для любителей создавать себе сложности и затем героически их преодолевать 🤖 есть плагин HTML Page Sitemap. Да шучу 🤖. Этот плагин тоже создает карту сайта в html формате, только у него намного больше настроек. Либо можно просто сделать страницу и поместить после активации плагина вот этот код: [html-sitemap].
8. [SEO Friendly Images](#) - кто сказал, что продвижение картинками не дает эффекта? Ладно, что-то я нервный сегодня, агрессия какая-то, надо успокоиться 🤖. Продвижение картинками становится все более перспективным. Если вы хотите получать больше посетителей с поиска по картинкам, то плагин SEO Friendly Images - то, что вам нужно. Он позволяет прописывать атрибуты alt и title к картинкам на вашем блоге.
9. [Keyword Statistics](#) - этот плагин позволяет определять плотность поисковых запросов при написании статей и помогает оптимизировать метатеги.

## Плагины Wordpress для бекапов

Регулярно делать бекапы не только полезно, но и просто необходимо. Из бекапов всегда можно быстро восстановить сайт. Искренне советую вам не пренебрегать бекапами и регулярно сохранять базу данных, изображения и файлы вашего блога.

10. [WP-DBManager](#) - многофункциональный плагин, который позволяет сохранять базу данных вашего блога, а также восстанавливать ее, удалять и добавлять таблицы. Плагин WP-DBManager разработал известный создатель плагинов Wordpress Лестер Чан. Я у него как-то брал интервью, которое вы можете почитать на досуге - [Лестер Чан, автор многих популярных плагинов Wordpress, lesterchan.net, Сунганур](#).

11. [WordPress Backup](#) - этот плагин позволяет сохранять картинки из папки uploads, файлы темы и плагины вашего блога в zip архив. Есть возможность отсылать сохраненный архив на e-mail. Если использовать плагины WP-DBManager и WordPress Backup вместе, то у вас будут все необходимые бекапы вашего блога Wordpress.

12. [WordPress EZ Backup](#) - а вот плагин, объединяющий функции двух предыдущих. Он может сохранять как базу данных вашего блога, так и файлы. Возможность настроить автоматическое сохранение бекапов прекрасно дополняет функционал этого плагина. О как сказал, даже самому нравится 😊.

13. [Online Backup for WordPress](#) - еще одно решение для создания бекапов Wordpress. Online Backup for WordPress позволяет сохранять базу данных вашего блога, а также отправлять бекап по e-mail, сохранять на рабочий стол либо отправлять на сервер разработчика, где всем желающим бесплатно предоставляется 50 Mb места.

14. [BackWPup](#) - еще один полезный плагин Wordpress для создания бекапов вашего блога. Помимо сохранения базы данных и отсылки по e-mail, есть выбор форматов бекапа - zip, tar, tar.gz, tar.bz2. BackWPup дает возможность оптимизировать и ремонтировать базу данных, а также сохранять данные блога в формате xml.

### Wordpress плагины для безопасности

Безопасность блога является важным моментом, которым не стоит пренебрегать. Плагины являются хорошим средством повышения уровня безопасности вашего блога. На 100% защитить свой блог не получится. Каждый вид защиты создает определенные препятствия и трудности у злоумышленников. Чем больше препятствий, тем лучше. Вы можете почитать мой цикл статей [Безопасность Wordpress, часть 2](#) и [часть 3](#).

15. [WP Security Scan](#) - начнем с плагинов-сканнеров. WP Security Scanner скрывает версию Wordpress, а также сканирует ваш блог на предмет различных уязвимостей, таких, как права на файлы и папки, слишком простой пароль и т.д. и дает рекомендации по их исправлению. Кроме этого, этот плагин позволяет сменить префикс у базы данных.

16. [WP Secure](#) - если по каким-либо причинам плагин не будет работать, то попробуйте этот. WP Secure просканирует ваш блог по 23 пунктам безопасности. Позволяет ограничить вход в админку и сделать его возможным только с вашего IP.

17. [BulletProof Security](#) - полезный плагин для безопасности Wordpress. BulletProof Security позволяет защищать важные файлы вашего блога (wp-config.php, php.ini и php5.ini) через файл .htaccess. Есть режим для технических работ на блоге. Выключает сообщения об ошибках, скрывает версию Wordpress и проверяет права на папки и файлы.

18. [Secure WordPress](#) - классный плагин, который убирает сообщения об ошибках на странице логина, скрывает информацию о версии блога, добавляет пустой файл index.html в папку с плагинами, чтобы никто не смог увидеть список используемых плагинов.

19. [Login LockDown](#) - записывает все неудачные попытки входа в админку вашего блога Wordpress, фиксирует IP и время, блокирует IP после трех неудачных попыток входа в течение 5 минут (можно задать другой период).

20. [WordPress File Monitor](#) - полезный плагин, который отслеживает наличие изменений в файлах вашего блога, и в случае несанкционированного редактирования, удаления или добавления файлов отправляет вам сообщение на e-mail. Этаким скромный, но полезный трудяга 🐝.

21. [AntiVirus](#) - удобный плагин для проверки вашего блога на наличие вирусов и эксплойтов. Можно настроить ежедневную автоматическую проверку с отправкой отчета вам на e-mail.

### Плагины для защиты контента

Этот момент спорный. Сам я не сторонник отключения правой кнопки мышки или возможности выделения текста - это может потребоваться и постоянным читателям вашего блога. Нет способа на 100% защитить контент вашего сайта от копирования. Если сайт выложен в интернете, желающие всегда найдут способ, как скопировать контент. Тем не менее, знаю, что для некоторых блоггеров важно защитить свой контент, поэтому для них я подобрал следующие плагины.

22. [Blog Protector](#) - этот плагин не позволяет нажимать правой мышкой на страницах вашего блога и отключает возможность выделения текста.

23. [Protection WP](#) - помимо отключения правой мышки и выделения текста, этот плагин позволяет отключать RSS ленту вашего блога. Как известно, контент часто копируют именно через RSS.

### Плагины Wordpress для борьбы со спамом

24. [Akismet](#) - один из самых популярных плагинов Wordpress, количество скачиваний которого перевалило за 4 миллиона. Бывает, что Akismet ошибочно принимает за спам нормальные комментарии, но в целом он незаменим и помогает автоматически отсеивать спам. Это один из тех плагинов, которые я ставлю в первую очередь. Кстати, автор этого плагина - сам Matt Mullenweg, создатель Wordpress.

25. [Antispam Bee](#) - дословно название этого плагина для борьбы со спамом переводится как «Антиспамовая пчела» 🐝. Он позволяет эффективно бороться с автоматическим спамом путем подмены текстового поля. Спам может быть либо удален сразу, либо просто помечен, чтобы владелец блога сам принял решение об удалении того или иного комментария.

26. [NoSpamNX](#) - эффективный плагин Wordpress для борьбы со спамом. Он удобен для пользователей, так как им не нужно вводить сложные защитные коды, и позволяет отсеивать значительную часть спама. Используется принцип подмены полей.

### Плагины Wordpress для монетизации блога

27. [iMoney](#) - интересный плагин для монетизации блога с хорошим функционалом. Работает с системами Google AdSense, Sape, TNX/XAP, Begun, Mainlink, Linkfeed, Adskape. Позволяет размещать рекламу до или после текста статьи, в виджетах или нижней части блога.

28. [AdRotate](#) - полезный плагин Wordpress, который позволяет показывать баннеры с ротацией (то есть с каждой перезагрузкой страницы на том же месте будет показываться другой баннер).

29. [All in One AdSense and YPN](#) - популярный плагин, который позволяет автоматически вставлять рекламные блоки систем рекламы Google AdSense или Yahoo Publisher Network (YPN). В настройках можно указать цвета, размеры и расположение объявлений, и блоки автоматически будут размещены во всех постах вашего блога.

30. [Easy AdSense](#) - популярный плагин для размещения контекстной рекламы Google AdSense в постах и боковой колонке блога Wordpress. Кроме этого, плагин позволяет разместить на блоге поле поиска через Google.

31. [Simple AdSense](#) - простой и удобный плагин для вставки рекламных блоков Google AdSense на блоге. Владельцу блога предоставляются несколько полей для вставки контекстной или другой рекламы, которые затем можно поместить в нужном месте постов в виде коротких кодов вида [adsense\_id="1"].

32. [s2Member](#) - очень интересный плагин, который подходит для заработка на англоязычных блогах. Он позволяет делать часть материалов вашего блога доступной только для посетителей, которые оплатили доступ через систему PayPal. Можно задать 4 вида платных подписчиков, а также указать период оплаты - от ежедневной до ежегодной.

33. [WP e-Commerce](#) - этот плагин позволяет добавить корзину покупок на ваш блог.

### Плагины Wordpress для Twitter

Сервис микроблоггинга Twitter становится все более популярным. Его нужно обязательно использовать, если вы ведете свой блог. Это позволит получать дополнительных посетителей и анонсировать материалы вашего блога. Ссылки с твиттера очень быстро индексируются поисковиками. Вы можете почитать мои статьи по твиттеру - [Как сделать автоответчик для Твиттера](#), [Мои новые наработки в Твиттере](#) и [Лучшие Twitter клиенты + бонус](#).

34. [Xhanch - My Twitter](#) - популярный плагин, который позволяет отображать ваши сообщения с твиттера на вашем блоге. Поддерживает несколько аккаунтов и имеет много настроек. Xhanch - My Twitter легок и быстр, так как имеет свою систему кеширования.

35. [Clever Tweet](#) - интересный плагин Wordpress для Твиттера, который тоже позволяет отображать ваши сообщения на блоге, но делает это с красивой анимацией на jQuery. Наверняка вы встречали подобный эффект на блогах, когда сообщения с Твиттера сами прокручиваются. Можно задавать интервал прокрутки, включать и выключать ретвиты и т.д. Есть кэш для снижения нагрузки на хостинг.

36. [Tweet This](#) - популярный плагин, который позволит добавить кнопку ретвита в посты на вашем блоге Wordpress.

37. [TweetMeme Button](#) - еще один плагин, который добавляет кнопку ретвита в материалы Вашего блога, а также в RSS ленте. Можно реализовать кнопку ретвита в RSS и без плагина, если воспользоваться статьей Сергея Фещукова [Добавляем кнопку ReTweet в RSS-ленту без плагинов](#).

38. [WP-Twitter Retweet Button](#) - если вам больше нравятся официальные кнопки ретвита от Twitter, то установите этот плагин. В нем есть все необходимые настройки.

39. [Tweet Tweet](#) - интересный плагин, который позволяет сохранять ваши сообщения на твиттере, а также сообщения из вашей тви-ленты в базу данных вашего блога Wordpress.

40. [TweetUpdater](#) - если нет желания вручную настраивать публикацию анонсов ваших постов на блоге в твиттере через сервис Feedburner (что можно сделать по [этой статье](#), нужная информация идет после фразы «Перенаправляем RSS ленту блога через сервис Feedburner»), то это можно реализовать с помощью этого плагина.

### Плагины Wordpress для Facebook

Facebook активно набирает популярность в рунете. Если вы ведете блог, то советую завести аккаунт в этой социальной сети и создать страницу вашего блога. По Facebook я писал следующие посты - [Как сделать страницу Facebook для привлечения посетителей на сайт](#) и [Как добавить Facebook на свой сайт](#).

41. [WP-FacebookConnect](#) - позволяет пользователям оставлять комментарии на вашем блоге с помощью авторизации на Facebook. Следует учесть, что комментарии не будут сохраняться в базу данных вашего блога.
42. [Facebook Comments for WordPress](#) - этот плагин - аналог предыдущего, он тоже позволяет посетителям комментировать на вашем блоге с помощью аккаунта Facebook.
43. [Share On Facebook](#) - этот плагин размещает в постах вашего блога кнопки добавления в Facebook, чтобы посетители могли делиться понравившимися им материалами в этой социальной сети.
44. [Like](#) - этот плагин позволяет разместить другую кнопку для добавления в Facebook - Like (или «Мне нравится»). Есть все нужные настройки.
45. [Facebook Fan box](#) - удобный плагин для того, чтобы отображать блок ваших друзей на вашем блоге. Это позволяет всем желающим присоединиться к вам на Facebook в один клик.

### Wordpress плагины для Вконтакте

По Вконтакте я писал пост [Как добавить Вконтакте на свой сайт](#), так что можете его почитать.

46. [VKontakte Share Button](#) - полезный плагин Wordpress, с помощью которого можно вставить кнопку добавления ваших статей в социальную сеть Вконтакте. Можно настроить тип кнопки, горизонтальное и вертикальное расположение, отображение в постах и/или на страницах, задать тип описания и указать ссылку на логотип вашего блога.

### Другие социальные плагины Wordpress

47. [BuddyPress](#) - популярный плагин, который позволяет создать социальную сеть на базе блога Wordpress. Функционал включает в себя возможность регистрации пользователей, создание групп, ведение блогов пользователей, личные сообщения, ленты активности и многое другое. Для BuddyPress создано много плагинов, которые можно найти на [этой странице](#). Есть [сайт русскойязычной версии BuddyPress](#) и переведенные на русский [плагины](#).
48. [Social Profiles Widget](#) - это плагин, который позволяет выводить иконки со ссылками на ваши профили в различных социальных сетях.
49. [AddThis](#) - один из самых популярных сервисов кнопок добавления в социальные сервисы [Addthis.com](#) (кстати, предлагаемые на нем скрипты подойдут для сайтов на любых движках) предлагает свой плагин Wordpress. Что замечательно - среди почти трех сотен предлагаемых кнопок социальных сервисов есть Вконтакте.
50. [Share and Follow](#) - хороший плагин для вставки кнопок добавления в социальные сервисы на Ваш блог. Можно выбирать желаемый тип кнопок, есть много настроек. Такие кнопки можно сделать и без плагинов, для этого воспользуйтесь моей статьей [Как добавить кнопки социальных сервисов на свой блог](#).
51. [Social Media Widget](#) - еще один плагин, который позволяет разместить на вашем блоге кнопки добавления в социальные сервисы. Можно выбрать из 3 размеров кнопок, 4 стилей оформления и 4 эффектов анимации.

### Плагины Wordpress для статистики и аналитики

52. [WP-log-robots](#) - отличный плагин, который позволяет отслеживать, когда и какой поисковый робот посетил ваш блог, а также какие страницы вашего блога он посетил. Вся информация записывается в обычном текстовом файле.

53. [Google Analytics for WordPress](#) - известный плагин для работы с системой статистики Google Analytics. Позволяет комплексно анализировать статистику посещений своего блога.

54. [WP-Stats-Dashboard](#) - очень интересный плагин для анализа статистики. Его особенность в том, что владельцу блога показывается статистика в социальных сервисах, начиная от графика с динамикой роста числа фолловеров на Твиттере и заканчивая данными по отдельным ключевым словам.

### **Wordpress плагины для удобства посетителей на блоге**

Я выделил ряд плагинов, которые хорошо подходят для создания удобства посетителей на вашем блоге, в отдельный пункт.

55. [Loginza](#) - удобный плагин для того, чтобы посетители могли авторизовываться на вашем блоге с помощью аккаунтов на популярных сервисах Вконтакте, Facebook, Twitter, MyOpenID, Google и т.д.

56. [WP-PageNavi](#) - плагин для создания постраничной навигации на блоге Wordpress. По умолчанию на Wordpress такой функции нет. WP-PageNavi позволяет реализовать постраничную навигацию, чтобы страницы блога получили номера 1, 2, 3, 4 и т.д. Я советую поставить этот плагин, так как постраничная навигация удобна для посетителей.

57. [GD Star Rating](#) - популярный плагин рейтинга постов на вашем блоге, чтобы посетители могли оценивать ваши материалы. Есть множество всевозможных настроек.

58. [Subscribe to Comments Now!](#) - плагин, который дает возможность посетителям подписываться на комментарии к интересующей их статье по e-mail. Есть опция подписки без комментирования.

59. [Yet Another Related Posts Plugin](#) - плагин для автоматического вывода похожих статей на вашем блоге. Я многократно убеждался, что если размещать в конце каждой статьи список похожих, то это увеличивает количество просмотров страниц и время, которые посетители будут проводить на вашем блоге.

60. [Related Posts Thumbnails](#) - замечательный плагин, который тоже выводит похожие посты, только с картинками. В итоге эффект по просмотру страниц на вашем блоге увеличивается.

61. [SyntaxHighlighter Evolved](#) - если вам необходимо публиковать примеры кодов на своем блоге, то советую установить этот плагин для подсветки синтаксиса. В результате посетителям будет намного удобнее изучать предлагаемый вами код.

62. [WordPress Popular Posts](#) - замечательный плагин, который выводит список самых популярных постов на вашем блоге, что дает возможность посетителям сразу увидеть ваши лучшие материалы.

63. [Most Commented Widget](#) - еще один полезный плагин, который выводит список самых комментируемых статей на вашем блоге.

64. [WP-Polls](#) - хотите делать опросы посетителей на своем блоге? Тогда вам нужен плагин WP-Polls.

65. [PollDaddy Polls & Ratings](#) - другой плагин Wordpress для создания опросов посетителей на своем блоге. Есть все необходимые настройки.

66. [GTranslate](#) - плагин, который позволит посетителям переводить ваши статьи на любой из предлагаемых 58 языков. По статистике это охватывает 98% пользователей интернета в мире.

67. [Better Tag Cloud](#) - позволяет не только выводить красивое облако тегов, но и гибко настраивать его. Есть множество настроек от цвета и размера до того, чтобы задавать свой стиль оформления и не отображать определенные теги в облаке.

68. [Configurable Tag Cloud](#) - еще один плагин Wordpress для облака тегов с хорошим функционалом.

69. [Breadcrumb NavXT](#) - популярный плагин для создания навигации в стиле «хлебные крошки», которая не только удобна для посетителей, но и положительно влияет на внутреннюю перелинковку блога. «Хлебные крошки» выглядят так - *Главная-Категория-Название поста*.

### Плагины Wordpress для комментариев

70. [Disqus Comment System](#) - плагин от популярного сервиса комментариев Disqus. Эта система заменяет стандартные комментарии Wordpress и делает их более удобными как для комментаторов (им не нужно каждый раз заполнять имя и e-mail), так и для владельца блога. При этом все комментарии сохраняются в базу данных вашего блога, поэтому в любой момент этот плагин можно отключить, и комментарии будут отображаться в стандартном виде.

71. [IntenseDebate Comments](#) - плагин комментариев от другой известной системы - Intense Debate. Также расширяет возможности дефолтной системы комментариев Wordpress и синхронизирует все комментарии с базой данных. Как и у Disqus, владелец блога может отвечать на комментарии по e-mail, что очень удобно.

73. [Greg's Threaded Comment Numbering](#) - плагин для нумерации древовидных комментариев.

74. [Top Commentators Widget](#) - если вы хотите стимулировать посетителей к комментированию, то можете разместить в боковой колонке список самых активных комментаторов с помощью этого плагина.

75. [Dofollow](#) - еще один плагин для увеличения количества комментариев на вашем блоге. Он позволяет сделать ссылки на сайты комментаторов открытыми для индексации поисковиками, убрав атрибут `rel="nofollow"`. Это сделает ваш блог более привлекательным для комментаторов, которые будут получать индексируемую ссылку на свой сайт. При этом нужно учесть, что увеличивается количество ручного спама.

76. [CommentLuv](#) - популярный в англоязычном интернете плагин, который выводит ссылку на последний пост комментатора.

### Плагины для обратной связи с посетителями блога

Получение обратной связи от посетителей своего сайта является важным моментом для многих вебмастеров.

77. [Cforms](#) - очень хороший и удобный плагин для создания контактной формы на вашем блоге. Я пользуюсь именно этим плагином. Настроек очень много, но разобраться в них достаточно просто.

78. [Contact Form 7](#) - еще один популярный плагин для создания формы обратной связи на блоге Wordpress. Одновременно простой и функциональный, есть все необходимые настройки для создания нужной контактной формы.

79. [Fast Secure Contact Form](#) - плагин контактной формы с множеством настроек и защитой от ботов. Впрочем, капча (защитный код) есть во всех приведенных мной плагинах для обратной связи.

### Плагины Wordpress для изображений и фотогалерей

80. [NextGEN Gallery](#) - этот плагин для создания галереи изображений на блоге входит в топ 10 самых скачиваемых плагинов Wordpress. В нем есть масса настроек для создания нужной вам галереи фотографий. Можно настроить различные эффекты при смене изображений, можно автоматически накладывать водяные знаки, создавать слайдшоу и многое другое. Демо галереи можно увидеть на [cajme](#)

[разработчика](#), в правой колонке можно перейти на различные варианты оформления, причем на страницах с примерами будут даны коды, необходимые для создания того или иного варианта.

81. [3D Carousel Menu FX](#) - плагин для создания очень эффектной трехмерной «карусели» из изображений. Демо можно посмотреть на [этой странице](#). Лучше один раз увидеть 😊.

82. [Page Flip Image Gallery](#) - с помощью этого плагина создается стильная галерея изображений с эффектом перелистывания страниц. Смотрится просто замечательно! Чего я пишу, лучше сами [посмотрите](#) 😊.

83. [WordPress Content Slide](#) - этот плагин позволяет создавать красивое слайдшоу из ваших изображений. Картинки будут сами меняться. Вот [демо одного из вариантов](#).

### Плагины для вставки аудио, видео и других файлов

84. [Smart YouTube](#) - отличный плагин для вставки видеороликов с Youtube. Позволяет настраивать нужный размер окна видео и задавать цвет плеера.

85. [Video Embedder](#) - удобный плагин для вставки видео с популярных видеосервисов на свой блог. Несмотря на то, что он давненько не обновлялся, он работает и в новых версиях Wordpress.

86. [WordPress Video Plugin](#) - если не заработает предыдущий, поставьте этот. Он тоже поддерживает десятки популярных видеосервисов и позволяет легко вставлять видео на свой блог.

87. [Google Doc Embedder](#) - чем больше форматов в преподнесении материала на вашем блоге вы будете использовать, тем лучше. Посетители любят разнообразие. Плагин Google Doc Embedder позволит вам легко вставлять документы в формате DOC, DOCX, PDF, TIFF, а также презентации в PPT и PPS. Для этого лишь нужно предварительно загрузить их на сервис [Google Документы](#).

88. [Allow Word/Powerpoint/Excel file uploads](#) - не желаете пользоваться Google Документами, но все равно хотите публиковать «вордовские» файлы и презентации на своем блоге? К вашим услугам этот плагин, который позволит загружать материалы с вашего компьютера прямо на блог. Помимо файлов DOC, DOCX, PPT, PPTX, этот плагин поддерживает таблицы Excel (XLS и XLSX).

89. [WPaudio MP3 Player](#) - популярный плагин для вставки аудио файлов и подкастов для Wordpress блоггеров. Простой и удобный аудиоплеер с удобным интерфейсом. Есть поддержка стандарта HTML5 для iPhone, iPad, Android и мобильных браузеров.

90. [podPress](#) - один из самых известных плагинов Wordpress для подкастеров. С его помощью можно не только размещать подкасты на своем блоге, но и отслеживать статистику скачиваний по графикам.

91. [Blubrry PowerPress Podcasting plugin](#) - этот плагин разработан специально для подкастеров. Поддерживает следующие форматы: mp3, m4a, ogg, wma, ra, mp4a, m4v, mp4v, mpg, asf, avi, wmv, flv, swf, mov, divx, 3gp, midi, wav, aa, pdf, torrent, m4b, m4r. На выбор есть несколько стильных аудиоплееров. Поддерживается iTunes.

### Плагины для ускорения работы Wordpress

К сожалению, с каждой новой версией Wordpress становится все более требователен к ресурсам, создавая повышенную нагрузку на хостинг. Из всех решений я использую платный [скрипт кеширования Макса](#), который позволил значительно сократить нагрузку на сервер.

92. [WP Super Cache](#) - популярный плагин кеширования Wordpress. Этот плагин генерирует статические HTML файлы из динамических страниц вашего блога, что позволяет снижать нагрузку на сервер. Можно включать полное или частичное кеширование.

93. [Hyper Cache](#) - другой пример решения для снижения нагрузки Wordpress на хостинг. Как написал разработчик, он создал этот плагин специально для хостингов с ограниченными ресурсами. Есть три вида кеширования - полное, только постов и только главную и страницы архивов.

94. [Quick Cache](#) - еще один плагин кеширования Wordpress, который позволяет уменьшить нагрузку на хостинг. Есть все настройки, необходимые для работы.

### Плагины Wordpress для RSS ленты

95. [RSS Footer](#) - полезный плагин, который позволяет выводить список похожих материалов после поста в RSS ленте, что в итоге дает больше переходов на ваш блог.

96. [FD Feedburner Plugin](#) - плагин для подключения RSS ленты вашего блога к сервису Feedburner.

### Плагины Wordpress для владельца блога

97. [Broken Link Checker](#) - это полезный плагин для владельца блога, который позволяет находить неработающие ссылки, изображения и редиректы и выводит информацию об этом в панели администратора либо отправляет уведомление по e-mail.

98. [All in One Webmaster](#) - полезный плагин для владельца блога, который позволяет работать с Google, Bing, Alexa, Yahoo, Facebook и BlogCatalog. Есть удобная опция добавления карты сайта в Google, Bing, Yahoo и Ask.

99. [Simple Tags](#) - популярный плагин, который позволяет удобно работать с тегами на вашем блоге. Есть весь функционал, который только можно придумать для работы с тегами.

100. [Redirection](#) - очень полезный плагин, который позволяет легко настраивать редиректы со старых страниц на новые. Нужно лишь указать адрес старой и новой страниц, виде редиректа (например, 301), и нажать Ок. Все созданные редиректы можно просматривать и менять при необходимости.

### Дополнительно

101. [Article Directory](#) - если вы хотите сделать каталог статей на базе Wordpress блога, то можете воспользоваться этим плагином от Димокса. Он идет в комплекте с шаблоном, что позволяет сделать полноценный каталог статей.

102. [Visitor Maps and Who's Online](#) - наверняка вы видели, что на некоторых блогах в боковой колонке выводится маленькая карта мира и на ней отмечаются места, откуда зашли посетители на этот блог. Этот плагин позволит вам ~~стать властелином мира~~ наблюдать, из каких стран заходят на ваш блог 🌐.

103. [WPtouch](#) - плагин, который разработан для трансформации вашего блога в приложение для iPhone. Для того, чтобы посмотреть, как это будет выглядеть, можете посмотреть [скриншоты](#). Автор этого плагина в следующей версии планирует сделать поддержку iPad.

### Ресурсы по плагинам Wordpress

[Plugin Directory](#) - официальный сайт с плагинами Wordpress (англ). Самая большая подборка плагинов в интернете.

[Русифицированные плагины WordPress](#) - качественный русскоязычный ресурс с плагинами для Вордпресс.

[WordpressPlugins.ru](#) - еще один полезный сайт с хорошим выбором плагинов на русском языке.

[Плагины на WordpressInside.ru](http://WordpressInside.ru) - полезный блог не только по плагинам, но и по Wordpress в целом от Александра Годосийчука. Много подробных и полезных материалов.

Если у Вас возникнут вопросы по Wordpress, рекомендую форум <http://forum.maxsite.org/>, на котором мне всегда помогали советом.

## Внутренняя поисковая оптимизация блога на WordPress, установка и настройка плагина All in One SEO Pack

*Автор: Дмитрий KtoNaNovenkogo*

Пользователям WordPress очень повезло, т.к. для этого движка имеется масса замечательных плагинов, с помощью которых осуществляется **поисковая оптимизация сайта (SEO)**. Рассмотренный нами ранее WP плагин [Google XML Sitemaps](#) позволяет существенно ускорить индексацию материалов вашего блога поисковыми системами, а плагин **All in One SEO Pack для WordPress**, о котором я и собираюсь рассказать в этой статье, поможет нам увеличить трафик (количество посетителей) с поисковых систем.



А поисковый трафик является самым желанным для любого проекта, ибо он стабилен и для его поддержания не надо будет постоянно анонсировать свои материалы в различных социальных сетях и сервисах, как это происходит при SMO (Social Media Optimization - привлечение посетителей с социальных медиа). Но для того, чтобы получить на свой сайт постоянный и высокий поисковый трафик, вам придется заняться [внутренней поисковой оптимизацией контента](#) на вашем проекте.

### Внутренняя поисковая оптимизация сайта

Кто бы что не говорил, но трафик с поисковиков является главным источником посетителей для любого ресурса, и стоит постараться сделать его как можно большим. Если рассматривать такое понятие, как *внутренняя поисковая оптимизация сайта* (то, что мы можем оптимизировать на самом вебсайте), то самым весомым аргументом, учитываемым поисковиками, в пользу вашего сайта, может служить

**заголовок страницы - Title.** Если он составлен грамотно и в него включены ключевые слова, по которым вы хотите занять высокую позицию в поисковой выдаче, то и количество посетителей с поисковиков будет высоким.

Правда тут следует учесть, что *meta-тег Title* является самым весомым аргументом при оценке [релевантности](#) (степень соответствия запроса и найденного, то есть уместность результата) странички вашего вебсайта поисковому запросу, но не единственным. Для успешного продвижения в поисковых системах нужно учитывать все нюансы, на которые обращают внимание поисковики, а именно, *по мере убывания важности для поисковиков*:

- прописать в HTML коде оптимизируемых страниц сайта нужные **мета-теги**
  - **заголовок страницы Title** - самый важный мета-тег, в который следует включать одно или несколько (но не перегибать палку) ключевых слов, по которым вы хотите продвигать данную страничку
  - мета-тег **DESCRIPTION** - не влияет на ранжирование вашей странички в поисковиках, но на первых порах, может ими использоваться в качестве [сниппета в поисковой выдаче](#) (сниппет находится под ссылкой вашего ресурса в поисковой выдаче и представляет из себя кусочек текста, выбранный поисковиком (как правило, с выделенным запросом пользователя), как отражающий суть вебстраницы, на которую ведет ссылка)
  - мета-тег **KEYWORDS** - на данный момент не учитывается поисковиками, но возможно, что поисковикам может не понравиться, если слова, прописанные в `keywords`, не будут найдены ими на странице. Поэтому, если вы будете добавлять этот мета-тег, то позаботьтесь о корректности прописываемых в нем слов
- **теги акцентирования**
  - **заголовки на странице** (теги H1, H2 и т.д.), в которых опять же должны присутствовать ключевые слова из Title страницы
  - **выделение** тех же ключевых слов и словосочетаний **жирным или курсивом** в тексте страницы (**теги STRONG и EM**). Выделять лучше в начале текста, но опять же не переусердствуйте. Не нужно выделять все ключевые слова, имеющиеся в тексте. Достаточно выделить один раз слово и один раз словосочетание с этим ключевым словом. И так для всех ключевых слов в этом текстовом материале.
- **атрибуты ALT и Title для тега картинок IMG** - обязательно прописывайте и включайте в них ключевые слова, по которым ваш вебсайт может быть найден в поиске по картинкам Яндекса или Google.
- правильная [внутренняя перелинковка страниц](#) - поисковики, при определении [статического веса](#) той или иной вебстраницы вашего ресурса, учитывают не только внешние ссылки на них (с других вебсайтов), но и внутренней ссылки (со страниц вашего же ресурса). Стоит очень серьезно подойти к написанию текста ссылок (анкоров или атрибута `title` из состава [HTML тега ссылки](#), если, например, ссылка ведет с картинки и анкера не имеет) ведущих с разных вебстраниц сайта на главную. Следует отразить в этих ссылках все **ключевые слова**, по которым вы хотите продвинуть главную страничку вашего ресурса

Как в тексте материалов создавать заголовки с помощью тегов H1 - H6, а также выделять нужные слова жирным или курсивом, я думаю вы умеете. Если нет, то почитайте об этом в статье [Теги акцентирования \(H1 - H6, STRONG, EM\) - улучшаем внутреннюю оптимизацию сайта](#). Здесь же поясню для тех, кто не знает что такое мета-теги, как их посмотреть и настроить.

**Мета-теги** - специальные команды, прописываемые в начале каждой странички вебсайта. Вариантов мета-тегов достаточно много, но все они прописываются в области между [открывающим и закрывающим тегом HEAD](#). Посмотреть их можно, щелкнув правой кнопкой мыши в окне браузера и выбрав пункт контекстного меню "Исходный код" (Opera), либо "Исходный код страницы" (Firefox), либо "Просмотр кода страницы" (Google Chrome), либо "Просмотр HTML-кода" (IE).

В верхней части окна исходного кода ищите нужные вам мета-теги. Например, так:

```
<Title>HTML для начинающих: типы верстки, теги, атрибуты, параметры атрибутов,  
1 определение цвета на экране | KtoNaNovenkogo.ru - все для начинающих вебмастеров |  
Создание и продвижение сайтов, блогов, форумов, интернет-магазинов, заработок на  
сайте</Title>
```

2

```
<meta name="description" content="Создать качественный веб-проект без базовых знаний по  
3 HTML и CSS, даже используя современные CMS (системы управления сайтами) невозможно. Теги,  
атрибуты, параметры." />
```

```
4 <meta name="keywords" content="html, css, php, mysql - изучение и применение на практике"  
/>
```

й

Как вы можете видеть, для страниц моего блога действует следующее правило для *формирования заголовка страницы Title*: сначала в нем идет название материала, а затем, через знак "|", идет название блога. Такой способ формирования Title считается оптимальным.

Естественно, в названии материала вы должны использовать ключевые слова для продвижения этой статьи, а в название всего проекта - включить ключевое слово для продвижения всего сайта. Теперь пора переходить к тому, как собственно реализовать внутреннюю поисковую оптимизацию применительно к WordPress (у меня есть так же статья про организацию [правильной внутренней перелинковки в WordPress](#)), и в этом нам поможет упомянутый выше **плагин All in One SEO Pack**.

Более подробно о внутренней поисковой оптимизации (SEO) WordPress читайте здесь - [Внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO\): подбор и выделение ключевых слов, проверка тошноты страницы, оптимальный Title, дублирование контента, перелинковка](#).

## Плагин All in One SEO Pack - увеличиваем поисковый трафик для блога на WordPress

Для начала плагин нужно скачать и установить на WordPress. [Скачать All in One SEO Pack](#) или же прямо отсюда: [скачать All in One SEO Pack](#). Установка плагина на Вордпресс ничем не отличается от традиционной:

- распаковываем архив с WP плагином all-in-one-seo-pack.zip
- полученную в результате распаковки папку с файлами плагина all-in-one-seo-pack закидываем в папку, предназначенную для установки плагинов wp-content/plugins/ на сервере хостинга. Для этого нужно подключиться к серверу по протоколу FTP, например, способом, описанным в посте [Как настроить доступ к серверу хостинга по FTP с помощью программы FileZilla](#).
- далее входим в [админку WordPress](#) и выбираем вкладку "Плагины"- "Inactive"
- находим строку с WP плагином All in One SEO Pack и жмем на "Активировать"

## Настройки плагина All in One SEO Pack в админке WordPress

Теперь переходим в админке WordPress в окно настроек этого WP плагина - Настройки -> **All in One SEO Pack**. Для активации плагина All in One SEO Pack нужно поставить галочку напротив "Enabled" в поле "Plugin Status". Если вы будете автоматически обновлять этот WP плагин через админку Вордпресс, то может понадобится опять поставить эту галочку, т.к. бывает, что она сбрасывается.

В следующих трех полях "Home Title", "Home Description" и "Home Keywords (comma separated)" настроек плагина All in One SEO Pack вам нужно будет задать *вид заголовка Title главной страницы*, а так же мета-тега Description и Keywords для все той же главной страницы WordPress. Для моего WP блога эти поля выглядят так:

Home Title:	<a href="#">KtoNaNovenkogo.ru</a> - все для начинающих вебмастеров   Создание и продвижение сайтов, блогов, форумов, интернет-магазинов, заработок на сайте
Home Description:	Доступно о создании сайта, форума, блога или интернет-магазина, их продвижении и заработке. Подробно о <a href="#">Joomla</a> , <a href="#">SMF</a> , <a href="#">SEO</a> , <a href="#">WordPress</a> , <a href="#">HTML</a> , <a href="#">CSS</a> , <a href="#">VirtueMart</a> , хостинге и
Home Keywords (comma separated):	сайты <a href="#">Joomla</a> , форумы <a href="#">SMF</a> , блоги <a href="#">WordPress</a> , интернет-магазин <a href="#">virtuemart</a> , продвижение сайтов

## Новый тег Canonical, предназначенный для удаления дубликатов страниц из индекса поисковиков

Галочка в поле "Canonical URLs" в окне настроек плагина All in One SEO Pack позволяет **избежать дублирования контента WordPress** (содержимого материалов вашего проекта) в индексе некоторых поисковиков. Давайте сначала рассмотрим откуда может появиться дублирование контента в Вордпресс. А появится оно может в том случае, если один и тот же материал вашего вебсайта будет доступен по разным адресам (URL).

Например, если вы [используете в WordPress тег MORE](#) для разделения текста материала на вступительную часть, публикуемую на главной и полную версию, открываемую либо по нажатию на заголовок материала, либо по нажатию на ссылку, формируемую с помощью тега MORE (например, Читать далее...).

Так вот, при щелчке в WP блоге по заголовку материала, полная его версия откроется по одному адресу, а при щелчке по ссылке "Читать далее" - по другому адресу (отличаться они будут только надписью типа #more-2788 в конце URL адреса). Во втором случае статья откроется на том месте, где она закончилась на главной странице Вордпресс блога(где стоял тег more). В принципе, можно применить хак и убрать в настройках движка WordPress добавление #more-2788 к адресу ссылки, но тогда статья будет открываться сначала, что мне кажется не очень удобным для читателя (придется искать то место, где он закончил чтение на главной).

Но есть альтернативный вариант решения проблемы дублирования контента в WordPress, при котором и волки будут сыты и овцы останутся целы. Выход из создавшейся ситуации придумала компания Google, анонсировав в начале этого года новый тег **Canonical**, о поддержке которого сразу же заявили Yahoo и Microsoft. Таким образом, если ваш ресурс имеет идентичный или очень похожий контент, доступный по разным URL, то новый тег позволит **указать тот URL, который должен возвращаться к поисковой системе**. При этом все характеристики, такие как ссылочный вес и тому подобное, передадутся на нужную версию адреса.

Добавляем тег *Canonical* для указания нужной версии URL, между открывающим и закрывающим тегами HEAD в HTML коде вебстраниц с дублированным контентом. В результате Google, Yahoo и Microsoft поймут, что все дубликаты ссылаются на канонический URL, указанный в теге Canonical. Дополнительные свойства вебстраницы, такие как [PageRank](#), также перенесутся с дублированных страниц на указанную.

В качестве примера приведу вид этого мета-тега Canonical для странички с материалом моего WP блога, на которую я перешел по ссылке "Читать далее". В адресной строке я при этом вижу адрес: <http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/veb-obzor-vypusk-2.html#more-2338>, но в исходном коде, сформированном WordPress, (в верхней его части) можно найти строчку:

```
1 <link rel="Canonical" href="http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/veb-obzor-vypusk-2.html" />
```

Она говорит поисковым системам, понимающим тег Canonical, какой именно адрес данной статьи считать каноническим (для моего случая это <http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/veb-obzor-vypusk-2.html>). По-моему отличное нововведение, которое, пожалуй, омрачает лишь тот факт, что этот тег Canonical пока не поддерживается Яндексом, а это значит, что проблема дублирования контента для этого поисковика по прежнему открыта.

**Благодаря плагину All in One SEO Pack для WordPress** проблема дублирования контента в индексе Google, Yahoo и Bing решается простой установкой галочки "Canonical URLs", которая, кстати, по умолчанию уже включена. Но теперь вы знаете что такое тег Canonical и зачем нужно.

## Настройка заголовков всех страниц в WordPress (мета-тег Title) в плагине All in One SEO Pack

Продолжим разбираться с настройками плагина для WordPress - All in One SEO Pack. Если вы установите галочку "Rewrite Titles" в настройках этого WP плагина, то сможете настраивать для различных типов вебстраниц в WordPress вид заголовков Title в соответствии с правилами, описанными в приведенных ниже полях.

Rewrite Titles:	<input checked="" type="checkbox"/>
Post Title Format:	<input type="text" value="%post_title%   %blog_title%"/>
Page Title Format:	<input type="text" value="%page_title%   %blog_title%"/>
Category Title Format:	<input type="text" value="%category_title%   %blog_title%"/>
Archive Title Format:	<input type="text" value="%date%   %blog_title%"/>
Tag Title Format:	<input type="text" value="%tag%   %blog_title%"/>
Search Title Format:	<input type="text" value="%search%   %blog_title%"/>
Description Format:	<input type="text" value="%description%"/>
404 Title Format:	<input type="text" value="Ничего не найдено по адресу %request_words%"/>
Paged Format:	<input type="text" value="- Part %page%"/>

Вся прелесть плагина All in One SEO Pack для WordPress в том, что вам практически ничего не надо менять в его настройках по умолчанию, чтобы получить максимальный эффект. Я ничего пока не менял в приведенных на рисунке полях, но вы можете вносить изменения по своему разумению и видению лучшего варианта (пользуясь случаем, хочу спросить у вас: есть мнение, что Яндекс не учитывает слова в тайтле после символа "|" - так ли это на самом деле?)

Установленная галочка в поле "Use Categories for META keywords" в настройках плагина All in One SEO Pack разрешает добавлять название категории Вордпресс в мета-тег keywords для постов из этой категории. Мне кажется это лишним. Галочка в поле "Use Tags for META keywords", аналогично предыдущему пункту, разрешает добавлять в мета-тег keywords теги данного поста.

Тоже мне кажется лишним, но решать вам. Установленная галочка в поле "Dynamically Generate Keywords for Posts Page" означает, что вам не нужно будет каждый раз при написании поста вводить ключевые

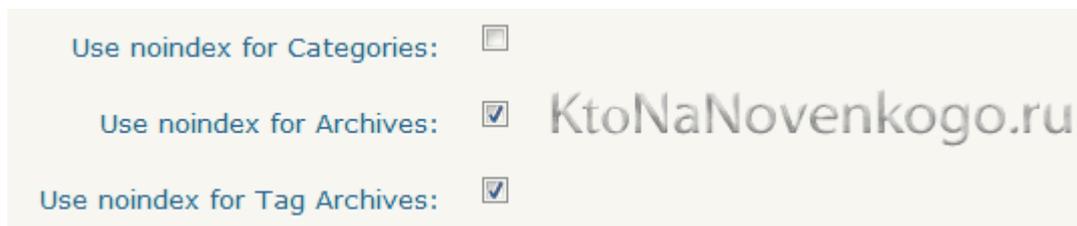
слова, т.к. в это случае содержимое мета-тега `keywords` для постов будет формироваться в WordPress автоматически.

## Боремся с дублированием контента в WordPress, запрещая индексацию архивов тегов, категорий или временных архивов в плагине All in One SEO Pack

Поля "Use noindex for Categories", "Use noindex for Archives", "Use noindex for Tag Archives" в настройках плагина All in One SEO Pack - позволяют **бороться с дублированием контента WordPress блога** в индексе поисковых машин. Вы можете запретить индексацию либо категорий WP, либо архивов, либо тегов. Индексация запрещается автоматически, при помощи добавления между тегами HEAD исходного HTML кода [мета-тега ROBOTS](#) следующего содержания:

```
1 <meta name="robots" content="noindex,follow" />
```

Снимать галочки со всех трех пунктов в настройках плагина All in One SEO Pack я бы не советовал, т.к. в результате, в индекс поисковиков может попасть много похожих по содержанию веб-страниц. Лично я пока что разрешил индексацию только категорий в WordPress, а индексацию архивов тегов и временных архивов запретил.



В связи с тем, что я запретил индексацию поисковыми системами архивов *тегов в WordPress*, пришлось убрать со всех страниц WP блога ссылки на веб-страницы этих тегов. В противном случае, статический вес (PageRank) утекал бы безвозвратно на эти не индексируемые поисковиками страницы WP тегов. Обратите на это внимание.

Галочка в поле «**Autogenerate Descriptions**» в настройках плагина All in One SEO Pack активирует автоматическую генерацию мета-тега Description, если вы не задали его вручную, при написании статьи в админке WordPress. Содержимое для этого мета-тега берется из поля «Цитата», если оно было заполнено, или из начальной части текста. Я бы не советовал включать эту опцию в настройках All in One SEO Pack. Лучше создавать каждый раз вручную отдельное описание (Description) для материала при его написании.

Установка галочки в поле "Capitalize Category Titles" в настройках All in One SEO Pack сделает все слова в названии категории WordPress написанными с большой буквы (например, Joomla - Создание Сайтов). Мне вроде это не за чем. Честно говоря, не экспериментировал с полями "Exclude Pages", "Additional Post Headers", "Additional Page Headers", "Additional Home Headers". Судя по всему, в первое поле нужно ввести через запятую веб-страницы, на которые не должно распространяться действие этого WP плагина, а три последующих позволяют что-то добавить в шапку соответствующих страниц Вордпресс блога.

Последняя опция **в настройках All in One SEO Pack** - "Log important events", позволяет включить ведение лога, файл которого будет сохраняться в папку плагина. Все настройки плагина All in One SEO Pack, используемого в WordPress для SEO оптимизации контента, закончились. Не забудьте для их сохранения нажать на кнопку "Update options" внизу окна настроек WP плагина.

## Возможность прописать для каждой статьи в WordPress свои значения мета-тегов Title, Description и Keywords, с помощью плагина All in One SEO Pack

Теперь, благодаря плагину All in One SEO Pack, при написании статьи у вас будет возможность, при желании, указать для нее уникальное содержимое мета-тегов "Title", "Description" и "Keywords". Это

можно будет сделать в админке WordPress в соответствующем окне под названием "**All in One SEO Pack**", которое вы можете найти **в окне редактирования материала** (при желании, вы можете его перетащить за верхнюю полосу в любое удобное для вас место в окне редактирования).

**All in One SEO Pack**

[Click here for Support](#)

**Title:**

**Description:**

0 characters. Most search engines use a maximum of 160 characters for the description.

**Keywords (comma separated):**

**Disable on this page/post:**

Я обычно заполняю только поле мета-тега "Description", т.к тот тайтл, что генерирует этот WP плагин, меня вполне устраивает.

Вы так же можете ознакомиться с другими материалами связанными с [работой и настройкой блога на WordPress](#), а так же с материалами, посвященными [плагином для блога на WordPress](#).

## SEO в phpBB3

[Автор: vladimir1983](#)

Есть замечательный и бесплатный движок форума phpBB3. На него можно найти практически любой МОД(МОД - модификация вашего форума phpBB, которая добавляет функциональность, изначально отсутствующую в стандартной комплектации phpBB).

Есть такой МОД **phpBB SEO Ultimate SEO URL** для создания ЧПУ на форуме вида ...forum/topic26...forum/forum20.html

Это самый мощный по функционалу и гибко настраиваемый из SEO МОДов.

Из минусов, МОД достаточно сложен в установке, конфликтует с некоторыми МОДами а с некоторыми несовместим, после его установки сильно затрудняет дальнейшую модификацию.

У кого есть опыт оптимизации phpBB прошу Вас отписаться тут, как Вы оптимизировали phpBB?

Ну и вопрос к Админу, **Sevab** вы сделали транслитерацию на SMF, возможно ли такое на phpBB?

Очень большая и интересная тема. Советую ее полностью [почитать здесь на форуме](#).

## SMF: Удаляем мусорные слова

[Автор: Игорь Иванов \(Sevab\)](#)

Не для кого не секрет что гораздо удобнее **отображение времени на форуме** с функциями «Сегодня» и «Вчера», а также с указанием месяца для более ранних дат. Так легче отслеживать свежесть сообщений.

Но как к таким не ключевым словам относятся поисковые боты? Ведь они засоряют страницу, сбивая поисковики с основной мысли документа. Особенно это относится к главной странице форума. Есть предположение что они их не учитывают. Но это наверняка не известно 🤖.

Предлагаю следующую форму борьбы со словами-паразитами.

Наша задача состоит в том чтобы боты и незарегистрированные пользователи видели время в формате **17-11-2010, 00:46:44**. То есть не было лишних слов паразитов.

А зарегистрированные пользователи должны видеть время в следующем формате:

Цитировать

**Сегодня** в 02:48

**Вчера** в 20:29

**13 Ноябрь** 2010, 23:45:13

Чтобы добиться этого делаем следующее.

1) Панель админа => Характеристики и настройки => Настройки => Формат времени по умолчанию.

Ставим **%d-%m-%Y, %T**

2) Панель админа => Характеристики и настройки => Настройки отображения => Разрешить функцию "Сегодня". Выбираем «Сегодня и Вчера».

3) Открываем файл **/Sources/Subs.php** и заменяем:

Код:

```
// Today and Yesterday?  
if ($modSettings['todayMod'] >= 1 && $show_today === true)  
{  
    // Get the current time.  
    $nowtime = forum_time();  
}
```

на:

Код:

```
// Today and Yesterday?  
if ($modSettings['todayMod'] >= 1 && $show_today === true &&  
(!$context['user']['is_guest']))  
{  
    $user_info['time_format'] = '%d %B %Y, %H:%M:%S';  
    // Get the current time.  
    $nowtime = forum_time();  
}
```

**Все!** 😊

Теперь у вас время на форуме будет отображаться также как и на этом. Можете предварительно посмотреть зайдя на этот форум одним браузером как зарегистрированный пользователь, а другим как не зарегистрированным.

Эта фишка поможет избежать замусоривания страниц (особенно главной) форума нужными для удобства, но бесполезными с точки зрения **SEO**, словами.

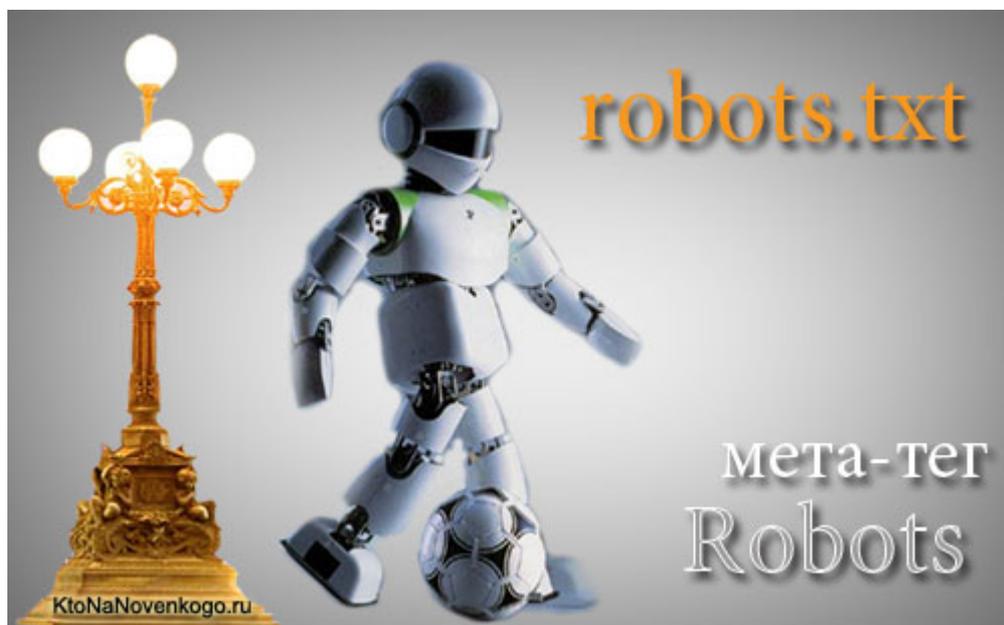
Что в свою очередь поможет вам подняться по низко и средне частотным запросам.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Улучшаем индексацию сайта поисковиками – Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress

[Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo](#)

Для продвижение вашего сайта важно не только его уникальное наполнение, но и то, **как индексируется ваш сайт**. Надо очень четко понимать, что не все содержимое сайта (файлы и директории), созданного на каком-либо движке (Joomla, SMF или WordPress), должно быть доступно для индексирования. Если не прописать определенные правила поведения для [ботов поисковых систем](#), то в индекс поисковиков попадет множество страниц, не имеющих отношения к содержимому сайта, а также может произойти многократное **дублирование** информации (по разным ссылкам будет доступен один и тот же материал сайта), что поисковики не любят.



### Для чего нужен файл robots.txt, как его можно посмотреть для любого сайта, блога, форума

Для того, чтобы задать правила поведения для поисковых ботов используется **файл robots.txt**. С его помощью мы сможем влиять на процесс индексации сайта. Robot.txt представляет из себя обычный текстовый файл, который вы сможете создать, и в дальнейшем редактировать, в любом текстовом редакторе (например, Notepad++). Поисковый робот будет искать этот файл в корневом каталоге вашего сайта и если не найдет, то будет индексировать все до чего сможет дотянуться.

Поэтому после написания требуемого файла robots.txt (все буквы в названии должны быть в нижнем регистре - без заглавных) его нужно [сохранить в корневую папку сайта](#), так чтобы он был доступен по такому адресу: [http://vash\\_site.ru/robots.txt](http://vash_site.ru/robots.txt) (например, мой файл robots.txt доступен по адресу <http://ktonanovenkogo.ru/robots.txt>).

Кстати, если вы хотите узнать как выглядит файл robots.txt того или иного сайта, то достаточно будет дописать к адресу главной страницы этого сайта /robots.txt. Это может быть полезно для определения наилучшего варианта для вашего файла robots.txt, но при этом надо учитывать, что для разных

сайтовых движков оптимальный файл robots.txt будет выглядеть по разному. Поэтому если вы хотите определиться с **лучшим вариантом файла robots.txt**, допустим для форума на SMF, то и изучать файлы robots.txt нужно для форумов, построенных на этом движке.

## Составные части (директивы) и правила написания файла robots.txt

Файл robots.txt имеет совсем не сложный синтаксис, который очень подробно описан, например, в [Яндексе](#). Обычно, в файле robots.txt указывается для какого поискового робота предназначены описанные ниже директивы (директива 'User-agent'), сами разрешающие ('Allow') и запрещающие директивы ('Disallow'), а также еще активно используется директива 'Sitemap' для указания поисковику, где именно находится файл карты сайта.

Еще полезно указать в файле robots.txt какое из зеркал вашего сайта является главным в директиве 'Host'. Если даже у вашего сайта нет зеркал, то полезно будет указать в этой директиве, какой из вариантов написания вашего сайта является главным с www или без него. Т.к. это тоже является своего рода зеркалированием. Об этом я подробно рассказывал в этой статье: [Домены с www и без www — история появления, использование 301 редиректа для их склеивания](#).

Теперь поговорим немного о **правилах написания файла robots.txt**. Директивы в файле robots.txt имеют следующий вид:

- 1 <поле> : <пробел><значение><пробел>
- 2 <поле> : <пробел><значение><пробел>

**Правильный файл robots.txt** должен содержать хотя бы одну директиву «Disallow» после каждой записи «User-agent». Пустой файл robots.txt предполагает разрешение на индексирование всего сайта.

## Указание названия поискового робота в директиве User-agent

**Директива «User-agent»** должна содержать название поискового робота. При помощи этой директивы можно указать каждому конкретному поисковому роботу, какие страницы сайта индексировать, а какие нет. Пример написания директивы «User-agent», адресованной всем поисковым ботам зашедшим на ваш сайт, выглядит так:

```
1 User-agent : *
```

Если вы хотите в директиве «User-agent» задать условия индексирования только для какого то одного поискового робота, например, Rambler, то нужно написать так:

```
1 User-agent : StackRambler
```

Робот каждой поисковой системы имеет своё название (например, для рамблера это StackRambler), как в приведенном выше примере. Здесь я приведу **список наиболее часто встречаемых поисковых роботов**, самых известных поисковиков:

01 Google	<a href="http://www.google.com">http://www.google.com</a>	Googlebot
02 Yahoo!	<a href="http://www.yahoo.com">http://www.yahoo.com</a>	Slurp (или Yahoo! Slurp)
03 AOL	<a href="http://www.aol.com">http://www.aol.com</a>	Slurp
04 MSN	<a href="http://www.msn.com">http://www.msn.com</a>	MSNBot
05 Live	<a href="http://www.live.com">http://www.live.com</a>	MSNBot
06 Ask	<a href="http://www.ask.com">http://www.ask.com</a>	Teoma
07 AltaVista	<a href="http://www.altavista.com">http://www.altavista.com</a>	Scooter
08 Alexa	<a href="http://www.alexa.com">http://www.alexa.com</a>	ia_archiver

09 Lycos	<a href="http://www.lycos.com">http://www.lycos.com</a>	Lycos
10 Яндекс	<a href="http://www.ya.ru">http://www.ya.ru</a>	Yandex
11 Рамблер	<a href="http://www.rambler.ru">http://www.rambler.ru</a>	StackRambler
12 Мэйл.ру	<a href="http://mail.ru">http://mail.ru</a>	Mail.Ru
13 Aport	<a href="http://www.aport.ru">http://www.aport.ru</a>	Aport
14 Вебальта	<a href="http://www.webalta.ru">http://www.webalta.ru</a>	WebAlta (WebAlta Crawler/2.0)

У крупных поисковых систем иногда кроме основных поисковых ботов имеются также отдельные боты для индексации блогов, новостей, изображений и т.д. Много информации по разновидностям поисковых роботов вы можете почерпнуть на [этом ресурсе](#).

## Примеры использования директив (User-agent, Disallow, Host, Sitemap) в файле robots.txt

Приведу несколько простых примеров файла robots.txt с объяснением его действий.

1. Приведенный ниже код для файла robots.txt разрешает всем поисковым ботам индексировать весь сайт. Это задается пустой директивой Disallow.

```
1 User-agent: *
2 Disallow:
```

2. Следующий код, напротив, запрещает всем поисковикам индексировать сайт. Устанавливает это директива Disallow с "/" в поле значения.

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /
```

3. Такой файл robots.txt будет запрещать всем поисковикам индексировать содержимое каталога /image/ (<http://mysite.ru/image/> - путь к этому каталогу)

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /image/
```

4. В приведенном ниже примере, для индексирования будут запрещены директория «image», а так же все файлы и директории, начинающиеся с символами «image», т. е. файлы: «image.htm», «images.htm», директории: «image», «images1», «image34» и т. д.):

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /image
```

5. При описании путей для директив Allow-Disallow можно использовать символы '\*' и '\$', задавая, таким образом, определенные логические выражения. Символ '\*' означает любую (в том числе пустую) последовательность символов. Следующий пример запрещает всем поисковикам индексацию файлов с расширением ".aspx":

```
1 User-agent: *
2 Disallow: *.aspx
```

Во избежания возникновения неприятных проблем с зеркалами сайта ([Домены с www и без www — история появления, использование 301 редиректа для их склеивания](#)), рекомендуется добавлять в файл robots.txt директиву Host, которая указывает роботу Яндекса на главное зеркало вашего сайта ([Директива Host позволяющая задать главное зеркало сайта для Яндекса](#)). По правилам написания robots.txt в записи для

User-agent должна быть хотя бы одна директива Disallow (обычно ставят пустую, ничего не запрещающую):

```
1 User-agent: Yandex
2 Disallow:
3 Host: www.site.ru
```

либо

```
1 User-agent: Yandex
2 Disallow:
3 Host: site.ru
```

в зависимости от того что для вас оптимальнее.

**Директива Sitemap** указывает на местоположение карты сайта в формате .xml. В качестве параметра указывается путь к файлу, включая http://. Например:

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

## Назначение и синтаксис мета-тега Robots

Существует **альтернативный способ** сообщить роботам поисковиков о том, можно ли индексировать данную конкретную страницу или нет. Для этого внутри тега "HEAD" нужной страницы, прописывается **МЕТА-тег "Robots"** и так повторяется для всех страниц, к которым нужно применить то или иное правило индексации. Пример применения мета-тега:

```
1 <html>
2 <head>
3 <meta name="robots" content="noindex,nofollow">
4 <meta name="description" content="Эта страница ....">
5 <title>...</title>
6 </head>
7 <body>
8 ...
```

В этом случае роботы всех поисковых систем должны будут забыть об индексации этой страницы (об это говорит noindex в мета-теге) и анализе размещенных на ней ссылок (об этом говорит nofollow) .

Существуют только две пары директив: [no]index и [no]follow. **Index** указывают, может ли робот **индексировать страницу**. **Follow** - может ли он **следовать по ссылкам со страницы**. Значения по умолчанию – "index" и "follow". Есть также укороченный вариант написания с использованием "all" и "none", которые обозначают активность всех директив или, соответственно, наоборот: all=index, follow и none=noindex, nofollow.

Для блога на WordPress вы сможете настроить мета-тег Robots, например, с помощью плагина All in One SEO Pack - [Боремся с дублированием контента в блоге на WordPress, запрещая индексацию архивов тегов, категорий или временных архивов в плагине All in One SEO Pack](#)

Ну все, с теорией покончено и пора переходить к практике, а именно, к составлению оптимальных файлов robots.txt для Joomla, SMF и WordPress. Но об этом уже [во второй части статьи](#).

[Вторая часть:](#)

Файл **robots.txt** в купе с [мета-тегом Robots](#) позволяют указать поисковым системам **какие страницы сайта индексировать**, а какие нет.



К тому же, у проектов, созданных на основе какого-либо движка (Joomla, WordPress, SMF и др), имеется множество вспомогательных файлов не несущих никакой информативной нагрузки. Если не запретить индексацию всего этого мусора в *robots.txt*, то время, отведенное поисковыми системами на индексацию вашего сайта, будет тратиться на перебор [поисковыми ботами](#) файлов движка на предмет поиска в них информационной составляющей. В этом случае, времени на полноценную **индексацию сайта** может не остаться.

## Как запретить индексацию поисковыми системами дубликатов на сайте через **robots.txt**

Кроме того, следует стремиться к уникальности контента на своем проекте и не следует допускать дублирования контента (информационного содержимого) вашего сайта в индексе поисковых систем. Дублирование может возникнуть в том случае, если один и тот же материал будет доступен по разным адресам. Поисковые системы, проводя индексацию сайта, обнаружат дубли и, возможно, примут меры к некоторой пессимизации вашего ресурса.

Если ваш проект создан на основе какого-либо движка (Joomla, SMF, WordPress), то *дублирование контента* будет иметь место возможно с высокой вероятностью, а значит нужно с ним бороться, в том числе и **с помощью запрещающих индексацию директив файла robots.txt**.

Например, в WordPress, страницы с очень похожим содержимым, могут попасть в индекс поисковика если разрешена индексация содержимого рубрик, содержимого архива тегов и содержимого временных архивов. Но если с помощью **мета-тега Robots запретить индексацию** архива тегов и временного архива (можно теги оставить, а запретить индексацию содержимого рубрик), то дублирования контента не возникнет. Для этой цели в WordPress лучше всего будет воспользоваться возможностями [плагина All in One SEO Pack](#).

Еще сложнее с дублированием контента обстоит дело в форумном движке SMF. Если не производить тонкую **настройку индексации сайта поисковиками в robots.txt**, то в индекс поисковых систем попадут многократные дубли одних и тех же постов. В Joomla иногда возникает проблема с дублированием контента обычных страниц и их копий, предназначенных для печати.

Robots.txt предназначен для задания глобальных правил запрета индексации в целых директориях, либо в файлах и директориях, в названии которых присутствуют заданные символы (по маске). Примеры задания таких правил вы можете посмотреть в первой статье этой серии: [Назначение и синтаксис файла robots.txt](#).

Для запрета индексации поисковыми системами одной единственной страницы, удобно использовать мета-тег Robots, который прописывается в шапке (между тегами HEAD) нужной страницы. Подробно о синтаксисе мета-тега Robots можно почитать здесь: [Назначение и синтаксис мета-тега Robots](#). Для запрета индексации внутри страницы можно использовать тег NOINDEX, но он, правда, поддерживается только поисковой системой Яндекс.

## Включение директивы Host в файл robots.txt для Яндекса

Теперь давайте рассмотрим конкретные примеры robots.txt, предназначенного для разных движков - Joomla, WordPress и SMF. Естественно, что все три файла robots.txt, созданные для разных движков, будут существенно (если не сказать кардинально) отличаться друг от друга. Правда, будет во всех этих robots.txt один общий момент и момент этот связан с поисковой системой Яндекс.

Т.к. в рунете поисковик Яндекс имеет достаточно большой вес, то нужно учитывать все нюансы его работы, то для корректной индексации сайта Яндексом нужно добавить директиву Host в файл robots.txt. Эта директива, в явной форме, укажет Яндексу главное зеркало вашего сайта. Более подробно почитать об этом вы можете здесь: [Директива Host, позволяющая задать главное зеркало сайта для Яндекса](#).

Для указания директивы Host советуют использовать отдельную директиву User-agent в файле robots.txt, предназначенную только для Яндекса (User-agent: Yandex). Это связано с тем, что остальные поисковые системы могут не понимать директиву Host и, соответственно, ее включение в директиву User-agent, предназначенную для всех поисковиков (User-agent: \*), может привести к негативным последствиям.

Как обстоит дело на самом деле - сказать трудно, ибо [алгоритмы работы поисковиков](#) - это вещь в себе, поэтому лучше сделать в robots.txt все так, как советуют. Но в этом случае в файле robots.txt вам придется дублировать в директиве User-agent: Yandex все те правила, что вы задали в директиве User-agent: \*. Если вы оставите директиву User-agent: Yandex с пустой директивой Disallow:, то таким образом вы в robots.txt разрешите Яндексу индексировать все содержимое сайта.

Прежде чем перейти к рассмотрению конкретных вариантов файла robots.txt, хочу вам напомнить, что проверить работу своего файла robots.txt вы можете в панелях вебмастеров поисковых систем. О том, как это сделать, вы можете почитать в материалах этой рубрики - [Панели для вебмастеров в поисковых системах](#).

## Правильный robots.txt для форума на движке SMF (Simple Machines Forum)

Для форума на движке SMF правильным будет файл robots.txt следующего содержания (взят с форума технической поддержки SMF из [этой темы](#)):

```
01 User-agent: *
02 Allow: /forum/*sitemap
03 Allow: /forum/*arcade
04 Allow: /forum/*rss
05 Disallow: /forum/attachments/
06 Disallow: /forum/avatars/
07 Disallow: /forum/Packages/
08 Disallow: /forum/Smileys/
09 Disallow: /forum/Sources/
10 Disallow: /forum/Themes/
11 Disallow: /forum/Games/
```

```
12 Disallow: /forum/*.msg
13 Disallow: /forum/*.new
14 Disallow: /forum/*sort
15 Disallow: /forum/*topicseen
16 Disallow: /forum/*wap
17 Disallow: /forum/*imode
18 Disallow: /forum/*action
19
20 User-agent: Slurp
21 Crawl-delay: 100
```

Обратите внимание, что этот robots.txt приведен для того случая, когда ваш форум SMF установлен в директории forum основного сайта. Если форум не стоит в директории, то просто удалите из всех правил /forum. Авторы данного варианта файла robots.txt для форума на движке SMF говорят, что он даст максимальный эффект, если вы не будете активировать на своем форуме дружественные URL (ЧПУ).

Дружественные URL в SMF можно активировать или деактивировать в админке форума, пройдя по следующему пути: в левой колонке админки выбираете пункт "Характеристики и настройки", в нижней части открывшегося окна находите пункт "Разрешить дружественные URL", где можете поставить или снять галочку.

Еще один **правильный файл robots.txt для форума SMF** (но, наверное, еще не окончательно оттестированный):

```
01 User-agent: *
02 Allow: /forum/*sitemap
03 Allow: /forum/*arcade # если не стоит мод игр, удалить без пропуска строки
04 Allow: /forum/*rss
05 Allow: /forum/*type=rss
06 Disallow: /forum/attachments/
07 Disallow: /forum/avatars/
08 Disallow: /forum/Packages/
09 Disallow: /forum/Smileys/
10 Disallow: /forum/Sources/
11 Disallow: /forum/Themes/
12 Disallow: /forum/Games/
13 Disallow: /forum/*.msg
14 Disallow: /forum/*.new
15 Disallow: /forum/*sort
16 Disallow: /forum/*topicseen
17 Disallow: /forum/*wap
18 Disallow: /forum/*imode
19 Disallow: /forum/*action
20 Disallow: /forum/*prev_next
21 Disallow: /forum/*all
22 Disallow: /forum/*go.php # либо тот редирект что стоит у вас
23 Host: www.мой сайт.ru # указать ваше главное зеркало
24
25 User-agent: Slurp
26 Crawl-delay: 100
```

Как вы можете видеть в этом robots.txt, директива host, предназначенная только для Яндекса, включена в директиву User-agent для всех поисковиков. Я бы, наверное, все-таки добавил **отдельную директиву User-agent в robots.txt только для Яндекса**, с повтором всех правил. Но решайте сами.

Правило:

```
1 User-agent: Slurp
2 Crawl-delay: 100
```

связано с тем, что поисковая система Yahoo (Slurp - это имя его поискового бота) сканирует ваш сайт в много потоков, что может негативно сказаться на его производительности. В этом правиле robots.txt, директива Crawl-delay, позволяет задать поисковому роботу Yahoo минимальный период времени (в секундах) между концом закачки одной страницы и началом закачки следующей. Это позволит снять нагрузку на сервер **при индексации сайта поисковой системой Yahoo**.

Для удаления из индекса поисковиков версий для печати страниц форума SMF рекомендуют проделать, описанные ниже операции (для их осуществления понадобится открыть некоторые файлы движка на редактирование - [Как открыть файл вашего сайта на редактирование с помощью программы FileZilla](#)). В файле Sources/Printpage.php находите (например, с помощью встроенного поиска в Notepad++) строку:

```
1 fatal_lang_error(472, false);
```

Вставляете сразу под ней:

```
1 $context['robot_no_index'] = true;
```

В файле Themes/название\_вашей\_темы\_оформления/Printpage.template.php находите строку:

```
1 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=', $context['character_set'],
1 ' " />
```

Вставляете ниже нее следующую строку:

```
1 <meta name="robots" content="noindex" />
```

Если вы так же хотите, чтобы в версии для печати была ссылка для перехода на полную версию форума (в случае, если часть страниц для печати уже попали в индекс поисковиков), то в том же файле Printpage.template.php вы находите строку с открывающим тегом HEAD:

```
1 <head>
```

И вставляете ниже строку:

```
1 <a href="http://www.мой сайт.ru/">На форум</a>
```

Получить больше информации по этому варианту файла **robots.txt для форума SMF** вы можете, почитав [эту ветку](#) русскоязычного форума поддержки SMF.

## Правильный robots.txt для сайта на Joomla

Рекомендованный файл **robots.txt для Joomla** выглядит так:

```
01 User-agent: *
```

```
02 Disallow: /administrator/  
03 Disallow: /cache/  
04 Disallow: /components/  
05 Disallow: /images/  
06 Disallow: /includes/  
07 Disallow: /installation/  
08 Disallow: /language/  
09 Disallow: /libraries/  
10 Disallow: /media/  
11 Disallow: /modules/  
12 Disallow: /plugins/  
13 Disallow: /templates/  
14 Disallow: /tmp/  
15 Disallow: /xmlrpc/
```

В принципе, здесь практически все учтено и работает этот **файл robots.txt для Joomla** хорошо, запрещая индексацию поисковыми системами того, что индексировать не следует. Единственное, в этот правильный robots.txt следует добавить отдельное правило User-agent: Yandex для вставки директивы Host, определяющей главное зеркало сайта для Яндекса, а так же **указать в robots.txt путь к файлу Sitemap**. Поэтому в окончательном виде **правильный robots.txt для Joomla**, по-моему мнению, должен выглядеть так:

```
01 User-agent: *  
02 Disallow: /administrator/  
03 Disallow: /cache/  
04 Disallow: /includes/  
05 Disallow: /installation/  
06 Disallow: /language/  
07 Disallow: /libraries/  
08 Disallow: /media/  
09 Disallow: /modules/  
10 Disallow: /plugins/  
11 Disallow: /templates/  
12 Disallow: /tmp/  
13 Disallow: /xmlrpc/  
14  
15 User-agent: Yandex  
16 Disallow: /administrator/  
17 Disallow: /cache/  
18 Disallow: /includes/  
19 Disallow: /installation/  
20 Disallow: /language/  
21 Disallow: /libraries/  
22 Disallow: /media/  
23 Disallow: /modules/  
24 Disallow: /plugins/  
25 Disallow: /templates/  
26 Disallow: /tmp/  
27 Disallow: /xmlrpc/  
28 Host: vash_sait.ru  
29
```

30 Sitemap: [http://vash\\_sait.ru/index.php?option=com\\_xmap&sitemap=1&view=xml&no\\_html=1](http://vash_sait.ru/index.php?option=com_xmap&sitemap=1&view=xml&no_html=1)

Да, еще обратите внимание, что во втором варианте файла `robots.txt` для Joomla нет директивы `Disallow: /images/`, **запрещающей индексацию картинок вашего сайта**. Я забыл сначала акцентировать ваше внимание на этом, но мне об этом напомнил уважаемый **Alex**, написавший следующее:

В Joomla не правильно закрывать от индексации поисковыми системами папку Images. Закрыв ее от индексации в `robots.txt`, вы не будете участвовать в поиске по картинкам Яндекс и Google. А если у вас еще и изображения уникальные, так вы будете терять еще один весомый аргумент, для показа поисковикам, что ваш проект интересный

Полностью с ним согласен в том, что если изображения, используемые на вашем проекте уникальные, и вы хотите, чтобы посетители находили ваш сайт еще и с поиска по картинкам от Яндекс и Google, то обязательно удалите это правило из своего файла `robots.txt`, но так же не забывайте прописывать всем вашим изображениям атрибуты Alt и Title ([Для участия ваших изображений в поиске по картинкам Яндекса и Google прописываем теги ALT и TITLE](#)). Именно по ключевым словам, прописанным в этих атрибутах и будут приходить целевые посетители на ваш проект с поиска по картинкам Яндекс и Google.

При создании интернет магазина для Joomla на основе компонента VirtueMart я столкнулся с тем, что в индекс поисковой системы стали попадать версии для печати страниц этого самого магазина. Кнопка, ведущая на страницу для печати, была необходима (заказчик так хотел), поэтому оставался только вариант с **запрещением индексации страниц для печати в `robots.txt`**.

Но все оказалось совсем не сложно. Дело в том, что для создания версии для печати в Joomla используется такой же адрес страницы, за исключением одного: обращение идет не к файлу `index.php`, а к файлу `index2.php`. При этом не осуществляется загрузка шаблона Joomla, т.е. выводится только содержимое страницы на весь экран. Поэтому, для запрещения индексации версий страниц для печати в VirtueMart, я **добавил в файл `robots.txt` для Joomla** следующее правило:

```
1 Disallow: /index2.php?page=shop
```

Вы тоже можете добавлять свои правила в `robots.txt`, но после этого обязательно **проверьте `robots.txt`** - достигли ли вы желаемого результата. Для это используйте соответствующие [инструменты панелей вебмастеров поисковиков](#).

## Правильный `robots.txt` для блога на WordPress

Не буду приводить пример **файла `robots.txt` для WordPress**, который рекомендуют разработчики. Вы и сами можете его посмотреть. Многие блогеры вообще не ограничивают роботов поисковых систем в индексации их блогов на WordPress. Чаще всего в WordPress блогах можно встретить файл `robots.txt` автоматически заполненный плагином Google XML Sitemaps ([Установка и настройка плагина для WordPress Google XML Sitemaps для создания карты сайта в формате XML — для поисковых систем](#)), в котором присутствует лишь ссылка на адрес карты сайта для WordPress-блога, созданной этим плагином.

Но, по-моему, все-таки следует **запретить индексацию в `robots.txt`** тех файлов вашего блога на WordPress, которые не имеют отношения к информационный составляющей. Во-первых, на это уйдет много времени у поискового бота и может совсем не остаться времени для индексации статей на вашем блоге под управлением WordPress. Во-вторых, индексация всего того мусора, что вы поленитесь **запретить в `robots.txt` для индексации в WordPress**, будет создавать довольно приличную нагрузку на сервер, а у WordPress и без этого есть с этим проблемы ([Оптимизируем блог на WordPress для снижения его нагрузки на сервер хостинг-провайдера](#)).

Поэтому, здесь я приведу в **правильный robots.txt** для блога на WordPress, а вам уже решать, использовать его в таком виде, использовать свой вариант robots.txt для WordPress или же не использовать robots.txt вообще:

```
01 User-agent: *
02 Disallow: /cgi-bin
03 Disallow: /wp-admin
04 Disallow: /wp-includes
05 Disallow: /wp-content/plugins
06 Disallow: /wp-content/cache
07 Disallow: /wp-content/themes
08 Disallow: /trackback
09 Disallow: */trackback
10 Disallow: */*/trackback
11 Disallow: */*/feed/*/
12 Disallow: */feed
13 Disallow: /*?*
14
15 User-agent: Yandex
16 Disallow: /cgi-bin
17 Disallow: /wp-admin
18 Disallow: /wp-includes
19 Disallow: /wp-content/plugins
20 Disallow: /wp-content/cache
21 Disallow: /wp-content/themes
22 Disallow: /trackback
23 Disallow: */trackback
24 Disallow: */*/trackback
25 Disallow: */*/feed/*/
26 Disallow: */feed
27 Disallow: /*?*
28 Host: ktonanovenkogo.ru
29
30 Sitemap: http://ktonanovenkogo.ru/sitemap.xml.gz
31 Sitemap: http://ktonanovenkogo.ru/sitemap.xml
```

Пока что индексация блога при таком варианте файла robots.txt для WordPress меня полностью устраивает. Но запрет на индексацию определенных страниц блога задаются не в этом файл, а с помощью **мете-тега Robots**. Он у меня используется для запрета индексации страниц с архивом тегов и временным архивом.

Для того, чтобы прописать этот тег я не прибегал к правке кода файлов движка WordPress. В этом не было необходимости, т.к. все это можно осуществить простой установкой или снятием галочек в соответствующих пунктах чудесного **плагина для WordPress - All in One SEO Pack** ([Установка и настройка плагина All in One SEO Pack](#)).

## Пузомерки, ТИЦ, PageRank и т.д. Поднимаем рейтинг сайта

Этот раздел посвящен обсуждению рейтинга сайта, что на него влияет, от чего зависит и методам поднятия этих показателей.

### ТИЦ - что эффективно для его увеличения?

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Вчера прошел очередной апдейт ТИЦ. Я поделюсь с вами своими наблюдениями по этому поводу.



Я монитору изменения ТИЦ на нескольких десятках сайтов. Также провожу эксперименты на нескольких своих сайтах с различными способами увеличения ТИЦ, а также тестирую на них разные способы продвижения и их сочетания.

Вообще иметь несколько экспериментальных сайтов - замечательная штука. Я считаю, что только с помощью проб и ошибок можно найти эффективные способы продвижения. Практически никто не поделится с вами действительно ценной информацией - все приходится изучать самому. Поэтому лучше

делать эксперименты на своих сайтах, чем пытаться, к примеру, найти нужную информацию в разделах для новичков на форумах - там сколько людей, столько и мнений, и найти истину практически невозможно. Читать, конечно, надо, но не стоит этим увлекаться - надо работать самому. Что-то опять меня унесло в сторону от темы 😊

Вернемся к тИЦу. Сейчас я приведу примеры сайтов, какие работы на них велись (использовались только белые методы) и как изменился тИЦ за последний ап. Повышение позиций я сегодня не рассматриваю - это тема отдельной статьи. Наполнение контентом указанных сайтов было в обычном режиме, то есть резких изменений в ноябре по контенту не было.

Автомобильный сайт. В ноябре продвигался платными статьями (на \$200, ручное размещение, биржа статей [Миралинкс](#), биржа статей [Сеозавр](#)), покупались ссылки в основном с тематических сайтов с тИЦ 50-650 на [cane](#) (\$240, страницы 2 уровня вложенности, домены 2 уровня, не более 4 внешних ссылок), добавление в социальные закладки и прогон 4 статей по бесплатным каталогам статей, был большой прирост естественных ссылок. тИЦ вырос с 420 до 460.

Региональный портал стройматериалов. За последний месяц покупались нетематические ссылки на [cane](#) (в сумме на \$150, покупались дешевые ссылки стоимостью до \$0,1, страницы 2 и 3 уровня вложенности, домены 2 и 3 уровня), прогон по 400 доскам объявлений, добавление в социальные закладки. тИЦ уменьшился с 240 до 190.

Женский онлайн журнал. Покупались ссылки на [блогуне](#) (\$120), был обмен ссылками с 4 другими женскими сайтами, платное размещение статей на женских сайтах из яндекс каталога (\$60, ручное размещение), платное размещение статей (\$50, биржа статей [Сеозавр](#)), 2 пресс-релиза добавлены в [каталоги пресс-релизов](#), 2 статьи были добавлены в каталоги статей, добавление внутренних страниц в социальные закладки, прирост естественных ссылок. тИЦ вырос с 60 до 110.

Музыкальный блог. Покупались ссылки на [блогуне](#) (\$100), платное размещение постов в музыкальных сообществах на livejournal.com (\$40), регистрация в каталогах, добавление в англоязычные социальные закладки, добавление в англоязычные социальные сети (сразу чувствую вопросы, мол, тИЦ с них не передается. Все прекрасно передается, если правильно скормить яндексу нужные страницы - не аддурилкой, конечно). тИЦ вырос с 130 до 170.

Медицинский блог. В ноябре никаких работ не было. В июне были закуплены ссылки в блогуне и сайт был зарегистрирован в каталогах. Количество внешних ссылок в ноябре не увеличилось. тИЦ вырос с 20 до 30. Думаю, для того, чтобы по ссылкам начал нормально передаваться тИЦ (да и ссылочный вес), они должны быть старше 3-5 месяцев. Новые ссылки передают лишь частично. Для поисковиков это отличный способ не учитывать недавно появившиеся платные ссылки, купленные на биржах ссылок, что будет увеличивать сроки продвижения и ссылочные бюджеты.

Сайт восточных единоборств. Покупались ссылки на [cane](#) (\$250, в основном главные по тематике, домены 2 и 3 уровня), прогон 1 статьи по каталогам статей, платное размещение 1 статьи на 4 спортивных сайтах с тИЦ 40-100, был хороший прирост естественных ссылок. тИЦ уменьшился с 630 до 610.

Сайт интернет магазина по продаже бытовой техники. Покупались ссылки на [cane](#) (\$600, жирные главные и страницы 2 уровня вложенности, в основном тематика, домены 2 уровня), добавление на доски объявлений, прогон 2 статей по каталогам статей, добавление 1 пресс-релиза в каталоги пресс-релизов. тИЦ уменьшился с 900 до 840.

Сайт вебдизайн студии. Покупались ссылки на [блогуне](#) (\$50), добавление в социальные закладки, регистрация в каталогах, прогон 3 статей по статейным каталогам. тИЦ как был 90, так и остался.

Сайт регионального агентства недвижимости. Покупались ссылки на [cane](#) (\$300, в основном тематика, страницы 2 и 3 уровня вложенности, домены 2 и 3 уровня), добавление в социальные закладки, немного естественных ссылок с региональных форумов и сайтов. тИЦ уменьшился с 70 до 20.

Сайт питерского скульптора. Покупались ссылки на сапе (\$80, в основном тематика, недорогие главные и страницы 2 уровня вложенности, домены 3 уровня), добавление в социальные закладки, добавление 2 статей в бесплатные каталоги статей, естественных ссылок прибавилось мало. ТИЦ уменьшился с 40 до 20.

Сайт юридической тематики. Покупались ссылки на [cane](#) (\$800, в основном главные и страницы 2 уровня, много тематики), платное размещение статей на тематических сайтах (\$60, статейная биржа [Миралинкс](#)), покупка ссылок на [блогуне](#) (\$120), добавление в социальные закладки, платное размещение прикрепленных тем на популярных юридических форумах (\$200), размещение ссылок в подписях активных форумчан уже на других юридических форумах (\$120), появилось много естественных ссылок. ТИЦ вырос с 1200 до 1430.

## Эффективные методы увеличения ТИЦ

По моим наблюдениям, для увеличения ТИЦ в нынешних условиях наиболее эффективны следующие методы:

- платное размещение статей на тематических сайтах из яндекс каталога с ТИЦ от 200 (можно находить сайты вручную, а можно воспользоваться биржами размещения статей [Миралинкс](#) и [Сеозавр](#));
- покупка ссылок на [блогуне](#) (200-300 ссылок дает прирост ТИЦ 10);
- покупка ссылок на тематических сайтах из яндекс каталога с ТИЦ от 100 (главные и страницы 2 уровня вложенности, домены 2 уровня, внешних ссылок не более 4-5);
- платное размещение прикрепленных тем на тематических форумах (желательно, чтобы форум был из яндекс каталога с ТИЦ от 100);
- платное размещение ссылок в подписях активных форумчан на тематических форумах из яндекс каталога (я выбираю форумчан, которые ежедневно общаются на форуме, и общее количество сообщений у которых более 1000. Если прийти на форум и самому сделать ссылку в подпись или сделать анонс своего сайта, то в большинстве случаев такой подход не пройдет модерацию, и сообщение будет удалено);
- добавление внутренних страниц сайта в социальные закладки;
- добавление объявления со ссылкой на доски объявлений.

В целом наблюдается понижение ТИЦ на многих сайтах. Что уж говорить, если ТИЦ у сайта [Артемия Лебедева](#) снизился за последний апдейт с 12000 до 11000 (за ап до этого ТИЦ был 18000).

## Как увеличить PR

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Вчера вечером при модерации комментариев обнаружил, что тулбар на главной странице показывает **PR** тройку вместо единицы. Несколько раз обновив страницу обнаружил, что **тулбарный PR** скчет с единицы на тройку. Это означает, что начался **апдейт PR** и через некоторое время значение полностью устанкнется.

Хочу отметить, что массовый процесс пересчета PR довольно трудоемкий с точки зрения математики процесс. Поэтому он длится около суток. Сегодня хотел бы остановиться на методах наращивания PR.



PR рассчитывается для каждой страницы отдельно в отличие от ТИЦ Yandex, который рассчитывается для домена. Тулбарный PR принимает значение от 0 до 10. Тулбарный PR является лишь следствием значения показателя авторитетности страницы, о расчете которого я рассказывал в предыдущей статье – [авторитетность страницы](#).

В таблице представлено соотношение численного веса страницы и соответствующее значение тулбарного PR. Настоящие значения хранятся в секрете, это всего лишь основанное на практике предположение, которое позволяет наглядно представить смысл тулбарного PR, чтобы было проще понять новичкам. Они очень меня просили об этом в комментариях прошлой статьи 😊.

Если действительный вес между	Тулбарный PR
0,00000001 и 5	1
6 и 25	2
26 и 125	3
126 и 625	4
626 и 3125	5
3126 и 15625	6
15626 и 78125	7
78126 и 390625	8
390626 и 1953125	9
1953126 и бесконечностью	10

Из таблицы видно, что получить единичку довольно просто, немного сложнее получить двойку, сложнее тройку, еще сложнее пятерку и по нарастающей. Значение PR 10 имеет всего лишь несколько сайтов, один из них <http://www.w3.org> – официальный сайт консорциума W3C. На момент публикации статьи этот сайт имеет 2 710 284 обратных ссылок судя по Yahoo. Для примера, [terehoff.com](http://terehoff.com) на сегодняшний день имеет 2 714 обратных ссылок. Думаю понятно, почему PR W3C равен 10, а terehoff.com всего 3 😊.

Ну что же, что такое **PR** растолковали, перейдем к методам его увеличения и ответим на вопрос – **как увеличить PR**. Существуют как платные, так и бесплатные методы наращивания **PR**. Сегодня я думаю остановиться на бесплатных, поскольку они будут наиболее интересны новичкам.

**PR** напрямую зависит от количества и качества внешних ссылок на страницы вашего сайта. Большинство ссылок бывает на главную страницу, поэтому обычно **PR** главной страницы больше, чем у других страниц этого сайта. Но о **PR** главной страницы ниже 😊.

Больше всего Google любит так называемые @сквозняки» – сквозные ссылки. Характерный пример сквозной ссылки можете увидеть в футере [terehoff.com](http://terehoff.com). Когда мой хороший друг помог мне с сменой дизайна для блога, в знак благодарности в футере я поставил на его блог ссылку. Внизу можете увидеть текст: «Тема в подарок дарагому Алешке от [Peala](#)«. Ссылка на [alexvolkov.ru](http://alexvolkov.ru) есть на всех страницах блога в одном и том же месте. Это и называется сквозной ссылкой или «сквозняком». Ссылка в блогролле так же является сквозняком. Оставляя ссылку в блогролле на кого то из знакомых, вы передаете ему часть своего веса, который будет учитываться при расчете **PR**.

У меня есть еще несколько блогов, в которых есть сквозняки на [terehoff.com](http://terehoff.com). Как показывает моя практика, Google больше любит ссылки не в блогроллах, а в других частях страницы, например в том же футере. Поэтому на других своих блогах я ставлю ссылку именно в футере. Уже плавно перешел в повышению **PR** 😊.

## Бесплатные методы увеличения **PR**.

1. Осмысленные комментарии в dofollow блогах. Причем ссылки должны быть на хорошие качественные ресурсы, а никак не сайты, изначально предназначенные для продажи ссылок. Список зарубежных dofollow блогов можно найти на сервисе [www.dofollowblogs.com](http://www.dofollowblogs.com). Недавно мой знакомый Виктор Кабанов у себя на блоге опубликовал [список русскоязычных dofollow блогов](#). Читайте, осмысленно комментируйте и на ваш сайт останется dofollow ссылка, причем навсегда.
2. Существуют dofollow социальные закладки, которые так же хорошо передают **PR**.
  - o [memori.ru](http://memori.ru)
  - o [moemesto.ru](http://moemesto.ru)
  - o [text20.ru](http://text20.ru)
  - o [toodoo.ru](http://toodoo.ru)
  - o [a1-webmarks.com](http://a1-webmarks.com)
  - o [beemylink.de](http://beemylink.de)
  - o [zakladok.net](http://zakladok.net)
  - o [ontrackday.com](http://ontrackday.com)
  - o [mybash.ru](http://mybash.ru)
  - o [www-link.de](http://www-link.de)
  - o [avtz.com](http://avtz.com)
  - o [bookmark-wizard.ru](http://bookmark-wizard.ru)

Для автоматизации постинга в закладки я использую сервис [bposter.net](http://bposter.net). Я купил там VIP аккаунт и теперь постинг в закладки делается несколькими кликами мышки. Своим читателям я могу предложить зарегистрировать одинаковый аккаунт сразу во всех закладках. Таким образом для постинга во все закладки вам будет достаточно лишь зарегистрироваться в сервисе. Отписывайтесь в комментариях, зарегистрирую вам аккаунты совершенно бесплатно 😊. Самое главное в этом методе – не переборщить – все должно быть в меру.

3. Перевод англоязычных wordpress тем и установка ссылок на сайт автора в футере. На первый взгляд это довольно сложно, с другой стороны все легко. Чтобы перевести тему wordpress, необходимо заменить английский текст русским переводом в файлах .php темы wordpress. Вот у меня родилась еще одна тема для публикации на блоге, как правильно переводить тему wordpress. Стоит отметить, что ссылку на ваш сайт кодировать нежелательно. Темы wordpress в большинстве случаев бесплатны и это выбор пользователя темы, оставлять ссылку на автора или нет. Я ссылку

на [alexvolkov.ru](http://alexvolkov.ru) оставил и ничуть об этом не жалею. Ссылки на дистрибутивы русифицированных тем оставлять у себя на блоге или попытаться добавить их в каталоги тем, где гораздо больше посетителей.

4. Публикация интересных статей, проведение интересных акций и конкурсов. Как это ни странно, но это действительно работает. Это скорее всего больше способ получения обратных ссылок, но именно они влияют на значение PR. После публикации поста про [возраст блоггеров](#) количество внешних ссылок на мой блог увеличилось примерно на 500 за 2 недели. Конечно на это повлияли и другие публикации, которые упомянули в своих блогах други авторы. Но я думаю, что значительное влияние на количество ссылок оказал именно этот пост. Читателя надо заинтересовать. Тогда он обязательно оставит ссылку на пост и возможно на главную страницу. Вот вам бесплатный вес.
5. Пробеитесь в каталог DMOZ. Если у вас получится, вы получите постоянную прямую ссылку со страницы с высоким весом. Я получил постоянную ссылку со страницы PR 3.
6. Внутренняя организация сайта, позволяющая эффективно использовать вес всех страниц, чтобы аккумулировать его на главной. Я приведу лишь несколько советов наиболее эффективной организации вашего сайта, а о деталях поговорю в одной из следующих публикаций. PageRank довольно сложная для понимания тема. Грамотная внутренняя перелинковка может позволить достигнуть хороших результатов.
7. Используйте карту сайта, разделите ее на несколько страниц. Каждой странице карты сайта поставьте ссылку на главную страницу и другие значимые страницы вашего сайта. В плагине wordpress Dagon Design SiteMap Generator это реализуется довольно просто, можете посмотреть мою [карту сайта](#).
8. На каждой странице вашего сайта сделайте ссылку на главную страницу – это позволит максимизировать PageRank на главной странице – в темах wordpress это уже реализовано за вас.
9. На главной странице делайте ссылки на наиболее популярные страницы вашего сайта. На блоге [terehoff.com](http://terehoff.com) это реализовано при помощи плагина **Popular Posts**. Если это интересные публикации, то на них появятся ссылки с других сайтов, которые передадут им вес. А этот вес в свою очередь попадет на главную.
10. Перелинковывайте между собой страницы с большим весом. Косвенно вес страницы можно определить популярностью каждой страницы. Популярность страницы можно определить при помощи того же плагина **Popular Posts**, при помощи встроенных возможностей wordpress, а так же счетчика Liveinternet.
11. Взять [интервью у Джона Позаджидеса](#), чтобы потом он сослался на ваш блог со своего, у которого PR главной страницы – семерка.

Руководствуясь этими методами с начала активного ведения блога с декабря прошлого года в нынешний апдейт PR я получил заветную тройку на главной. Самое главное в этом – желание достигнуть намеченных целей.

## Высокий PR за счет внутренних ссылок

*[Автор: Бобер](#)*

### **Бобер:**

Если у сайта море страниц. Ну пусть будет 10000.

И все они ссылаются на главную, реально ли получить высокий PR?

При этом другие сайты на него не ссылаются совсем.

### **valdemarius:**

Стоит учесть тот факт, что pr в таком случае получит только главная страница, а не сам домен в целом. В принципе можно умудриться даже поднять до 2-ки 😊

Хотя лучше работайте в комплексе. Не стоит идти только в одном направлении.

### **Bender:**

Вполне реально.

У самого есть сайт с PR2, на который ссылок внешних почти нет, а внутреняка полно.

Правда лучше и чтобы у внутреняка был хотя бы PR1.

### **webFinder:**

Раньше это работало.

Где то в инете есть эксперименты по этому поводу.

Кому то даже удавалось нагнать пятерку.

Года два или три это уже не работает.

### **Linktrader:**

Подтверждаю, эта фишка еще работает. Не знаю как до 3-ки или 5-ки, сам лично не видел таких пациентов.

Но все же 2-ку при грамотной перелинковке внутренних страниц получить можно за 2-3 апа PR, в зависимости от индексации.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## **Как увеличить PR - ищем сайты с высоким PR**

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Это продолжение статьи [Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блоги.](#)



**Как увеличить PR  
- ищем сайты  
с высоким PR**

Shakin.ru

В этой статье я расскажу, как легко и быстро находить сайты и блоги с высоким PR для того, чтобы увеличить PR своего сайта. Имея такой список пиаристых ресурсов, можно прицельно покупать на них ссылки, размещать статьи или оставлять комментарии.

Есть несколько способов поиска сайтов и блогов с высоким PR. Я расскажу о своих излюбленных и проверенных временем.

## Ищем сайты с высоким PR

Первый способ - воспользоваться замечательным сервисом [SEOChat.com](http://SEOChat.com). Заходим и в поисковой форме пишем адрес любого сайта (желательно взять адрес сайта с хорошим показателем PR), затем выбираем опцию Sort by Page Rank (Сортировать по Google Page Rank), ставим желаемое количество сайтов в результатах поиска и жмем волшебную кнопку Search.



Вы получите список сайтов, ссылающихся на указанный вами ресурс, отсортированный по PR. Можете сохранить результаты в таблицу Excel.

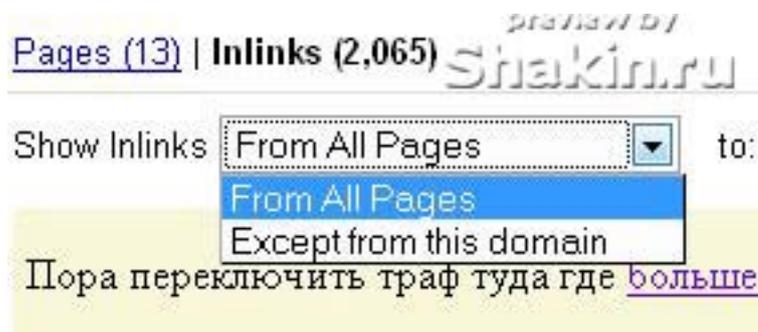
Другой способ - ударная комбинация сервиса [Yahoo Siteexplorer](http://Yahoo Siteexplorer) и замечательного SEO расширения для Firefox - [SEOQuake](http://SEOQuake). Подробнее о SEOQuake вы можете прочитать в моей недавней статье [Лучшие расширения Firefox для продвижения сайтов](#).

Почему именно Yahoo Siteexplorer? Потому что в настоящее время этот сервис показывает наибольшее число внешних ссылок на сайт из всех поисковых систем.

Итак, заходим на сервис [Yahoo Siteexplorer](http://Yahoo Siteexplorer) и вводим адрес любого сайта. На странице с результатами поиска выберите Inlinks (Внешние ссылки), чтобы посмотреть внешние ссылки на нужный сайт.



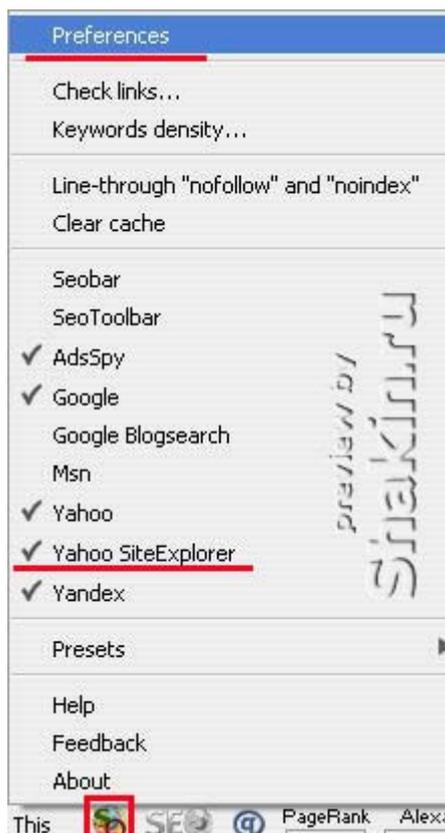
Вы также можете выбрать опцию From All Pages (Показать внешние ссылки со всех страниц) либо Excerpt from this domain (Показать внешние ссылки со всех страниц за исключением ссылок с этого же домена):



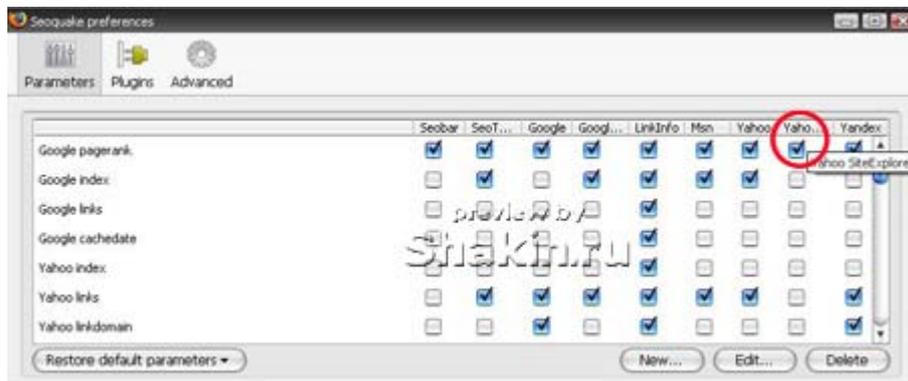
Также есть выбор между Only this URL (Показать ссылки только на этот URL) и Entire Site (Показать ссылки на все страницы сайта):



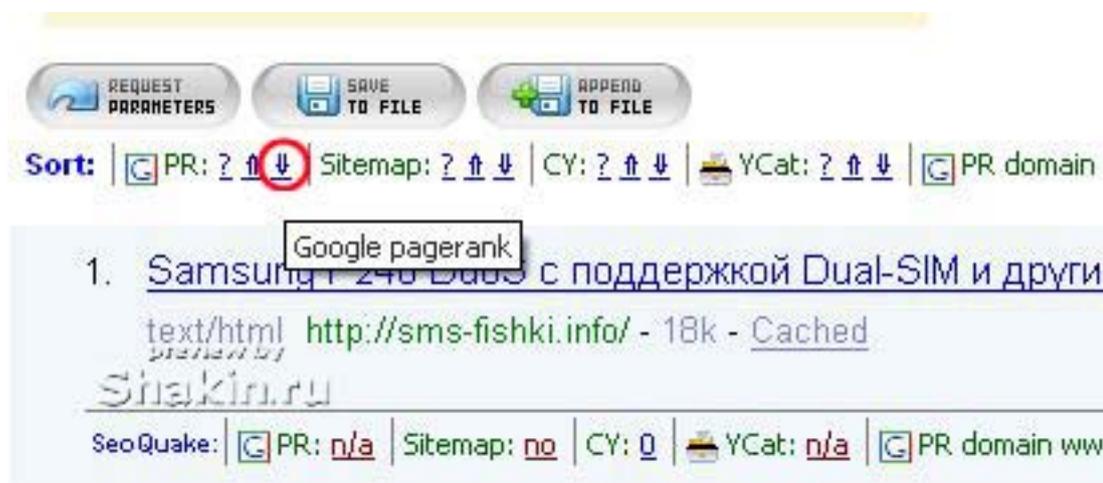
Затем убедимся, что в расширении SEOQuake у нас активирован Yahoo Siteexplorer (для этого кликнем на значке SEOQuake правой кнопкой мышки). Напротив Yahoo Siteexplorer должна стоять галочка:



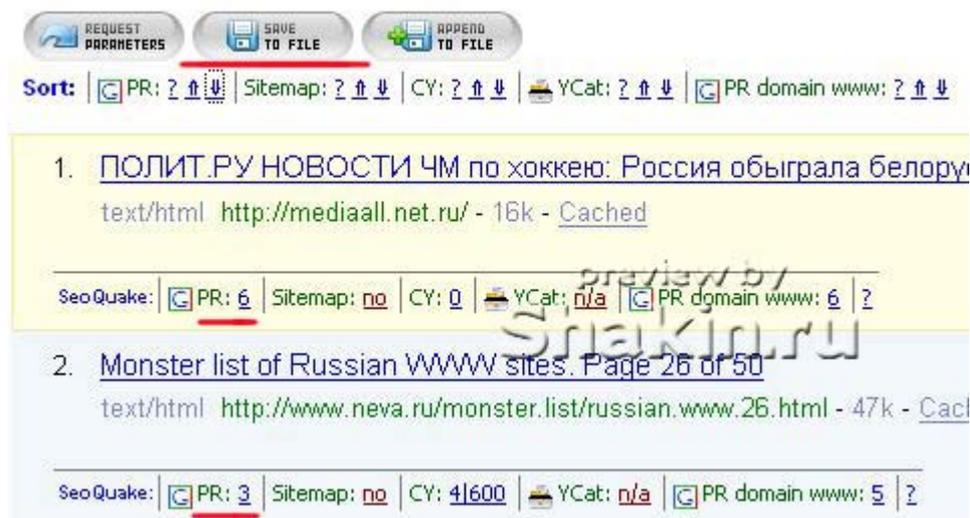
Также зайдем в Preferences (Настройки) и убедимся, что для Yahoo Siteexplorer отмечена галочка Google Page Rank:



Если все ок, то смело жмем Search в Yahoo Siteexplorer. Немного подождите, чтобы SEOQuake вывел параметры найденных страниц. Затем кликаем на указанной стрелочке, чтобы отсортировать полученные страницы по Google Page Rank:



И мы увидим список страниц, отсортированный по PR. Можете сохранить результаты в формате csv, для чего нужно лишь нажать на кнопку Save to file (Сохранить в файл):



В этой статье я перечислил методы поиска сайтов с высоким PR без применения профессиональных программ (это уже отдельная история).

Данные методы позволяют получать списки сайтов и блогов с высоким PR, и, как результат, эффективно увеличивать PR продвигаемых сайтов.

## Растолкованный PageRank

*Автор: Александр Садовский*

Написано и придумано **Крисом Райдингсом** (Chris Ridings), владельцем <http://www.searchenginesystems.net/>. Отредактировано **Джилл Вэйлен** (Jill Whalen), владельцем [HighRankings.com](http://www.highrankings.com) и комодератором рассылки Rank Write Roundtable (<http://www.rankwrite.com/>). Переведено на русский язык и прокомментировано **Александром Садовским**, <http://digits.ru/>

Версия 1.1. Последняя коррекция – 9 ноября 2001. Переведено и прокомментировано 4 января 2002.

### Введение

Этот документ раскрывает мое понимание и точку зрения на алгоритм PageRank в [Google](#). Для тех, кто не знает меня: я разрабатываю поисковые системы на заказ. Поэтому мне присуще программистское понимание алгоритмов поисковых систем, как они работают, что они могут делать, а что нет. Из-за этого я способен сделать немало выводов о том, как работает PageRank. Я верю, что информация в данном документе настолько точна, насколько возможно. Никто не знает наверняка детали PageRank, исключая саму Google <sup>1</sup>. Не стесняйтесь спрашивать о выводах, которые вы не можете понять; с помощью общения мои предположения могут стать более корректными. Пишите, пожалуйста, мне на [chris@searchenginesystems.net](mailto:chris@searchenginesystems.net) свои вопросы и комментарии.

Достаточно предисловий, приступим к тому, чему посвящен этот документ — к PageRank!

### Что такое PageRank?

PageRank — это метод Google для измерения «важности» страницы. Когда все другие факторы, такие как тэг Title и ключевые слова учтены, Google использует PageRank, чтобы откорректировать результаты так, что более «важные» сайты поднимутся соответственно вверх на странице результатов поиска пользователя.

То есть, порядок ранжирования в Google работает следующим образом:

1. Найти все страницы, соответствующие ключевым словам поиска.
2. Отранжировать соответственно «страничным факторам», таким, как ключевые слова.
3. Учесть текст ссылок на страницы.
4. Откорректировать результаты данными PageRank.

### Как определяется PageRank?

Теория Google гласит, что если Страница А ссылается на страницу В, то Страница А считает, что Страница В — важная страница. Текст ссылки не используется в PageRank. PageRank также влияет на важность ссылок на страницу. Если на страницу указывают много важных ссылок, то ее ссылки на другие страницы также становятся более важными.

### Насколько важен PageRank?

Значимость каждого отдельного фактора в алгоритмах поисковой системы зависит от качества информации, которое он обеспечивает. Поэтому имеет смысл вначале взглянуть на это качество.

Когда Гугл был лишь крохотным Гугленком в подгузниках, можно было с уверенностью сказать, что ссылка была точным признаком рекомендации. Однако, в настоящее время это больше не так по двум очень важным причинам:

1. Интернет существенно изменился. Ссылка сегодня это, скорее, лишь связанный сайт, лицензионное требование или ответная услуга (как перекрестные ссылки), чем истинная рекомендация <sup>2</sup>.
2. Как только вы создадите поисковую машину, которая рассматривает ссылки как рекомендации, люди начнут пытаться воздействовать на ссылки. Как только они станут воздействовать на них, ссылки перестанут быть рекомендациями.

Поэтому надежность информации, обеспечиваемой ссылками, не обязательно хороша, и она постоянно уменьшается. Это является причиной низкой и все время уменьшающейся важности PageRank в алгоритме ранжирования Google.

Тем не менее, у PageRank есть одно реабилитирующее его свойство. На него трудней влиять, чем на любой другой фактор ранжирования. Это означает, что у PageRank есть возможность дать вам преимущество перед конкурентами, когда он использован в комбинации с другими [приемами оптимизации для поисковых машин](#). Однако, я предупреждаю вас: тут нет коротких путей. Для эффективного использования PageRank вам нужно будет понять его полностью, иначе есть шансы, что вы будете тратить ваше время зря.

## Основные факты о PageRank

Для понимания оставшейся части этого документа, вам нужно знать несколько фактов о PageRank.

1. PageRank — это число <sup>3</sup>, характеризующее исключительно голосующую способность <sup>4</sup> всех входящих ссылок на страницу и то, как сильно они рекомендуют эту страницу.
2. Каждая уникальная страница сайта, проиндексированная Google, имеет вес PageRank. Люди часто ошибаются, думая о весе сайта, который на самом деле является весом главной страницы этого сайта <sup>5</sup>.
3. Внутренние ссылки сайта *учитываются* при расчете веса PageRank для других страниц сайта.
4. PageRank независим, он не принимает во внимание текст ссылок и т. д. Конечно, они связаны, но говорить, что это одно и то же, это все равно что говорить, будто тэг Title то же самое, что ключевые слова в тексте.

## Как вы можете обнаружить, какой у страницы вес?

Вы можете скачать тулбар [toolbar, инструментальная линейка — прим. А. С.] для Internet Explorer со страницы <http://toolbar.google.com/> <sup>6</sup>. После инсталляции в верхней части Internet Explorer появится столбцовая диаграмма, дающая интерпретацию веса PageRank для страницы, которую вы в данный момент смотрите. Если вы задержите курсор мыши над диаграммой, то увидите число от нуля до десяти. (Если вы не видите числа, возможно, у вас установлена старая версия тулбара. Как только вы полностью его деинсталируете, перезагрузите компьютер и установите последнюю версию, вы сможете видеть число.)

## Насколько точен тулбар Google?

Тулбар Google показывает вес сайта не очень точно, но это единственный инструмент, который может дать вам прямо сейчас хоть какое-то представление. Поскольку вы знаете ограничения тулбара, вы, по меньшей мере, знаете, что вы видите. Есть два ограничения у тулбара Google:

1. **Временами тулбар определяет вес приблизительно.** Если вы откроете страницу, которой нет в индексе Google, но есть страница, очень близкая к ней в индексе, то тулбар отобразит свое предположение о весе PageRank. Эта догадка бесполезна для наших целей, потому что она не

представлена ни в каких вычислениях PageRank. Единственный способ выяснить, использует ли тулбар догадку, это ввести URL в поисковую форму Google и увидеть, появится ли страница. Если нет, значит, он предполагает!

2. **Тулбар дает только представление реального веса PageRank!** В то время как вес PageRank линеен, они решили показывать его на нелинейной диаграмме. Так, для тулбара, изменение веса PageRank от 2 до 3 занимает меньше увеличения веса PageRank от 3 до 4. Это лучше всего иллюстрируется сравнительной таблицей; настоящие числа хранятся в тайне, поэтому мы будем использовать просто любые числа для иллюстрации [2](#):

Если действительный вес PageRank между	То тулбар показывает
0,00000001 и 5	1
6 и 25	2
26 и 125	3
126 и 625	4
626 и 3125	5
3126 и 15625	6
15626 и 78125	7
78126 и 390625	8
390626 и 1953125	9
1953126 и бесконечностью	10

Надо надеяться, что вы можете увидеть из этой иллюстрации, сколь ограничена информация, которую вы получаете из тулбара.

С этого момента я собираюсь использовать термин Настоящий PR для обозначения подлинного веса PageRank, хранимого Google, и Тулбаровский PR для обозначения довольно скупого представления того, что тулбар Google позволяет нам видеть.

## Расчет PageRank

Объяснив, что такое вес PageRank, т. е., что вы узнаете, когда получаете информацию о нем, и насколько он важен... в этом разделе я расскажу вам примерно как он вычисляется. Знать это не обязательно, однако, если вы поймете это, вы будете лучше понимать, как следует его применять.

Когда Google был только исследовательским проектом, они [Брин и Пэйдж — прим. А. С.] написали статью, подробно описывающую формулу, которая определяет вес PageRank для страницы. Хотя они, возможно, уже не используют в точности эту формулу, она представляется достаточно корректной для сегодняшних целей. Вот она:

$$PR(A) = (1-d) + d (PR(T_1)/C(T_1) + \dots + PR(T_n)/C(T_n)),$$

где PR(A) — это вес PageRank страницы A (тот вес, который мы хотим вычислить),

D — это коэффициент затухания, который обычно устанавливают равным 0,85,

PR(T<sub>1</sub>) — вес PageRank страницы, указывающей на страницу A,

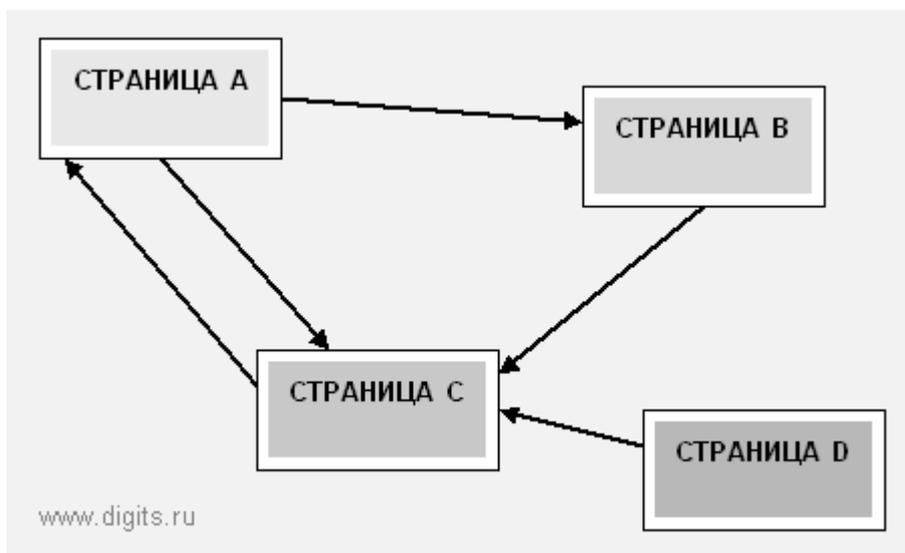
C(T<sub>1</sub>) — число ссылок с этой страницы,

$PR(T_n)/C(T_n)$  означает, что мы делаем это для каждой страницы, указывающей на страницу А

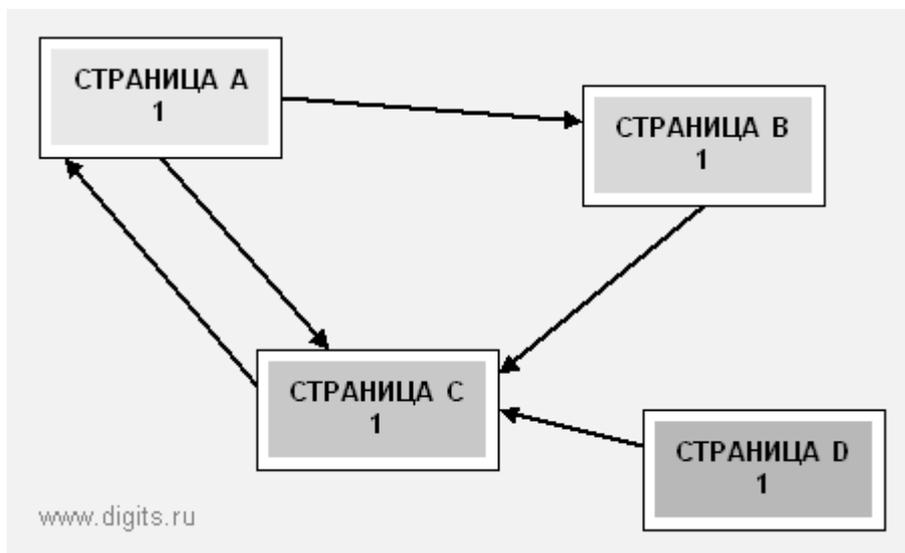
Жуть! Для тех из вас, кто не является математиком, здесь есть полная информация по этой формуле — вы не можете просто вычислить вес PageRank за один прием, как показано тут. Чтобы вычислить вес PageRank страницы А вам понадобится знать веса PageRank всех страниц, указывающих на страницу А. Их веса PageRank будут частично зависеть от страницы А, указывающей на них, либо каких-то других страниц, ссылающихся на них. Какая глупая формула. Что она нам говорит, так это одну очень важную вещь о весе PageRank любой страницы.

*Вес PageRank, передаваемый на страницу А со страницы В, которая указывает на нее, уменьшается с каждой ссылкой куда-нибудь, которая находится на странице В. Это означает, что вес страницы, по существу, это мера ее голоса; страница может разделить этот голос между одной, двумя или многими ссылками, но общая голосующая сила будет всегда той же самой.*

Сейчас забудьте формулу на некоторое время, потому что легче рассмотреть пример реализации, который очень похож на PageRank. Он должен помочь нам лучше понять PageRank. Назовем его MiniRank.



Вначале мы не знаем, какие веса MiniRank у этих страниц, поэтому мы их просто присвоим. Для простоты, мы выберем число один. В результате диаграмма становится...



Все еще легко! Сейчас вспомните правила передачи веса. Вначале мы применяем коэффициент затухания. (Коэффициент затухания, в основном, говорит о том, что страница не может голосовать так, чтобы другая страница была столь же важна, как она сама. Это означает, что страницы, к которым труднее добраться в Web, менее важны.) Затем мы делим сохранившийся вес на число ссылок. Мы подсчитываем итоговый вес, который должен быть добавлен ко всем до единой страницам, перед тем как мы окончательно его прибавим<sup>8</sup>.

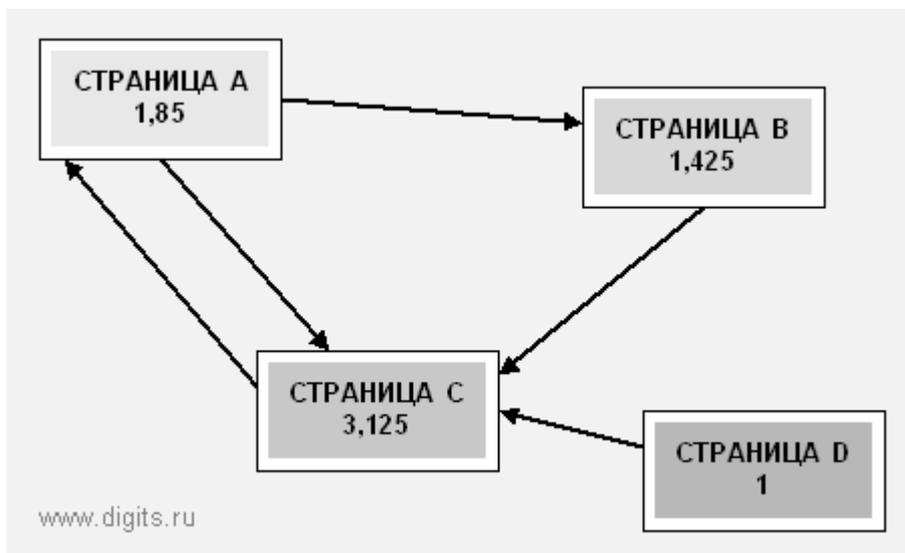
Итак, глядя вначале на страницу А, видим, что значение веса MiniRank, доступное для передачи, после затухания равно  $1 * 0,85 = 0,85$ . Со страницы ведут две ссылки, поэтому, по окончании итерации, мы добавим 0,425 к весу MiniRank страницы В и 0,425 к весу MiniRank страницы С. Мы не можем сделать это до тех пор, пока мы не рассчитали все ссылки страницы, потому что это повлияет на результаты.

Перейдем к странице В. Она содержит только одну ссылку. Поэтому, она передаст  $1 * 0,85 = 0,85$  странице С, когда мы сделаем все вычисления для ссылок.

Страница С также имеет одну ссылку. Поэтому она передаст вес  $1 * 0,85 = 0,85$  странице А.

Страница D имеет одну ссылку, поэтому она передает 0,85 странице С.

Сейчас мы можем добавить все суммы ко всем весам страниц.



Новые значения весов MiniRank показывают, сколь важна страница С. Но мы еще не завершили. Поскольку все страницы начали с одного значения, по правде говоря, мы вычислили только популярность в ссылках (link popularity). Суть PageRank и MiniRank такова, что страницам, на которые чаще ссылаются, следует получить больше голосов; поэтому мы должны проделать то же самое еще раз! На этот раз страница С имеет большее влияние, потому что ее текущий вес MiniRank выше.

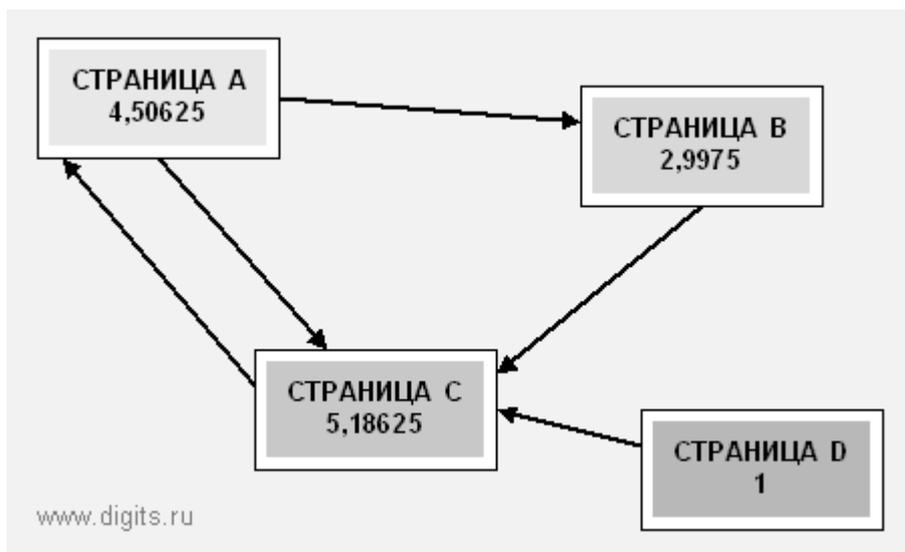
Так, посмотрим на страницу А вначале. Ее текущий вес MiniRank равен 1,85. Величина MiniRank, доступная для передачи, после применения затухания составляет  $1,85 * 0,85 = 1,5725$ . Есть две ссылки со страницы, поэтому по завершению итерации мы добавим 0,78625 к весу MiniRank страницы В и весу MiniRank страницы С.

Перейдем к странице В. У нее есть только одна ссылка. Следовательно, она передаст  $1,425 * 0,85 = 1,21125$  странице С, когда мы завершим все вычисления со ссылками.

Страница С также имеет одну ссылку, но при этом обладает огромным весом 3,125 MiniRank. Поэтому она передаст  $3,125 * 0,85 = 2,65625$  странице А.

Страница D имеет одну ссылку, поэтому она передает 0,85 странице С.

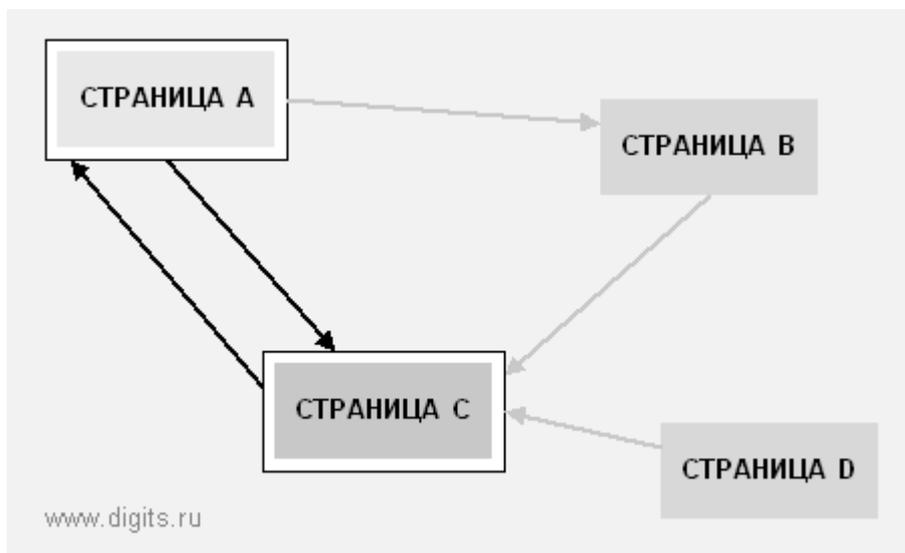
Мы получаем....



Мы уже можем видеть то, что следовало ожидать: страница С имеет наибольший вес MiniRank, страница А — следующий по величине. На практике нам нужно было бы повторить эти действия от 50 до 100 раз, чтобы гарантировать, что низкая точность предыдущих итераций сведена на нет. Просто!

## Обратная связь PageRank

Но подождите минутку! Что-то происходит между страницами А и С, поэтому взглянем еще раз.



Во время одной итерации вычислений страница С дает странице А повышение в весе MiniRank (PageRank). Во время следующей итерации она сама получает увеличение веса, пропорциональное новому улучшившемуся весу MiniRank страницы А (она получает назад часть своего веса MiniRank!).

Это обратная связь PageRank. Можно подумать, что Google обязан игнорировать ссылки такого рода, особенно, если страница А и страница С расположены на одном сайте. Действительно, я слышал мнение нескольких человек, которые считают, что Google обязан. Истина в том, что Google не может сделать это. Представьте проделывание вычислений над миллионами страниц вместо четырех... представьте только как вам определять, когда встречается обратная связь, и как избавляться от нее. И даже если вы справитесь, как вы сведете на нет влияние, которое это окажет на оставшуюся часть системы? Обратная связь PageRank — неотъемлемая часть системы! Фактически, она нужна для правильного функционирования PageRank и является частью алгоритма.



1. Страницы, которые вы выбираете для получения ссылок на вас, т. е. какие из них вы отбираете и как много усилий тратите на получение ссылок.
2. Те, кого вы выбираете, чтобы сослаться на них со своего сайта, и на какой странице вашего сайта вы помещаете их ссылку.
3. Внутренняя навигационная структура и связи ваших страниц — с целью создания максимальной обратной связи PageRank.

## Ссылки на ваш сайт

Когда вы ищете ссылки *на* ваш сайт, с точки зрения исключительно PageRank можно *подумать*, что следует просто искать страницы с самым высоким Тулбаровским весом PageRank. (В то же время держа в уме, что каждая страница сайта имеет свой собственный вес PageRank, поэтому вы должны рассмотреть вес «страницы ссылок», или какой бы то ни было страницы, где будет расположена фактическая ссылка.) **Однако, эта точка зрения некорректна.** Если вы не перепрыгнули прямо в этот раздел, то вы, вероятно, определите, почему это так. Вес PageRank, получаемый с ссылкой, намного сложнее, чем это упрощение. Мог быть случай, когда это было приемлемым приближением... но не больше. По мере того как все больше и больше людей пытаются и получают ссылки только с сайтов с высоким значением веса, это становится все менее и менее выигрышным предложением.

Настоящий вес PageRank отдельной страницы делится среди ссылок на этой странице (помните расчеты MiniRank?) Поэтому, ссылки со страниц, которые имеют одинаковый вес PageRank, не всегда созданы равными. Это зависит от того, со сколькими ссылками делит ссылающуюся страницу ваша ссылка. Например, ссылка со страницы с весом PageRank 4 может быть лучше, чем ссылка со страницы с весом PageRank 6, если на странице с PR 4 меньше общее число ссылок. Возможно, что страница с PR 2 может даже быть лучше для просьбы о ссылке, чем страница с PR 7. В данный момент недостаточно доступной информации, чтобы узнать, до какой степени это простирается. Однако, это достаточно значимо, чтобы было бессмысленно просто выбирать сайты с большим весом в качестве основной стратегии получения ссылок. Есть также другая, более прозаичная причина, почему эта стратегия получения ссылок может быть не лучшей; сайты с высоким весом PageRank часто разборчивы в том, на какие сайты ставить ссылку, что делает получение ссылки с них более трудным, чем с сайтов с низким весом. Однако, сайтам, сражающимся со своими числами весов PageRank, следует быть более восприимчивыми к обмену взаимными ссылками с другими сайтами.

Сейчас давайте рассмотрим обратную связь. Предположим, например, что есть две самостоятельных страницы на сайтах других людей, каждая из которых имеет вес PageRank 4. Обе страницы имеют по 10 ссылок на другие страницы. Но ваша страница, на которую вы хотите получить с них ссылки, уже имеет ссылку на страницу на втором сайте. Получая ссылку со второго сайта, вы порождаете обратную связь, и получаете больший вес PageRank, чем если бы получили ссылку с первого сайта! Это чрезмерное упрощение; фактически, циклы обратной связи могут стать даже более сложными. Помните, что число ссылок на странице, ссылающейся на вас, будет менять величину обратной связи, и т. д.

Можете ли вы вычислить все это для заданной страницы? Нет — и я не могу. Мой совет, поэтому, таков — получайте ссылки с сайтов, которые кажутся подходящими и имеют хорошее качество, независимо от их текущего веса PageRank. Если они релевантны вашему сайту, и сами высококачественные сайты, они либо помогут вашему весу PageRank сейчас, либо сделают это в будущем. Чтобы на самом деле сделать ваш вес PageRank классным, зарегистрируйтесь в DMOZ и Yahoo с целью воспользоваться искусственно увеличенным весом, который они обеспечивают.

## Ссылки с вашего сайта

Чтобы рассмотреть наилучшую стратегию простановки ссылок с сайта, вначале нам нужно рассмотреть ссылки, указывающие *на* ваш сайт. Под этим я подразумеваю, что нам надо предположить, что у вас есть ссылки, указывающие на ваш сайт из каталогов, подобных DMOZ и Yahoo, которые дают ему небольшое славное приращение веса PageRank. Используя внутренние страницы сайта, вы можете управлять

обратной связью значительно лучше, чем используя ссылки на внешние страницы. Это приводит к правилу...

**В общем случае, вам будет нужно сохранить вес PageRank внутри вашего сайта.**

Это означает, что вам нужно будет ссылаться наружу только со страницы вашего сайта, которая имеет низкий вес PageRank, и которая также содержит значительное число внутренних ссылок (т. е. ссылок, указывающих на другие страницы вашего сайта).

Итак, когда вы ставите ссылку наружу, вы отдаете предпочтение тем страницам, которые либо ссылаются на ту страницу вашего сайта, которая находится страницей выше ссылочной страницы [например, если внешняя страница А ссылается на вашу страницу В1, которая, в свою очередь, ссылается на вашу страницу В2, на которой и расположена ссылка на внешнюю А — прим. А. С.], либо которые ссылаются на ту страницу, которая ссылается на страницу, ссылающуюся на вашу ссылочную страницу [А -> В1, В1 -> В2, В2 -> В3, В3 -> А — прим. А. С.] (т. е. вы получите большее увеличение веса PageRank, если ссылки со внешних сайтов не указывают на вашу ссылочную страницу).

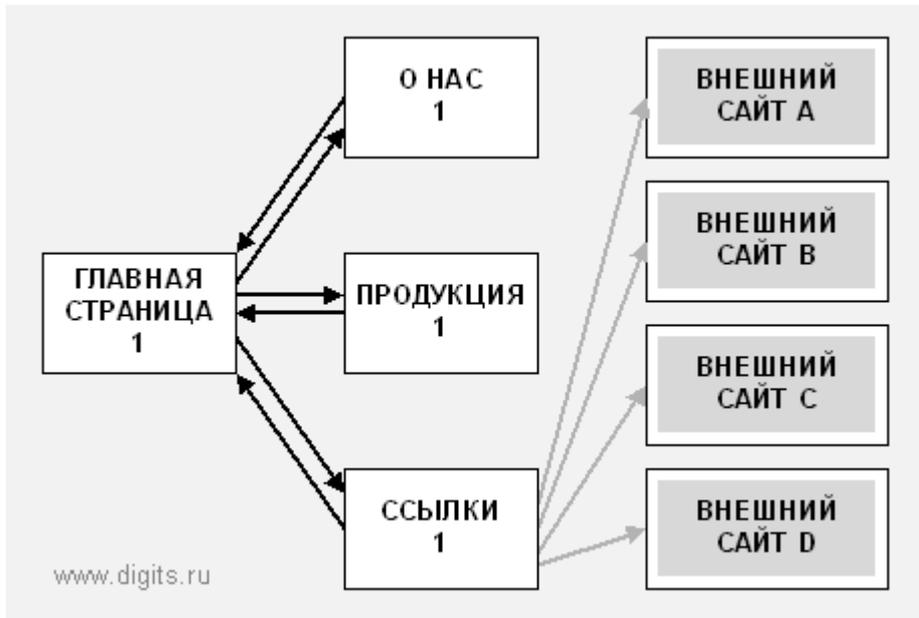
Как мы можем осуществить это? Одним способом будет написание обзоров сайтов, на которые мы ссылаемся, на отдельной странице нашего сайта, и обеспечение ссылки на эти обзоры вместе с каждой гиперссылкой на внешний сайт. Необязательно, но будет неплохо, если эти страницы будут открываться в другом окне но НЕ ДЕЛАЙТЕ это на JavaScript, потому что роботы поисковых систем не могут следовать по ссылкам на JavaScript.

Например, мы можем сделать что-то подобное с каждой ссылкой на внешний сайт:

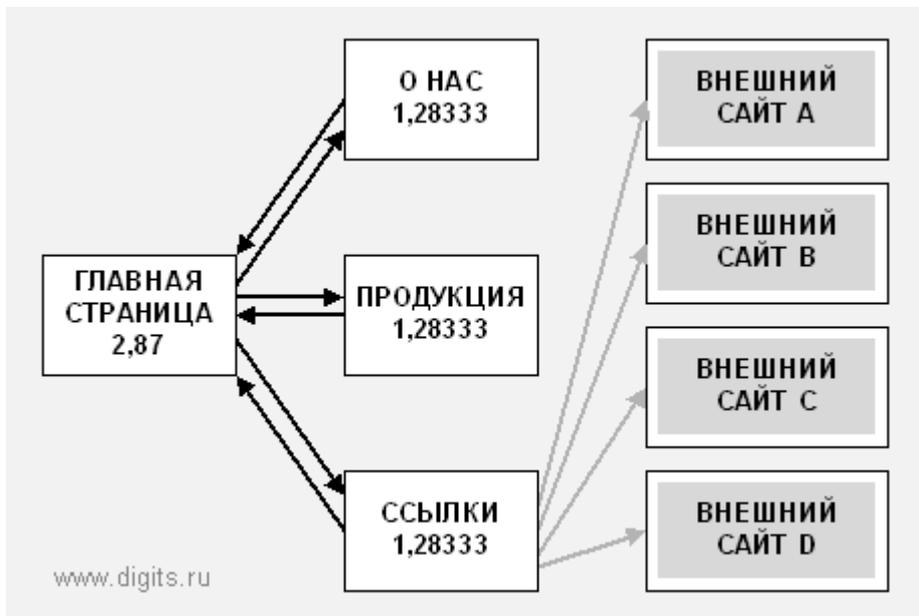
`<a href=http://www.searchenginesystems.net/>Search Engine Systems — это лучшие в мире поисковомашинные существа</a> <a href="/sesreview.htm">Читайте мой хвалебный обзор здесь</a>`.

Проверьте, что страница обзоров ссылается назад на страницу, которая находится выше в структуре вашего сайта. (Лучше всего, если это будет ваша главная страница, но любая важная страница также подойдет.) Сделав это, мы значительно сократили количество веса PageRank, которому вы позволяете покинуть сайт, и обеспечили, что большая часть веса PageRank, которая остается, также увеличивается эффектом обратной связи! Мы нацелили эту обратную связь на главную страницу, чтобы гарантировать, что меньше веса передается назад вашей ссылочной странице (что было бы упущенной возможностью), и больше остается где-либо на вашем сайте. На вашей ссылочной странице также нужно поставить ссылки на главную страницу и другие значимые страницы сайта. Однако, не ставьте других ссылок на странице с обзором (кроме ссылки на главную страницу). **Очень** хорошо, если кто-то ставит ссылку на вашу страницу с обзором, поэтому, вдобавок, вы можете дать знать сайту, что вы рецензировали его — вполне возможно, что вы получите две ссылки с этого сайта (одну на ваш сайт и одну на обзор чужого сайта). Все очень трудно для понимания в текстовой форме, поэтому давайте займемся упрощенным примером, чтобы показать принцип и продемонстрировать его действие.

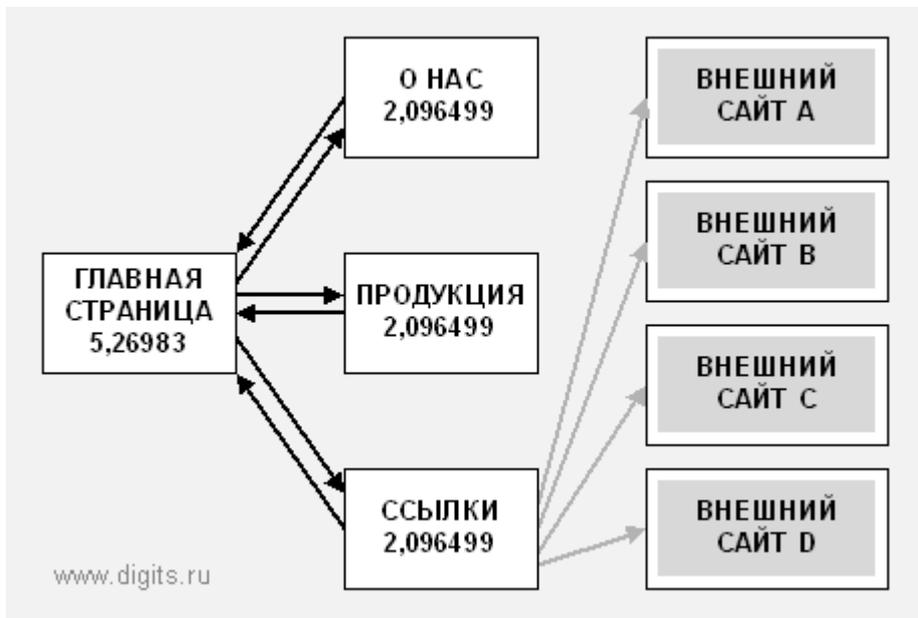
Наша простая структура с начальными значениями весов MiniRank:



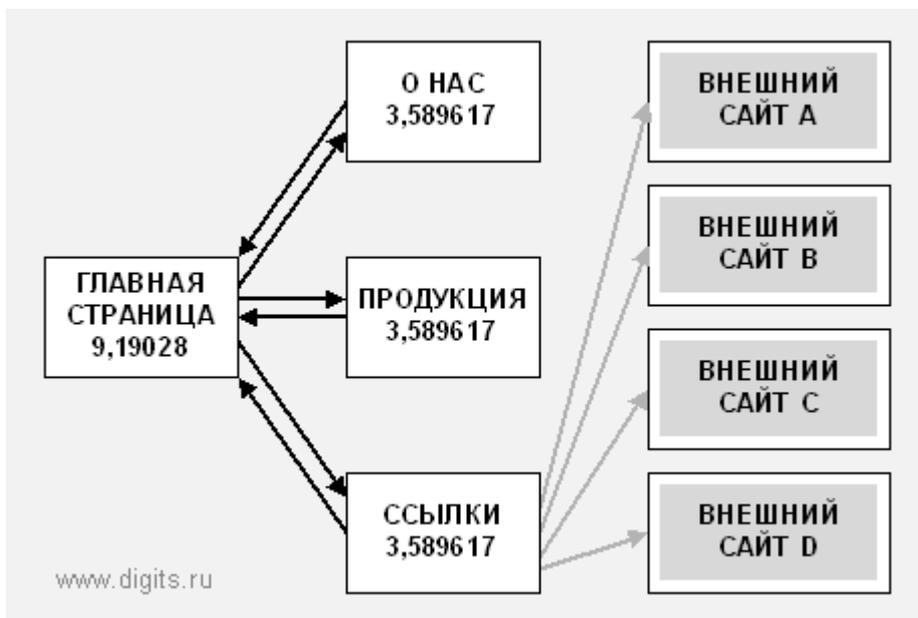
После первой итерации вычислений мы получаем...



В конце второй итерации мы имеем...

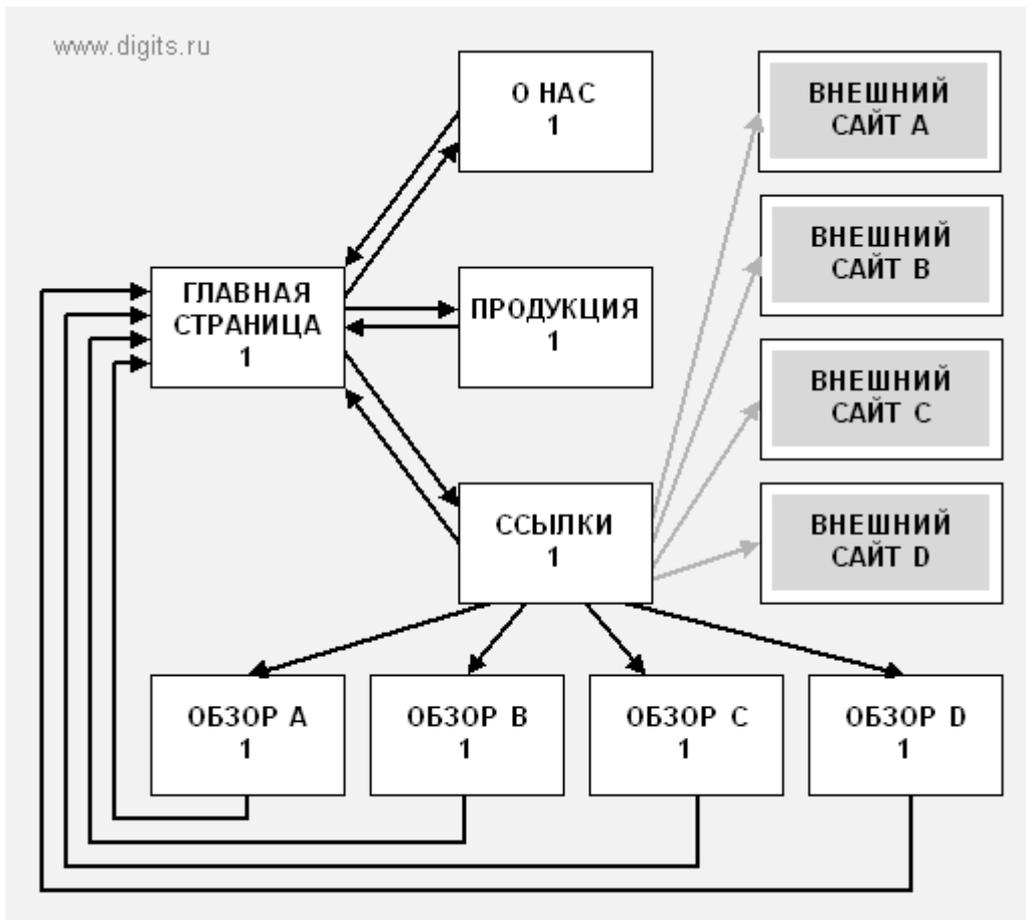


И в конце третьей итерации мы имеем...

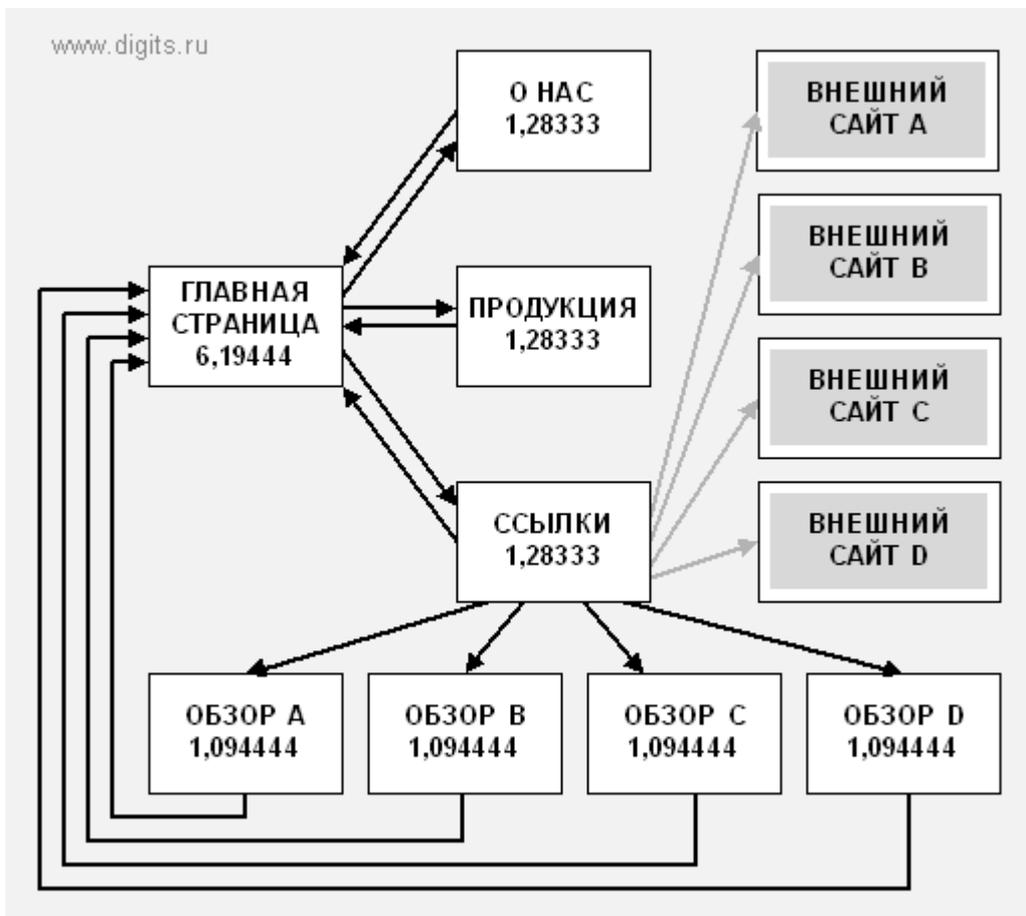


Суммарный вес MiniRank внутри сайта равен 19,959.

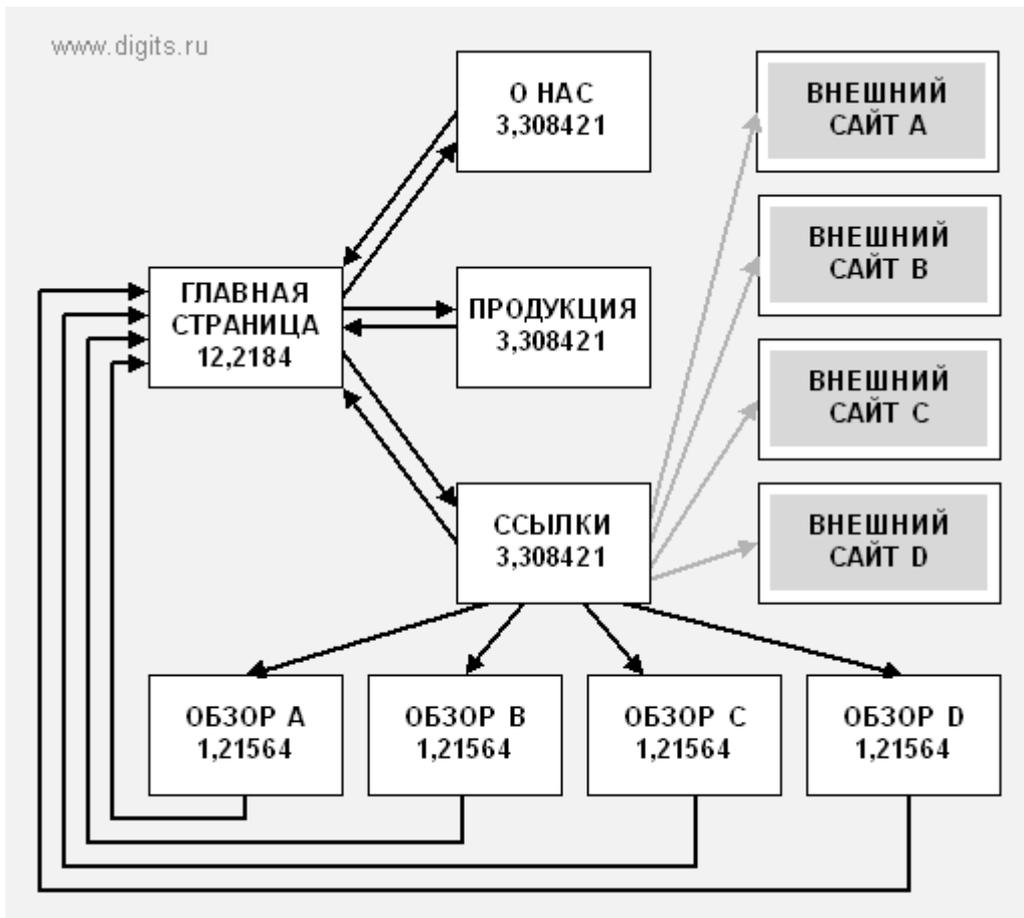
Сейчас, если мы установим ссылки, чтобы включить обзоры, указывающие на главную страницу, мы получаем...



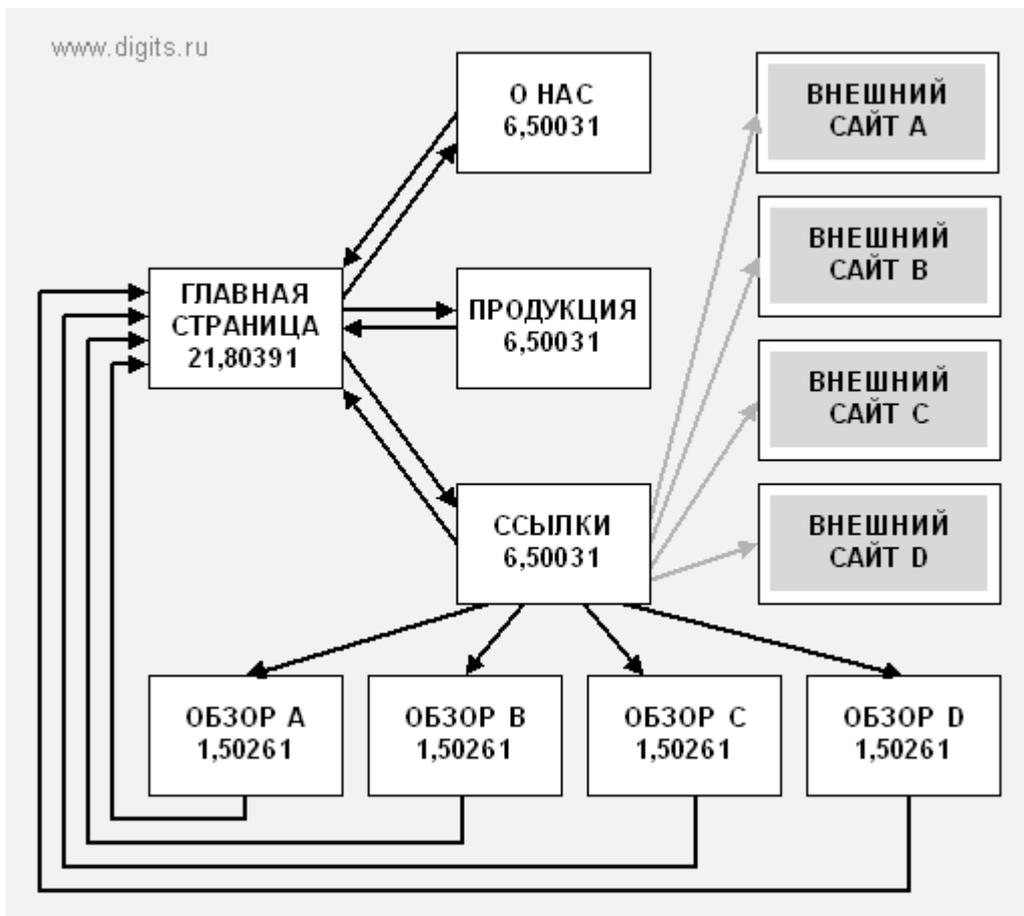
После первого этапа вычислений мы получаем...



После второго этапа вычислений мы получаем...



После третьего этапа вычислений мы получаем...



Суммарный MiniRank сайта равен 47,31 (а мы начали с весом, большим на четыре!). Немного в этом проявляется сила дополнительных страниц и немного — сила обратной связи. Но в целом...

### Первый пример

Число страниц = 4

Начальный вес MiniRank = 4

Конечный вес MiniRank сайта = 19,959

Главная страница в 2,37 раза важнее при использовании второго метода

Основные страницы «О нас», «Продукция» и «Ссылки» в 1,8 раз важнее при использовании второго метода

### Второй пример (с обзорами)

Число страниц = 8

Начальный вес MiniRank = 8

Конечный вес MiniRank сайта = 47,31

Это отлично демонстрирует силу обратной связи. <sup>11</sup> Мы отдаем часть голосов наших ссылочных страниц назад в систему наших сайтов, не позволяя им уйти по внешним ссылкам. Вот почему большие сайты в общем случае имеют лучший вес PageRank, чем меньшие сайты. В самом деле, почему вы это еще не делаете?! Начинать сейчас же написание обзоров сайтов, перечисленных на ваших ссылочных страницах! (Заметьте, числа приведены только для демонстрационных целей в качестве общего показателя силы этого метода, действительные числа будут отличаться.)

## Внутренняя структура и связи

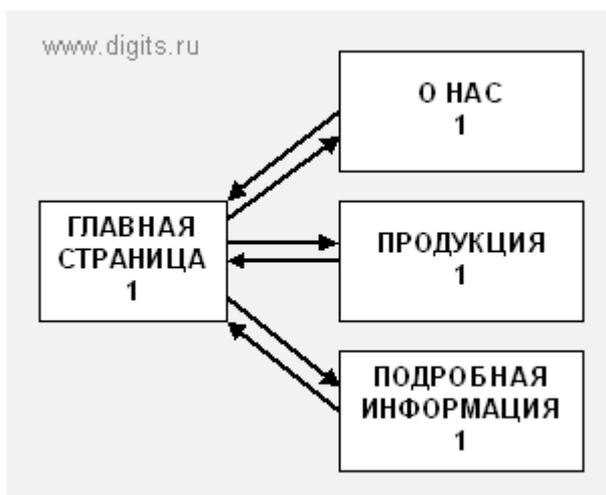
Поговорив о ссылках на внешние сайты, имеет смысл поговорить о том, как внутренняя ссылочная структура вашего сайта влияет на его собственный вес PageRank. Давайте освежим в памяти пару фактов:

Чем больше страниц конкретный сайт имеет в индексе Google, тем выше у него начальный суммарный вес PageRank, и тем больше вес PageRank, с которым он должен работать. Так как каждой странице задано одно и то же начальное значение до того, как начинает вычисляться PageRank, большее число страниц может быть только лучше. Будет логично заключить, что если у нас есть больше для начала, то эффект обратной связи будет также более значительным. Когда-нибудь обратите внимание, как же большим сайтам удастся иметь более хороший вес PageRank? Эффект обратной связи объясняет, почему. Конечно, ваши страницы должны иметь смысл и хорошее содержание, чтобы для начала попасть в индекс. (Обзоры в последнем разделе могут быть хорошим примером.)

Обратная связь — это естественный процесс для PageRank. Он имеет место среди внутренних ссылок сайта и является критическим для оценок Google о том, какие страницы сайта важны. Если у сайта не будет входящих или исходящих ссылок [ссылок со внешних сайтов и на внешние сайты, соответственно — прим. А. С.], структура сайта обеспечит то же самое количество обратной связи. Однако, когда мы учитываем входящие и исходящие ссылки, внутренняя структура сайта важна. Например, если сайт имеет исходящие ссылки на страницу, то мы захотим оставить вес PageRank этой страницы минимальным.

Есть разные способы, которыми можно связать страницы внутри сайта. На практике, веб-сайты могут использовать их комбинацию. Использование комбинации это нормально и прекрасно до тех пор, пока вы понимаете различные части структуры сайта и то, как они влияют на ваш вес PageRank. Для целей данной статьи мы рассмотрим различные структуры связей как отдельные объекты. У нас есть:

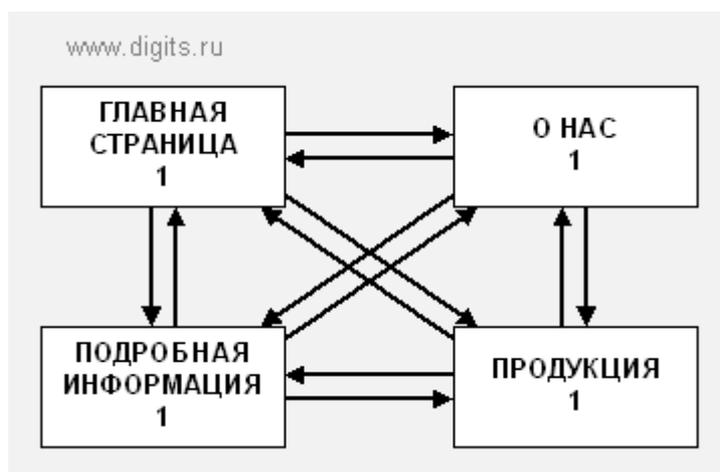
## Иерархическая



## Циклическая

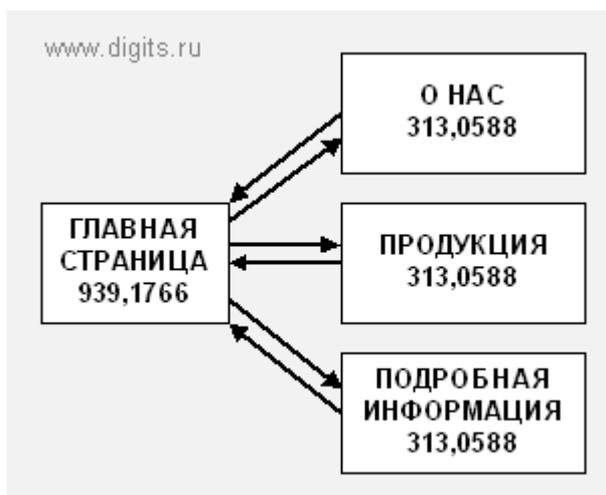


## Обширное связывание

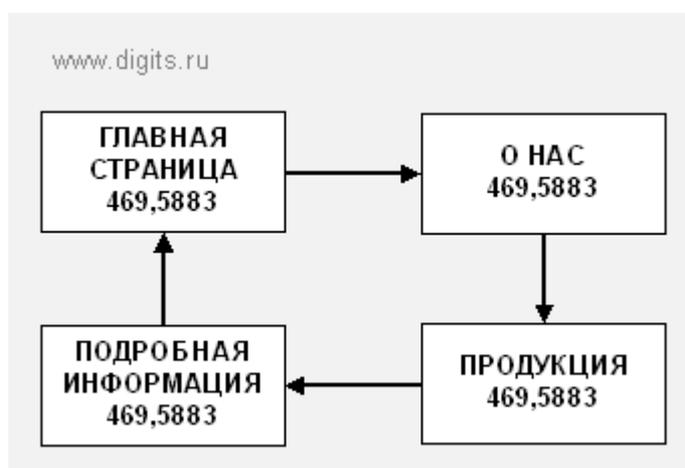


Помните, что мы не обязательно хотим, чтобы вес PageRank был равномерно распределен по всему сайту. Мы хотим добиться максимальной обратной связи в системе и мы хотим, чтобы ее можно было ее фокусировать на особых страницах (т. е. тех, в которых мы оптимизировали текст с ключевыми словами и т. д.). Так как я уже довольно много демонстрировал вам вычисления MiniRank, я просто покажу результаты каждого вида ссылочной структуры после 10 проходов вычислений:

## Иерархическая



## Циклическая

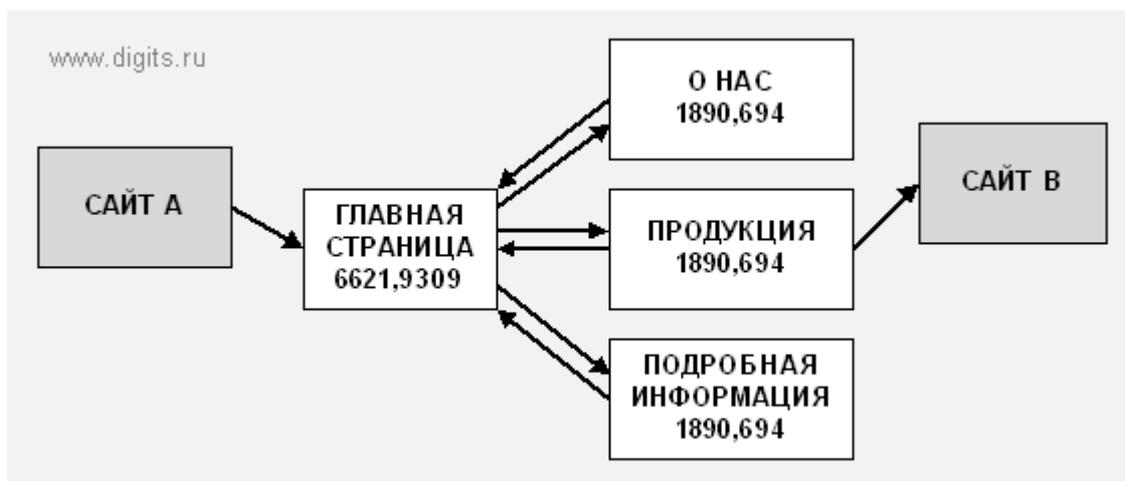


## Обширное связывание

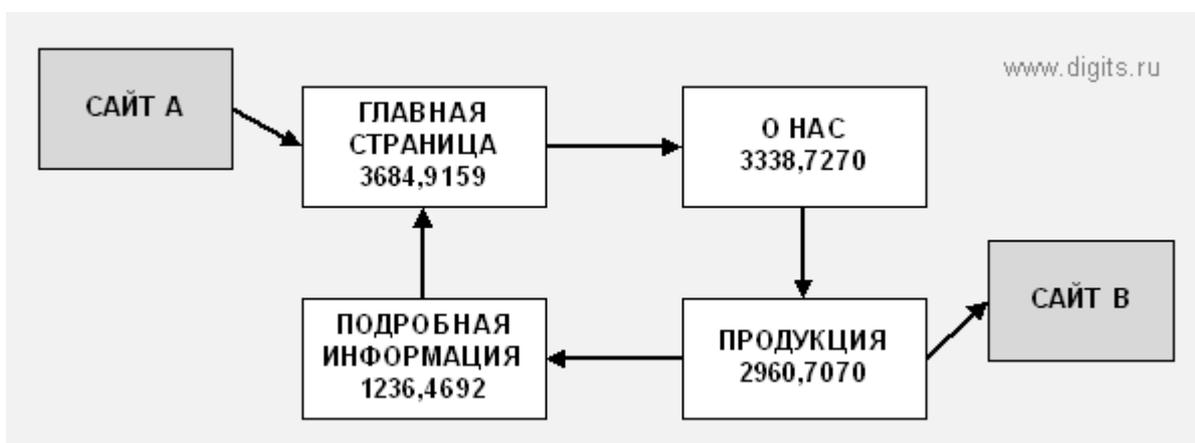


Обратите внимание, как суммарный вес MiniRank внутри сайта оказывается одним и тем же (1878,353). Это потому что тут еще нет никаких входящих или исходящих ссылок. Что важно, так это распределение веса. Иерархическая структура проталкивает больший вес MiniRank на главную страницу (другие сайты, наиболее вероятно, будут ссылаться на главную страницу и эта страница, менее вероятно, будет иметь исходящие ссылки). Нет видимого различия между циклической структурой и структурой с обширными связями. Давайте посмотрим, что случится, когда мы усложним структуру добавлением внешних исходящих и входящих ссылок...

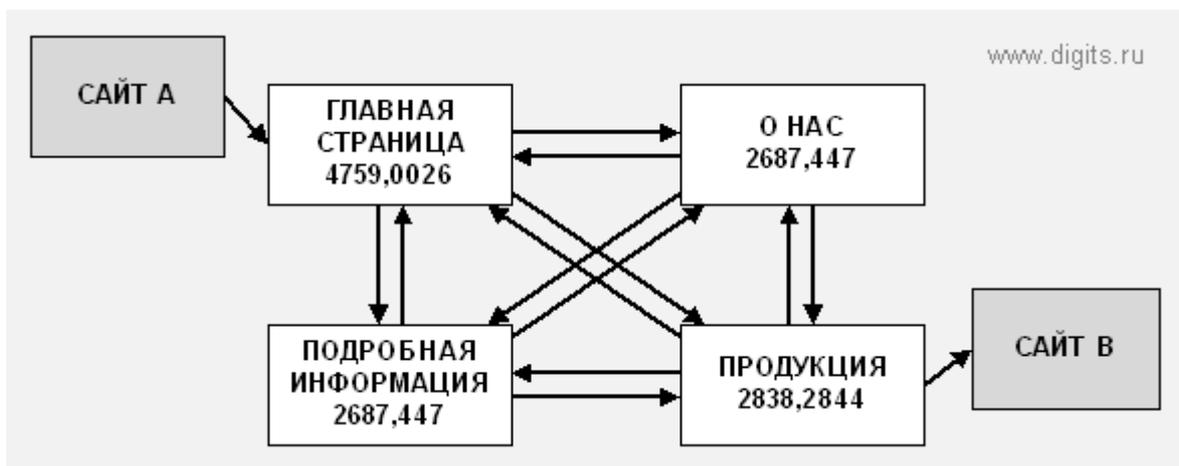
## Иерархическая



## Циклическая



## Обширное связывание



Хотя в этих примерах сделано всего несколько итераций для вычисляемой формулы, они уже начинают показывать правила связывания внутри сайта:

Обширное связывание обеспечивает незначительно лучшую обратную связь PageRank, чем иерархическая структура, и обе структуры обеспечивают немного лучшую обратную связь PageRank, чем циклическая.

При множестве иерархических связей страницы, стоящие выше в структуре, получают намного больший

вес PageRank. Это означает, что мы отдаем меньше веса PageRank нашим исходящим ссылкам.

На практике это означает, что вам следует сочетать данные методы связывания страниц. Правила таковы:

- 1. Там, где группа страниц может содержать внешние ссылки, используйте иерархическую структуру.**
- 2. Там, где группа страниц не содержит внешних ссылок, используйте структуру с обширными связями, расширив ее добавлением ссылки на главную страницу.**
- 3. Если конкретная страница особенно важна, помещайте ее выше в иерархической структуре.**

## Как использовать вашу карту сайта для целей PageRank

Многие люди верят, что карта сайта [страница, на которой отражена структура сайта и перечислены все его страницы — *прим. А. С.*] помогает роботам поисковых машин обходить страницы. Я не уверен в этом, но из-за их популярности и факта, что они включают некоторые хорошие ссылки с нужным текстом, давайте посмотрим, как лучше всего их реализовать с точки зрения PageRank.

Вначале, ссылайтесь на вашу карту сайта с главной страницы, как вы обычно это делали.

Помните, что наличие карты сайта эффективно понижает вес PageRank других ваших страниц (особенно если на нее ссылается страница вашего сайта с самым высоким весом PageRank). Поэтому мы хотим проверить, что карта сайта делает две вещи:

1. Максимизирует ваш начальный суммарный вес (добавляя новые страницы).
2. Возвращает обратными связями так много веса PageRank, насколько это возможно.

Первое немного противоречиво. Чтобы заставить карту сайта максимизировать ваш начальный суммарный вес, мы должны разбить ее на несколько страниц. Вы можете подумать: «Итак, это делает ее обход сложнее для робота, верно?» Ответ и «да», и «нет». Иногда действительно индексирующему роботу сложнее извлечь сотни ссылок из одной страницы. Однако, в настоящее время любой хорошо работающий робот индексирует достаточно глубоко, чтобы справиться с картой сайта, разнесенной на несколько страниц.

Сейчас давайте займемся максимизацией вашей обратной связи PageRank. Каждой карте сайта следует иметь ссылку на главную страницу и другие значимые страницы вашего сайта. Если ваша карта сайта содержит ссылки на страницы, которые включают ссылки на внешние сайты, то вам обязательно следует минимизировать количество веса PageRank, которому эти страницы позволят исчезнуть из вашего сайта.

Поэтому, вот что вы можете сделать...

Разбейте вашу карту сайта на категории и выделите каждой категории отдельную страницу. Ваша карта сайта сейчас становится списком этих страниц категорий (вместо карты всего сайта). В каждую категорию вы можете поместить примерно до 30 ссылок. Вам следует также давать рядом со ссылкой описание содержания каждой страницы. Когда вы размещаете среди ваших категорий страницу, на которой есть ссылки на внешние сайты, выбирайте категорию, в которую входит большое число ссылок.

Далее, вы должны связать каждую из страниц категорий вместе, а также со списком категорий (бывшая страница с картой сайта). Чтобы сделать это, просто поместите навигационное меню, которое ссылается прямо на страницу со списком категорий или любую другую страницу категорий, на каждую из них.

Конечно, включайте ссылки на главную страницу и другие значимые страницы на каждую из страниц категорий.

Это максимизирует обратную связь и сохраняет низким вес PageRank страниц карты сайта. Идея в том, чтобы уменьшить вес PageRank всей карты сайта, отдав его сайту в целом.

## Заключительное слово

PageRank — это очень трудная тема, которая часто неправильно понимается. Думаю, стоит повторить некоторые моменты, касающиеся данной статьи и PageRank. Этот документ — еще незавершенная работа и, вероятно, будет оставаться таковой еще долгое время. В данный момент здесь недостаточно информации для нас, чтобы быть на 100% уверенным в чем-либо. Я просто показываю предположения, основанные на лучшей из доступной информации, которая кажется в значительной степени верной. Когда Google решает позволить нам увидеть информацию о весе PageRank, он делает это через тулбар Google. Когда вы будете смотреть на тулбар Google, я надеюсь, что вы вспомните как минимум одну строчку из предыдущего обсуждения: «Тулбар Google показывает вес сайта не очень точно, но это единственный инструмент, который может дать вам прямо сейчас хоть какое-то представление.»

У PageRank есть свое место в процессе ранжирования. Это место не столь заметное, как многие могут полагать. Его значимость в [алгоритме ранжирования](#) меньше, чем у многих других факторов, таких как тэг Title или текст ссылок. Оптимизация сайта только для PageRank не даст вам хороших мест. Сущность PageRank такова, что им трудно манипулировать. Поэтому, если вы получите хороший вес PageRank, вашим конкурентам будет трудно сравняться с вами. Стоит ли ваше время того, чтобы серьезно сосредотачиваться на PageRank, это личное решение, которое зависит от уровня вашей конкуренции. Я безусловно верю, что как минимум всегда стоит понять, как PageRank работает, и помнить это всякий раз, когда вносятся изменения или создаются новые сайты — помнить всего лишь как другие факторы, такие как текст ссылок и ключевые слова, которые всегда у нас в мыслях.

Этот документ вызвал справедливую череду вопросов и обсуждений среди тех, кто его уже прочел. Возможно, что в какой-то момент в будущем я создам список часто задаваемых вопросов. До этой поры, однако, те, кто ищут дальнейшую информацию могут писать мне на [chris@searchenginesystems.net](mailto:chris@searchenginesystems.net) [соответственно, задавать вопросы мне, Александру Садовскому, можно по адресу [sadovsky@mail.ru](mailto:sadovsky@mail.ru) — прим. А. С.], или вы можете захотеть взглянуть на дискуссию, произошедшую из-за первой версии этого документа, на <http://www.ihelpyouservices.com/forums/t916/s.html>.

## Послесловие от Александра Садовского

Несмотря на многие замечания, высказанные в сторону Криса, я благодарен ему за столь большой труд, который заставил задуматься и лучше понять этот интересный алгоритм PageRank. Тем не менее, ряд вопросов остался еще за рамками обсуждений.

## Как лучше понять PageRank?

Народная мудрость гласит, что лучше сто раз пощупать, чем один раз увидеть. Поэтому только работа с моделями PageRank позволяет прочувствовать этот алгоритм до конца. «А если тут добавить ссылку? Или поставить ссылку на внешний сайт? Может, лучше сделать кольцо из ссылок?..» Все это реально опробовать на модели. Я предлагаю вам для изучения две модели.

Первая модель сделана мной в Excel 2000 ([скачать модель](#)) и дает возможность работать с 12 страницами (этого достаточно для всех примеров из данной статьи). Формулы не скрываются, поэтому, при необходимости, число страниц довольно легко расширить до необходимого количества. Если у вас есть Excel, это, пожалуй, лучший вариант, так как вы можете полностью контролировать вычисления и изменять структуру моделируемого сайта так, как вам угодно.

[Вторая модель](#) написана Марком Хоррэллом и работает только в онлайн, но она также стоит внимания. Модель позволяет задать связи до 50 страниц, выбрать для них имена, начальный вес PageRank и просчитать веса PageRank с количеством итераций вплоть до 100.

## Как удержать вес PageRank внутри сайта?

Рассказывая о сложных структурах, помогающих сохранить вес PageRank внутри сайта, Крис не упоминает о двух простых методах.

Первый предложен мной — использование JavaScript. Поисковики не индексируют его (причина довольно очевидна — интерпретация JS для каждой страницы потребует гигантские вычислительные ресурсы). Следовательно, любая внешняя ссылка, оформленная на JS будет нормально восприниматься пользователями (99% работают со включенным JS), но при этом не учитываться поисковиками, а, значит, и не принимать участие в расчетах PageRank. Таким образом, для поисковой машины ваш сайт будет без единой внешней ссылки, и проблема удержания веса исчезает полностью.

Второй метод не менее изящен и предложен самим Крисом. Если все внешние ссылки сосредоточены на нескольких страницах, то достаточно всего лишь запретить их индексацию с помощью файла robots.txt, и поисковая машина не будет знать, что у вас на сайте есть внешние ссылки.

Безусловно, такое поведение будет нечестным, если вы договариваетесь об обмене ссылками с каким-либо сайтом. Однако, во всех остальных случаях, когда вы ставите ссылки добровольно, чтобы сделать работу пользователей удобней, никто не мешает вам сохранить вес PageRank внутри сайта.

## Как выбирать сайты для получения ссылок?

Рекомендация Криса была такой: «...получайте ссылки с сайтов, которые кажутся подходящими и имеют хорошее качество, независимо от их текущего веса PageRank». Это верно, но как оптимизировать соотношение качества ссылок и затрат времени на их получение? Решение есть. Качеством ссылок, как показал Крис, управлять практически невозможно, значит, необходимо сократить затраты времени на их добывание. Вспомните для начала, что временные потери складываются из двух факторов: во-первых, времени на написание просьбы о ссылке, и, во-вторых, числа положительных результатов (какой процент ссылок реально добавлен). Написание просьбы о ссылке существенно оптимизировать нельзя, так как рисковать сайтом, рассылая спам, зачастую неоправданно. Следовательно, ускорить добывание ссылки можно только в том случае, когда процент положительных результатов будет максимальным.

И для этого я пользуюсь своим методом, который называю «делай, как все». Суть его проста: вначале нужно получить относительно большой список конкурирующих сайтов — хотя бы 50-100 конкурентов — это можно сделать, например, задав целевой запрос в поисковике или заглянув в соответствующий раздел каталога. На основе этих данных легко получить через поисковик список страниц, ссылающихся на каждого из конкурентов. Отсортировав его в порядке убывания числа упоминаний и исключив страницы, которые уже ссылаются на ваш сайт, получаем перечень страниц, которые согласились дать ссылку большому числу конкурентов. Так почему же они откажутся дать ссылку вам? Скорее всего, это будут тематические каталоги, обзоры, сайты ассоциаций и объединений, где вы быстро и без труда получите ссылку. Если при этом учесть, что через Google вы можете узнать только ссылки, у которых Тулбаровский PageRank больше или равен 3, то в вашу выборку автоматически попадают страницы только с высоким весом. Неплохо, правда?!

## Не забывайте о цели!

После того как ссылки получены, не забывайте о цели своей работы — получить высокий вес PageRank для сайта. Следовательно, поисковик должен знать про страницу, которая добавила вашу ссылку. Конечно, можно надеяться, что рано или поздно он ее сам найдет, но не лучше ли добавить эту страницу в базу сразу же? Если ссылок получается очень много, имеет смысл создать страницу, на которой перечислить все ссылающиеся на ваш сайт страницы, и вносить в поисковик именно страницу-список.

Не забывайте также регулярно изучать логи и смотреть, откуда к вам ходят. Почти треть незнакомых мне ссылок, по которым пришли на мой сайт, оказывались незарегистрированными в поисковике.

## Авторские права

Вы можете воспроизводить этот документ или его мысли, целиком или по частям, указав, что вы взяли информацию у «[Chris Ridings, www.searchenginesystems.net](http://www.searchenginesystems.net)». Если воспроизводимая информация берется из комментариев или послесловия, вы должны также указать, что информация предоставлена «[Александром Садовским, http://digits.ru/](http://digits.ru/)»

Информация предоставлена «[Александром Садовским, http://digits.ru/](http://digits.ru/)»

## Фальшивый PageRank

*[Автор: Игорь Иванов \(Sevab\)](#)*

**Фальшивый Page Rank** становится серьезной проблемой. Когда кто-нибудь выставляет домен на продажу, PageRank домена может быть значительно поднят. Это возможно если мошеннический домен использует **301 и 302 перенаправления** (redirects), которые указывают на сайты с более высоким Пэйдж Рэнком. Это хорошо известный трюк в мире **поисковой оптимизации**, но люди не знакомые с **СЕО** могут быть легко обмануты.

Сайт может иметь **высокий ПР** когда PageRank возвращенный с серверов Гугл на самом деле является рейтингом другого сайта. Сайты с ложным Page Rank на самом деле обманывают Google, чтобы тот поверил что это два идентичных сайта и соответственно присвоил им одинаковый PR.

### Как фальшивый PageRank работает?

Чтобы сфальсифицировать гугл рейтинг нужно использовать **301 перенаправление** на сайт с более высоким рейтингом. **301 редирект** говорит поисковой машине, что страница перемещена постоянно. Когда поисковый робот читает это, он решает, что страница перемещена навсегда и присваивает обеим веб. страницам одинаковый PageRank.

Скрипты с такими перенаправлениями написаны так чтобы автоматически определять бот Google и перенаправлять его на сайт с высоким Пэйдж рэнком. Таким образом можно достаточно эффективно запутать Гугл и заставить его думать что обе страницы это одно и тоже и обе должны иметь одинаковый ПР (разумеется более высокий).

### Как защитится от фальшивого PageRank?

В инете много сайтов определяющих Page Rank. Но трудность в том что немногие из них могут сказать вам действительный это ПР или ложный. Наш [Fake PageRank Checker](#) сможет определить достоверность Page Rank проверяемого сайта, а также количество обратных ссылок и нахождение в самых важных каталогах.

### Детектирует ли Google фальшивые PageRank?

Много людей платят за ссылки со страниц с высоким ПР. Но неожиданно эти страницы получают PageRank 0 (ноль). Это значит, что такие страницы больше не передают ни какого веса. Возможно гугл

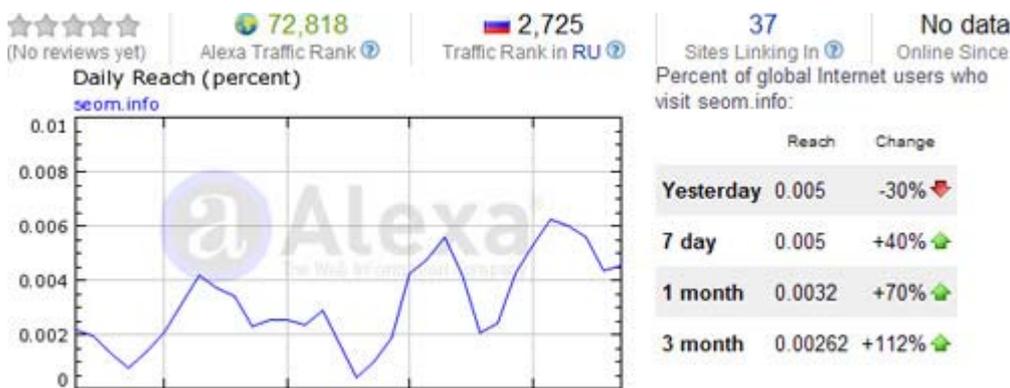
определил что PageRank фальшивый, возможно узнал о продажных ссылках. Одно можно сказать наверняка, если это только **продажные ссылки**, то передаваемый вес полностью не теряется.

На самом деле у таких страниц PageRank не ноль, Google просто наказал эти сайты, чтобы понизить **ценность продажных ссылок**. Большинство из этих страниц продолжают получать хороший трафик из поисковиков.

Определить истинность ПР вы можете воспользовавшись нашим сервисом [Определение фальшивого Pagerank](#).

## Актуален ли Alexa Rank

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Совсем недавно мы провели [обзор целой кучи инструментов](#) и продолжая эту тему, я подумал что будет не плохо поговорить и о Alexa.

Я бы не сказал, что [Alexa](#) единственный в своем роде сервис, но они предоставляют один из лучших бесплатных сервисов. Иногда кажется, что Alexa отстает в развитии и становится похожим на старую рухлядь, а иногда — идет в ногу со временем.

Недавно я заметил, что они добавили несколько прекрасных возможностей, которые стоят того, чтобы на них обратили внимание.

## Трафик

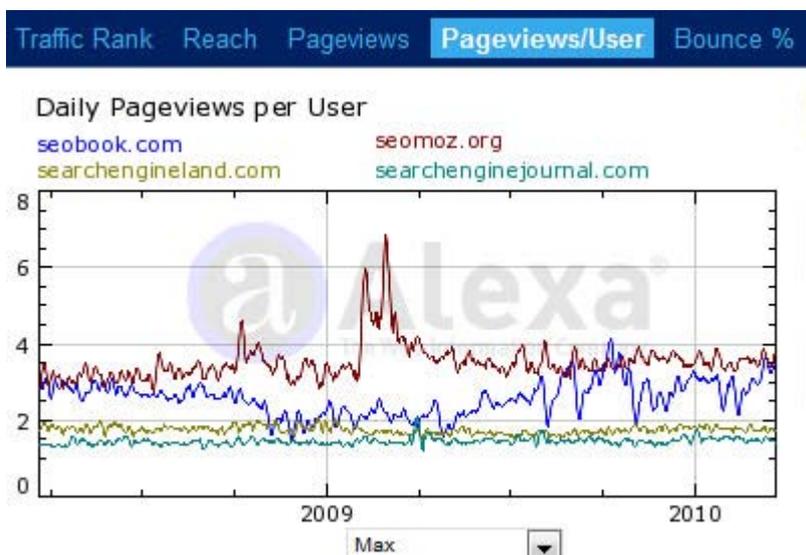


Самой популярной вещью в Alexa всегда являлся их **трафик ранг**. А популярен он потому, что всегда на слуху и хорошо разрекламирован.

Я никогда не рассматривал этот инструмент как самый точный, т.к. такие инструменты для работы с трафиком всегда имеют свои ошибки. Помня все это, вы можете воспользоваться [Alexa](#), [Google Website Trends](#) / [DoubleClick Ad Planner](#), [Compete.com](#), [Quantcast](#) и посмотреть разницу между тем, как они будут оценивать трафик вашего сайта или определенное количество трафика между несколькими сайтами и т. д.

Не смотря на то, что я не верю числам в Alexa, некоторые люди придают им не малое значение. Некоторые инвесторы(спонсоры) используют их. А когда Маркус Френд запускал проект PlentyOfFish, он делал редирект пользователей, приходивших с Alexa, до тех пор, пока сайт окончательно не встал на ноги.

## Просмотров страниц на посетителя



Это очень замечательный пример того, насколько сайт полезен и интересен пользователям. Обычно менее интересными являются сайты с тематикой, связанной с ценными бумагами, т. к. такие сайты либо сразу продают что-то, либо посетители сразу же покидают их. Так же с помощью этого инструмента вы можете посмотреть сколько времени на сайте провел пользователь.

## Показатель покинувших сайт пользователей (%)



Выше представлено различными цветами процент ушедших с сайта людей после просмотра одной страницы. График желтой линией показывает количество посетителей ушедших с сайта где есть pop up окна.

Конечно pop up даст большее количество зарегистрировавшихся пользователей на вашем сайте, но мы оставили этот прием, т.к. это идет в разрез с нашим маркетингом (наши пользователи склонны к совершению покупки после проведения определенного количества времени на нем) и поэтому пользователи, которые были чувствительны к pop up окнам сразу отбрасывались как покупатели.

## Ресурсы, куда уходят посетители сайта seobook.com после его посещения (в %)

### Downstream Sites

Percent of total visits to seobook.com followed by a visit to the downstream site.



Куда они сливаю трафик? Куда попадают их посетители?

## Источники трафика сайта seobook.com (в %)

### Upstream Sites

Percent of total visits to seobook.com preceded by a visit to the upstream site.



Каковы источники трафика? Во многом и не удивительно, что некоторые сайты быстро теряют популярность имея зависимость от социальных сетей: подходит сайт молодежи или пожилым, чем они занимаются в офлайне, нужна ли сайту аудитенция, которую трудно получить в социальных сетях и т. д.

Такая статистика поможет вам грамотно разместить рекламу, проследить насколько [эффективна поисковая реклама](#), а так же вы увидите какие сайты близкие к вашему склонны посетить ваши пользователи. DoubleClick Ad Planner тоже имеет один ужасающий инструмент — сайты близкие по интересам пользователей:

## Посещенные сайты

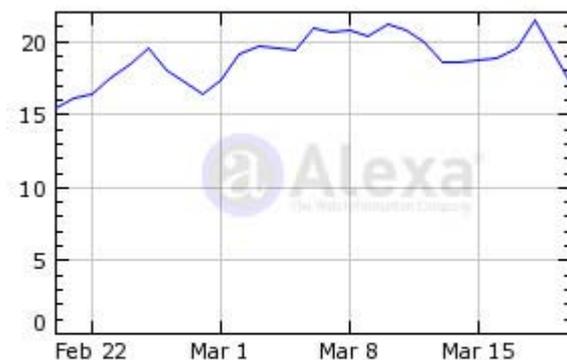
### Sites also visited

Site	Affinity ?
<a href="#">ppcblog.com</a>	309.1x
<a href="#">wordstream.com</a>	260.7x
<a href="#">seobullshit.com</a>	287.4x
<a href="#">distilled.co.uk</a>	240.2x
<a href="#">davidnaylor.co.uk</a>	219.6x
<a href="#">webuildpages.com</a>	215.2x
<a href="#">seoblackhat.com</a>	216.0x
<a href="#">majesticseo.com</a>	194.2x
<a href="#">wolf-howl.com</a>	194.7x
<a href="#">seoptimise.com</a>	198.2x

## % Поискового трафика

### Search Traffic

The percentage of site visits from search engines.



Period	Percent of Site Traffic
Last 30 days	19%
Last 7 days	19.3%
Yesterday	14.8%

Здесь показано процентное соотношение поискового трафика. Если он невероятно высок, это означает что сайт полностью зависим от поисковиков и нужно задуматься над поиском альтернативных источников трафика.

А если он очень низкий и ссылочная масса вашего сайта равна массе конкурента, который ранжируется выше, то следует проанализировать ключевики, не упускаете ли вы важные. Такую же информацию вы сможете раздобыть с помощью Compete.com или SEM Rush.

## % распределение пользователей по поддоменам сайта seobook.com

### Where Visitors Go on Seobook.com

Subdomain	Percent of Site Traffic
<a href="http://tools.seobook.com">tools.seobook.com</a>	57.8%
<a href="http://seobook.com">seobook.com</a>	23.5%
<a href="http://community.seobook.com">community.seobook.com</a>	14.4%
<a href="http://training.seobook.com">training.seobook.com</a>	3.6%
<a href="http://support.seobook.com">support.seobook.com</a>	0.4%

Имеется ли на сайте сообщество? Расположено ли оно на поддомене и как активны пользователи. Если у вас 5-10% трафика сосредоточено в закрытых зонах сайта, то это довольно не плохой результат.

## Топ поисковых запросов

### Top Queries from Search Traffic

The top queries driving traffic to seobook.com from search engines. Updated monthly.

Query	Percent of Search Traffic
1 <a href="#">seo tools</a>	4.49%
2 <a href="#">seo for firefox</a>	2.89%
3 <a href="#">link building</a>	2.88%
4 <a href="#">seo book</a>	2.49%
5 <a href="#">keyword tool</a>	1.98%
6 <a href="#">seobook</a>	1.51%
7 <a href="#">google keyword tool</a>	1.44%
8 <a href="#">rank checker</a>	1.25%
9 <a href="#">3 way links</a>	1.05%
10 <a href="#">seo training</a>	1.02%

Этот инструмент позволяет отследить конкурентные запросы. Если вы теряете позиции по главным поисковым запросам, это может натолкнуть на мысль о том, что у вас воруют контент и следует задуматься о скрытии части контента от не зарегистрированных пользователей.

Если вы установите тулбар Alexa, то вы получите некоторые дополнительные возможности в анализе поисковых запросов.

## Демографическая статистика - трафик seobook.com по странам

### Seobook.com's Worldwide Traffic Rank

Country	Rank
 Australia	390
 United Kingdom	391
 Pakistan	420
 India	436
 United States	495

А так же вы можете получить более детальную демографическую статистику.

### Audience Demographics for Seobook.com

Relative to the general internet population how popular is seobook.com with each audience below?



Многие сайты будут иметь похожую статистику, но даже такая статистика как местонахождение может показать использование сайта (частной персоной или компанией). Сравним статистику сайта [SeoMoz](http://www.seomoz.com), она будет практически идентичной:

### Audience Demographics for Seomoz.org

Relative to the general internet population how popular is seomoz.org with each audience below?



Посетители сайта немного моложе (я думаю, что иногда моя циничная натура отталкивает молодое поколение), большее количество получивших образование в колледже и мы немного популярнее у посетителей, работающих на себя.

A searchengineland.com имеет одинаковую статистику с SeoMoz, но немного больше посетителей с рабочих мест и больше посетителей получивших образование в колледже.

### searchengineland.com

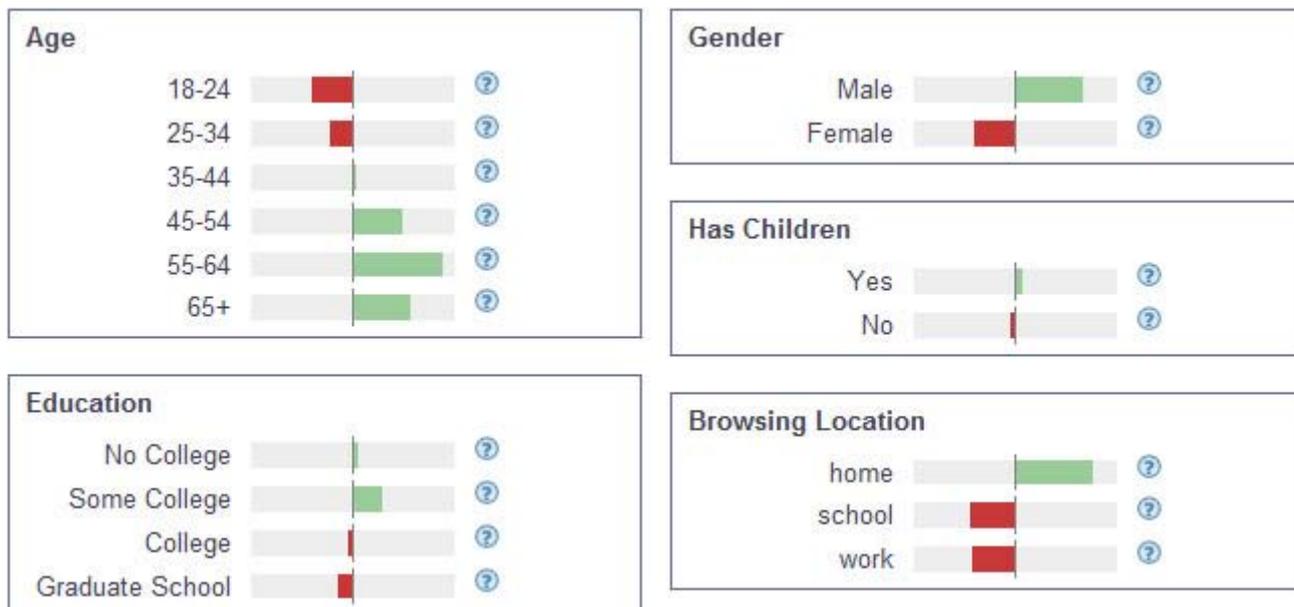
### Audience Demographics for Searchengineland.com

Relative to the general internet population how popular is searchengineland.com with each audience below?



Так же существуют сайты имеющие совершенно не целевую аудиторию. Разрабатывались такие сайты для продаж, полностью завешанные навязчивой рекламой?

Пробежавшись по сайтам в Alexa, вы найдете сайты со следующей аудиторией: старые безнадежные американцы, у которых до сих пор низкоскоростной интернет, и... Я не думаю, что такие сайты будут хоть что-то продавать.



Я думаю, что возрастная разница нашей аудитории - это практически все возраста потому, что мы предлагаем бесплатные инструменты, которые рекомендованы аудитории готовой покупать такие продукты.

А какова демографическая статистика в вашей нише? Попробовали ли вы все возможности Алекса? Что вы можете добавить по этому поводу?

[MyOST](#): со мной не однократно спорили люди по поводу того, что Алекса Ранг - актуален для рунета. Более того, приводили даже "типа статистику" пользования тулбаром Алексы в рунете. Повторюсь - для рунета считаю совершенно не актуальными, все из-за методики сбора данных, как раз за счет тулбара. Как только у кого-то появится хоть на какую-то долю процента актуальная статистика использования тулбара, тогда можно о чем-то говорить.

Источник: [Is Alexa Relevant in 2010?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Что такое Alexa Rank, для чего он нужен, установка Alexa Toolbar...

[Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo](#)

Ранее мы довольно подробно рассмотрели все вопросы, связанные с показателем продвижения [ТИЦ \(тематическим индексом цитирования\) от Яндекса](#), а так же очень подробно и, как я надеюсь, всесторонне рассмотрели [показатель продвижения Google PageRank \(PR\)](#) от второй по значимости в рунете поисковой системы Google. Теперь пришла очередь **Alexa Rank**, который косвенно **характеризует посещаемость** того или иного **вебсайта**.



## Что показывает Alexa Rank и для доменов какого уровня он рассчитывается

**Alexa Rank** для рунета не является таким важным, значимым и известным показателем продвижения веб-проекта, как его старшие собраты ТИЦ и Google PageRank (PR), но тем не менее, он учитывается многими рекламодателями при принятии решения о размещении или не размещении рекламы на вашем сайте. Почему, спросите вы. Да потому, что Alexa Rank, хоть и косвенно, но все же отражает общую картину посещаемости вашего веб-проекта, а для рекламодателя посещаемость сайта зачастую является основополагающим критерием при выборе рекламной площадки.

Такие вот дела. Волей неволей, большинству владельцев вебсайтов приходится заботиться о значении показателя Alexa Rank и стараться его понизить. Да, да, я не оговорился, именно понизить, т.к. в отличии от ТИЦ и PageRank, показатель **Alexa Rank** для вашего сайта **будет тем лучше, чем он будет меньше**. Причем показатель Alexa Rank присваивается только домену второго уровня (более подробно о доменах читайте в этой статье - [Доменное имя — что это такое и для чего нужно](#)). Для поддоменов (доменов третьего уровня и выше) показатель Alexa Rank не рассчитывается. Что из этого следует?

Довольно неприятный факт для блогов, расположенных на бесплатных блогахостингах. В этом случае у вашего блога по любому будет доменное имя третьего уровня, как например, у одного из моих миниблогов на очень популярном блогахостинге - <http://ktonanovenkogo.livejournal.com/>. И для того, чтобы **посмотреть значение Alexa Rank** для этого домена третьего уровня, нужно будет в адресной строке браузера набрать:

1 <http://www.alexa.com/siteinfo/ktonanovenkogo.livejournal.com>

Но на странице статистики посещаемости Alexa мы увидим информацию не о конкретном блоге <http://ktonanovenkogo.livejournal.com/>, а обо всем сервисе [livejournal.com](http://www.livejournal.com/) (домене второго уровня):

The screenshot shows the Alexa website interface. At the top, the URL is <http://www.alexa.com/siteinfo/ktonanovenkogo.livejournal.com>. The main header includes the Alexa logo and navigation links: Home, Top Sites, Site Info, What's Hot, Toolbar, For Site. Below the header, there's a search bar with the text 'livejournal.com' and a 'Search' button. A warning message states: 'Images or video content may be unsuited to certain users.' Below that, there's a 'Turn Safe Mode OFF' button. The main content area displays several statistics: '20 Reviews' with a star rating, 'Alexa Traffic Rank' with a value of 83 (highlighted by a red box), 'Traffic Rank in RU' with a value of 9, 'Sites Linking In' with a value of 108,261, and 'Online Since' with a date of 15-Apr-199.

Такая вот печальная новость для сайтов, расположенных на бесплатных блогахостингах (или сайтохостингах) или же просто на поддоменах (доменах третьего уровня выше). Из-за этого могут возникнуть проблемы с размещением рекламы на ваших вебсайтах.

Поэтому, если планируете монетизацию вашего веб-проекта ([Возможные способы монетизации сайта](#)) за счет размещения на нем рекламы, то вам в первую очередь следует задуматься о размещении вашего вебсайта на домене второго уровня (подробно о доменах и хостинге читайте [здесь](#)). Хотя это, конечно же, в первую очередь относится к [банерной рекламе](#), т.к. **показатель Alexa Rank**, вряд ли будет иметь влияние на результаты работы [контекстной рекламы](#), размещенной на вашем веб-проекте.

## Как и где можно посмотреть значение Alexa Rank для интересующего вас сайта

Фактически Alexa выстраивает все сайты глобальной сети интернет в один большой список, первое место в котором занимает самый посещаемый вебсайт. А как вы думаете, какой ресурс сейчас находится на первом месте в этом списке? Конечно же, великий и ужасный Гугл.ком. А вы думали кто? Посмотреть первые пятьсот самых посещаемых вебсайтов в мире, по версии Alexa, можно [на этой странице](#), а [на этой странице](#) приведен список самых посещаемых ресурсов рунета. Список первого миллиона самых посещаемых сайтов в мире, по мнению Alexa Internet, можно [скачать отсюда](#).

Для того, чтобы **посмотреть значение Alexa Rank для своего сайта** вам будет достаточно использовать эту ссылку:

1 <http://www.alexa.com/siteinfo/ktonanovenkogo.ru>

Просто замените в конце ссылки `ktonanovenkogo.ru` на доменное имя своего вебсайта. Хотя, можете перейти и по этой, не измененной ссылке, а уже на открывшейся странице ввести в поисковую строку адрес своего проекта:

The screenshot shows the Alexa website interface for the domain `ktonanovenkogo.ru`. The search bar at the top contains the text 'ktonanovenkogo.ru' and a 'Search' button. Below the search bar, there's a warning message: 'Images or video content may be unsuited to certain users.' Below that, there's a 'Turn Safe Mode OFF' button. The main content area displays several statistics: 'No reviews yet' with a star rating, 'Alexa Traffic Rank' with a value of 45,674 (highlighted by a red box), 'Traffic Rank in RU' with a value of 1,701, 'Sites Linking In' with a value of 61, and 'Online Since' with the text 'No data'. At the bottom, there's a navigation menu with links: Traffic Stats (highlighted by a red box), Search Analytics, Audience, Contact Info, Reviews, Related Links, and Clickstream.

Значение Alexa Traffic Rank (ваше место в мировом рейтинге сайтов) вы можете увидеть сверху открывшейся страницы. Причем, отображается не текущее на сегодняшний день значение Alexa Rank, а **усредненное за три последних месяца значение Alexa Rank для вашего сайта**. Рядом с мировым значением Alexa Traffic Rank будет приведено значение Traffic Rank для той страны, к которой относится

доменное имя вашего веб-проекта (в моем случае приводится значение Traffic Rank in RU). Т.е. получается, что мой блог KtoNaNovenkogo.ru занимает по уровню посещаемости примерно сорокопятитысячную позицию в мировом рейтинге и тысячасемисотую позицию в списке самых посещаемых ресурсов рунета.

Попасть в первые сто тысяч сайтов мирового рейтинга Alexa Rank считается очень почетно. Причем, как вы уже могли убедиться, кроме мирового рейтинга Alexa Rank существуют рейтинги по отдельным странам, позиции в которых у вас могут быть, естественно, гораздо выше (числовое значение меньше), чем позиции в мировом рейтинге Alexa Rank. Хорошо, значит компания Alexa осуществляет подсчет посещаемости всех вебсайтов в интернете и на основании этих данных составляет свой список-рейтинг веб-ресурсов.

Узнать значение Alexa Rank сразу для множества вебсайтов можно с помощью [сервиса массовой проверки Alexa Rank](#). В предложенную на этом сервисе форму, вам нужно будет ввести адреса интересующих вас сайтов (по одному адресу на каждой строчке) и нажать на кнопку "Проверить Alexa Rank". В результате, вы увидите список указанных вами адресов вебсайтов с соответствующими им значениями Alexa Rank.

## Каким образом на сервисе Alexa Internet собирается информация о посещаемости (трафике) всех сайтов в интернете

Но откуда же Alexa черпает информацию о посещаемости всех веб-проектов интернета? Ведь далеко не все владельцы сайтов устанавливают [счетчики посещаемости](#), да и те кто устанавливает, вряд ли как-то смогут помочь Alexa в подсчете посещаемости того или иного вебсайта, ибо уж очень сложно будет собирать информацию с десятков или даже сотен сервисов по всему миру, предоставляющих возможность установки счетчика посещаемости на ваш веб-проект. Тут явно нужен другой способ сбора данных о посещаемости всех сайтов в интернете. Но давайте сначала я скажу пару слов о самой компании Alexa.

Как гласит Википедия (а она, как правило, не врет), **компания Alexa Internet** является дочерней компанией Amazon. Организована Alexa Internet была в 1996 году и занималась тем, что предлагала пользователям бесплатно скачать и установить в свой браузер **тулбар Alexa Toolbar** (плагин, по другому). Это тулбар давал пользователям возможность просматривать дополнительную информацию о посещаемом ими ресурсе, а так же осуществлять из этого тулбара поиск.

Как ни странно, но этот тулбар от компании Alexa Internet получил довольно большое распространение в интернете (в рунете он, правда, до сих пор не очень популярен) и на его основе стало возможно оценивать посещаемость веб-проектов всего интернета. Для этой цели данные о посещенных пользователями (с установленным тулбаром Alexa Toolbar) страницах, отправлялись на сервера Alexa Internet, где хранились и обрабатывались. Именно на основе этих данных и **формируется показатель Alexa Rank** для всех сайтов в интернете.

Получается, что данные для Alexa Rank собираем мы с вами - обычные пользователи интернета, установившие в свой браузер Alexa Toolbar. Но вы можете сказать, что у вас не установлен Alexa Toolbar и более того, он скорее всего не будет установлен и у большинства ваших знакомых. Да, **в рунете Alexa Toolbar не очень распространен**, в отличие от буржунета. Но тем не менее, даже на основании данных, собранных теми немногими тулбарами, которые установлены у некоторых пользователей рунета, можно делать качественную оценку посещаемости вебсайтов рунета.

Конечно же, чем больше будет установлено тулбаров Alexa Toolbar у пользователей рунета, тем более точной будет оценка посещаемости ресурсов русскоязычного сегмента сети, но на нет и суда нет. Приходится довольствоваться тем, что есть. Причем, есть такая тенденция, что Alexa Toolbar в основном устанавливают вебмастера или же люди, близкие к вебмастерингу, а следовательно показатель Alexa Rank для сайта с близкой к вебмастерингу тематикой, скорей всего будет выше (число Alexa Traffic Rank

меньше), чем показатель Alexa Rank для сайта с аналогичной посещаемостью, но тематикой далекой от вебмастеринга.

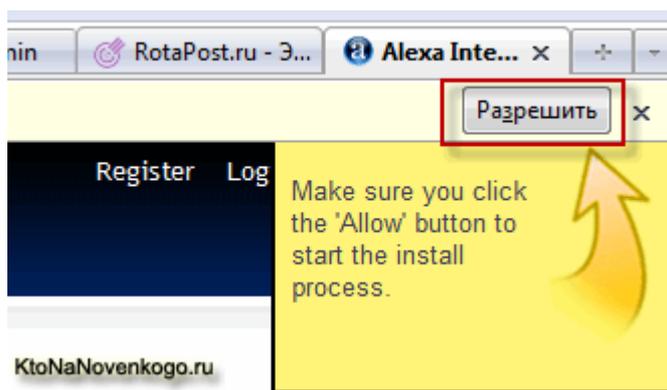
Так что, уважаемые начинающие и уже состоявшиеся вебмастера, надеюсь, что в вашем браузере уже установлен Alexa Toolbar и просматривая эту страничку моего блога вы тем самым повышаете (а на самом деле понижаете число Alexa Traffic Rank) показатель Alexa Rank для блога KtoNaNovenkogo.ru. Если да, то я вам искренне за это благодарен, ну, а если нет, то самое время будет **установить в свой браузер Alexa Toolbar** и в первую очередь не для того, чтобы помочь мне потеснить Гугл.ком на его первом месте рейтинге Alexa Rank, а для **улучшения показателя Alexa Rank вашего собственного сайта**.

Да, да, даже просто просматривая или работая со своим веб-проектом через браузер с установленным Alexa Toolbar, вы со временем сможете существенно уменьшить показатель Alexa Rank для вашего вебсайта, особенно на первых порах становление проекта, когда посещаемость низкая, а показатель Alexa Rank переваливает за несколько миллионов (как вы помните, чем меньше Alexa Rank, тем лучше). Ну, а еще лучше будет, если вы попросите установить Alexa Toolbar на свои браузеры еще и своих друзей, знакомых, родственников и обяжете их регулярно заходить на ваш вебсайт. Поэтому давайте сейчас посмотрим, где можно **скачать Alexa Toolbar** и как его установить на свой браузер.

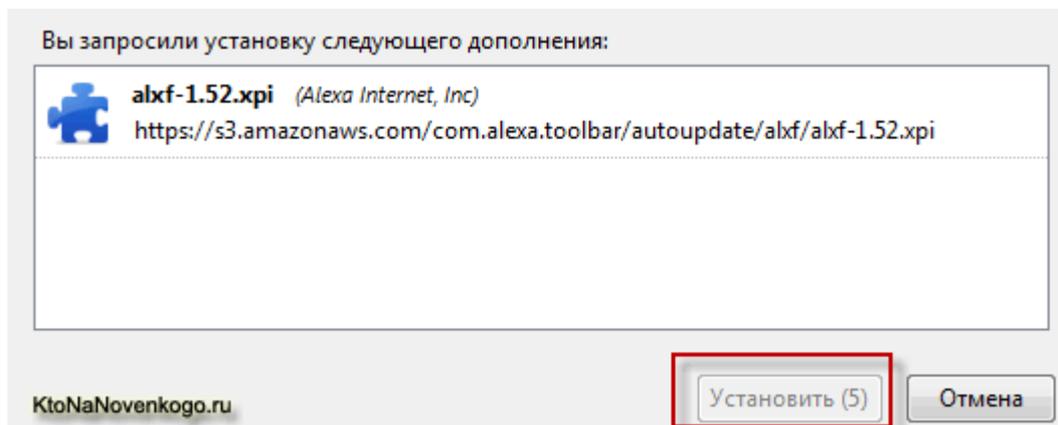
## Скачиваем и устанавливаем Alexa Toolbar в браузер Firefox

Ну вот, сразу засада. Оказывается **Alexa Toolbar предназначен только для одного браузера - Firefox**. Ну, да ладно, вы уже, наверное, привыкли, что действительно стоящие расширения, как правило, работают только с Firefox. Яркий тому пример - [FireBug для Firefox](#), который не имея полноценных аналогов для других браузеров, является одним из самых востребованных у вебмастеров расширением для браузера (читайте об этом подробнее [здесь](#)).

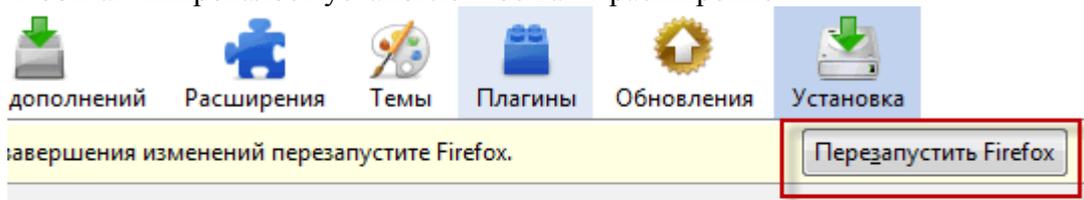
Скачать Alexa Toolbar можно [с этой страницы](#). Причем, удобнее всего будет зайти на эту страницу из под Firefox, ибо в этом случае будет сразу осуществлена установка Alexa Toolbar в ваш Firefox. Итак, для установки вы щелкаете по кнопке "**Install Alexa Toolbar**", соглашаетесь с условиями лицензионного соглашения, а затем жмете на кнопку "Разрешить" в верхнем правом углу страницы (это Firefox, на всякий случай, спрашивает вас, действительно ли вы намерены установить это расширение, или же это злобный вирус пытается себя установить):



Затем вы увидите окно с названием расширения, которое вы планируете установить. В этом окне вам нужно будет нажать на кнопку "Установить".



По окончании установки в этом окне появится кнопка, позволяющая перезагрузить Firefox для того, чтобы активировалось установленное вами расширение:

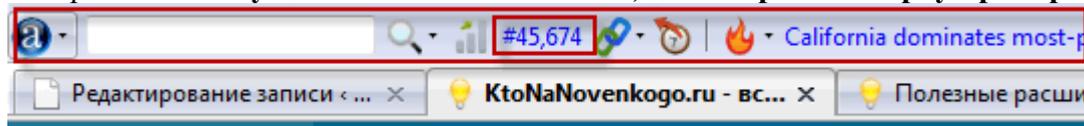


### Alexa Toolbar 1.52

Для завершения установки требуется перезапуск.

KtoNaNovenkogo.ru

После перезапуска Firefox, в панели инструментов браузера вы увидите строку с Alexa Toolbar, где будет отображаться **текущее значение Alexa Rank**, для открытой в браузере страницы:



А в случае, если вы зайдете [на страницу скачивания Alexa Toolbar](#) из под другого браузера, то после принятия вами лицензионного соглашения, запустится диалог скачивания файла с расширением XPI, который затем еще потребует установить в Firefox. Для установки любого плагина в Firefox из скачанного файла, вам нужно будет открыть сам Firefox, из верхнего меню выбрать «Файл» — «Открыть файл», а затем найти на вашем жестком диске только что сохраненный плагин (в нашем случае файл с расширением XPI). В результате, начнется стандартный процесс установки плагина в браузер Firefox, описанный выше.

Кстати, вместо Alexa Toolbar, с той же самой страницы загрузки, вы можете **скачать Alexa Statusbar**, который после установки будет отображаться в правом нижнем углу браузера:



Теперь, посещая различные ресурсы в интернете (включая ваш собственный сайт) вы будете вносить вклад в повышение значения показателя Alexa Rank для посещенных вами вебсайтов. Я, например, работаю над своим блогом исключительно в Firefox, ибо это однозначно оптимальный для вебмастеринга браузер. Тем самым, я немного **улучшаю показатель Alexa Rank** для своего блога. Но другие ресурсы я посещаю исключительно при содействии Оперы, т.к. привык к ней за многие годы, да и побыстрее и

пошустрее Опера, чем другие браузеры. Хотя, конечно же, Google Chrome может составить ей серьезную конкуренцию, но к нему я, пока еще, не привык.

Но для Оперы есть замечательный плагин под названием **SEObар для Оперы**, который показывает значение **Alexa Rank** для посещаемых страниц (подробнее об этом плагине читайте в статье [SEObар для Оперы — удобный и информативный SEO плагин для Оперы](#)).



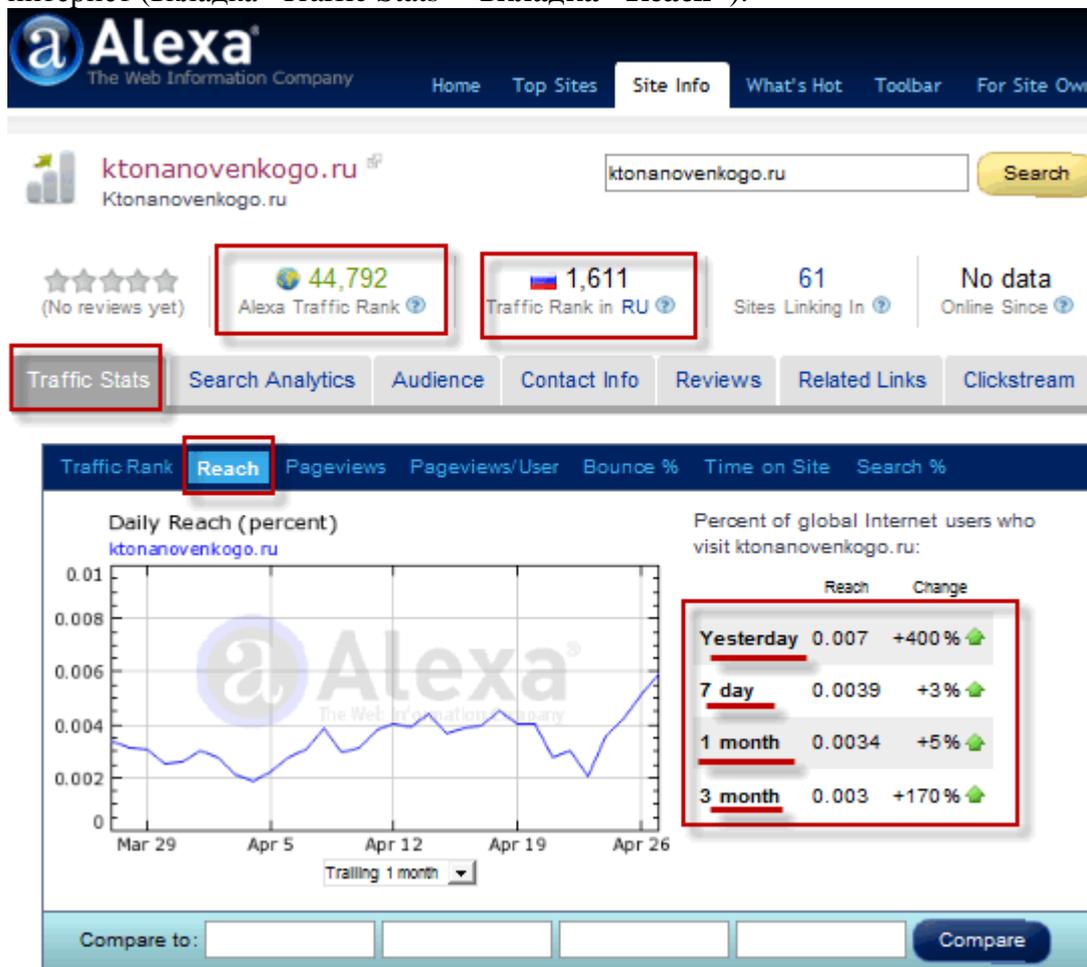
Щелкнув по значению Alexa Rank на панели плагина SEObар для Оперы, вы попадете на страницу Alexa со статистикой посещаемости, для открытой в браузере страницы.

## Работа со статистикой посещаемости для вашего сайта на сервисе Alexa Internet - Alexa Traffic Rank, Alexa Reach и др.

Теперь, давайте посмотрим, какую полезную информацию мы сможем извлечь из **статистики, собранной Alexa Internet** для вашего или любого другого вебсайта. Итак, еще раз напомним, что попасть на страницу статистики Alexa Internet для вашего проекта, вы можете либо щелкнув по цифрам Alexa Rank на панели Alexa Toolbar в вашем браузере Firefox (когда в нем открыта страница вашего сайта), либо щелкнув по цифрам Alexa Rank на панели SEObар для Оперы в вашем браузере Опера (опять же с открытой в нем страницей вашего вебсайта), либо просто введя в адресную строку браузера:

1 [http://www.alexa.com/siteinfo/vash\\_sait.ru](http://www.alexa.com/siteinfo/vash_sait.ru)

В результате, вы попадете на страницу статистики Alexa, где будет отображено процентное соотношение количества посетителей вашего веб-проекта от общего количества пользователей глобальной сети интернет (вкладка "Traffic Stats" - вкладка "Reach"):



На этой странице будет приведен график изменения этого значения **Alexa Reach** (процент посетителей вашего сайта относительно общего числа пользователей интернета) за последний месяц, а так же

будут приведены цифровые значения Alexa Reach за вчерашний день (поле "Yesterday"), среднее значение Reach за последние семь дней (7 day), месяц (1 month) и три месяца (3 month).

При этом, после значения Alexa Reach, вы можете увидеть динамику роста или падения этого значения, по отношению к предыдущему периоду расчета (зеленая стрелка вверх или красная стрелка вниз, с процентным соотношением изменения показателя). Например, для моего блога, за вчерашний день, значение Reach составило 0.007 процента от общего числа посетителей интернета. Другими словами, мой блог KtoNaNovenkogo.ru посетил каждый пятнадцатитысячный пользователь интернета.

Но главным показателем, который позволяет отслеживать система Alexa, является **Alexa Traffic Rank** (позиция вашего вебсайта в рейтинге самых посещаемых ресурсов интернета), среднее значение которого за три последних месяца вы наблюдаете в своем Alexa Toolbar, либо в панели SEObar для Opera, либо вверху самой страницы статистики Alexa Internet в поле "Alexa Traffic Rank".



Но это, как я уже упоминал, среднее значение Alexa Traffic Rank за последние три месяца. Для того, чтобы посмотреть график изменения этого значения за последний месяц, а так же узнать величину значения Alexa Traffic Rank за вчерашний день, среднее значение за последние семь дней и последний месяц, вам нужно будет перейти на вкладку "**Traffic Rank**" во вкладке "Traffic Stats".

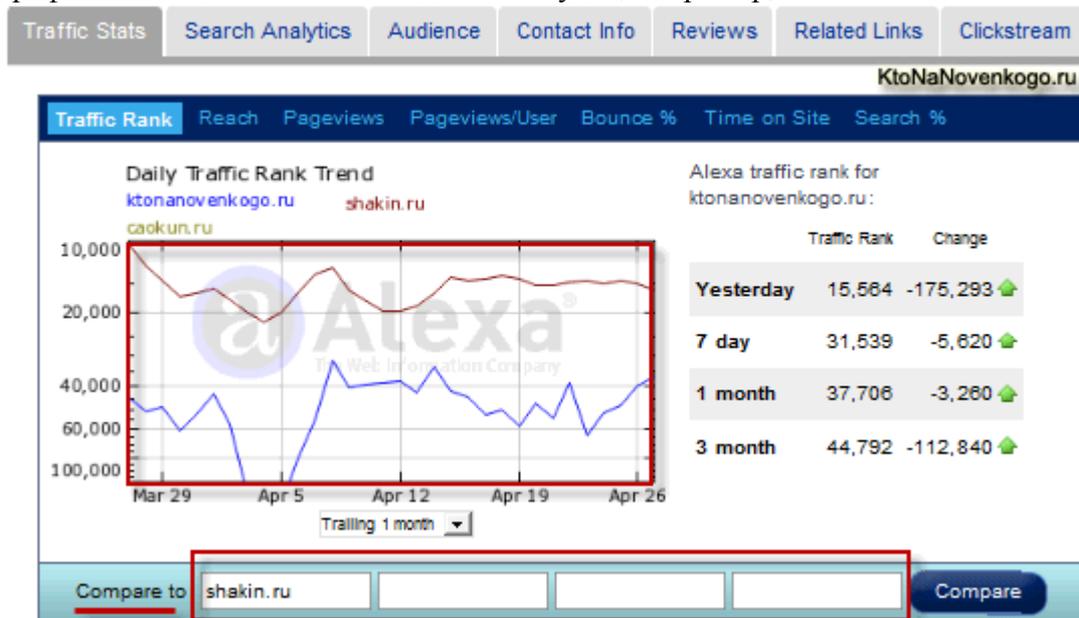


Правда, есть одно "но". График изменения не будет показываться для вебсайтов, чей показатель **Alexa Traffic Rank** будет выше ста тысяч. Вот откуда берется эта магическая цифра 100 000, которую я упоминал выше. Именно начиная с этой позиции в рейтинге самых посещаемых ресурсов интернета (Alexa Traffic Rank) вы получаете доступ ко всей информации по вашему сайту, накопленной на сервисе Alexa Internet.

Вкладка "**Pageviews**" позволяет посмотреть динамику изменения процентного соотношения просмотра страниц вашего сайта, по отношению к общему просмотру страниц во всем интернете. Очень-таки, глобальный параметр. На вкладке "**Time on Site**" вы сможете узнать время, проведенное пользователями на вашем ресурсе. В общем, можно много чего посмотреть и узнать, проанализировать и учесть при просмотре разных вкладок на сервисе Alexa Internet. Всего не охватишь в одной статье.

Кстати, очень удобно и наглядно **использовать возможности Alexa Internet для сравнения своего сайта с конкурентами**. Дело в том, что можно в дополнительных полях "Compare to" под графиками,

вбить адреса вебсайтов ваших конкурентов (или просто оппонентов) и посмотреть в сравнении ваши и их графики посещаемости. Выглядеть это будет, например, так:



Как видно из сравнительного графика, мой блог более чем в два раза уступает выбранному для сравнения ресурсу, по уровню посещаемости. Что примечательно, по статистике [счетчиков посещаемости](#) проигрыш так же составляет примерно тоже значение.

Но я еще раз подчеркиваю, что подсчет статистики посещаемости вебсайтов (трафика) на Alexa Internet носит качественный характер и в особенности это касается рунета. Ибо процент пользователей рунета, использующих при просмотре веб-проектов Alexa Toolbar, очень мал, и следовательно, **оценка посещаемости сайтов рунета с помощью Alexa Rank** носит весьма относительный характер (в силу малой выборки) и зачастую может вообще не соответствовать реальному положению вещей. Особенно это характерно для новых проектов.

Но в то же время, при таком малом проценте пользователей в рунете с установленным Alexa Toolbar, вы сами, установив этот тулбар в свой браузер и интенсивно работая через него со своим сайтом, можете существенно повлиять на показатель Alexa Rank для вашего вебсайта. Такой вот парадокс - получается, что и один в поле воин.

## Получаем код и устанавливаем на своем сайте виджет Alexa Rank

Но кроме того, чтобы самому посещать свой веб-проект с установленным Alexa Toolbar, можно еще установить на свой сайт **виджет от Alexa Internet**. Посетитель вашего веб-проекта, перешедший на сервис Alexa Internet по этому виджету, добавит очков вашему сайту, т.е. будет учтен, как посетитель вашего ресурса. Не ахти что, но все же лучше, чем ничего. Итак, нам нужно будет получить код виджета Alexa Internet и установить его на нужных страницах своего сайта.

Виджеты от Alexa Internet можно сформировать [на этой странице](#). Скорее всего, вам больше подойдут либо второй, либо третий виджет, ибо размещать на своем веб-проекте объемный график вам вряд ли захочется. Для получения кода нужного вам виджета, введите URL своего вебсайта в поле напротив этого виджета и нажмите на кнопку "Build Widget":

### Alexa Traffic Rank Button

This simple little widget allows you to place a traffic rank button/widget onto your site.

Build Widget

Example: [www.joespiza.com](http://www.joespiza.com)

KtoNaNovenkogo.ru

В результате, вы попадете на страницу, где сможете скачать код виджета нужного вам формата (размера):

Small Button (120 x 65)

```
<A href="http://www.alexa.com/siteinfo/http://ktonanovenkogo.ru/"><SCRIPT type="text/javascript">
```

KtoNaNovenkogo.ru



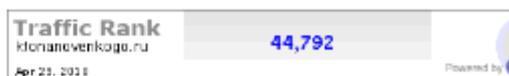
Regular Button (120 x 90)

```
<A href="http://www.alexa.com/siteinfo/http://ktonanovenkogo.ru/"><SCRIPT type="text/javascript">
```



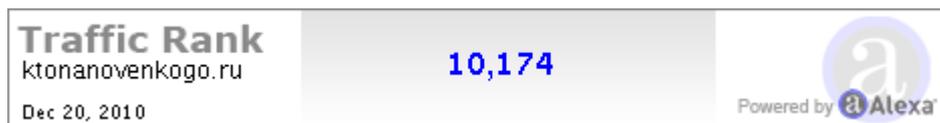
Banner (468 x 60)

```
<A href="http://www.alexa.com/siteinfo/http://ktonanovenkogo.ru/"><SCRIPT type="text/javascript">
```



Установку виджета Alexa Internet на свой сайт вы можете проводить по аналогии с установкой счетчиков посещаемости, которую я подробно описал в этих статьях - [Вставка кода счетчиков посещаемости для сайтов на Joomla](#) и [Вставка кода счетчиков посещаемости на форум SMF и блог под управлением WordPress](#).

На сервисе виджеты Alexa Internet будут выглядеть примерно так:



## Как можно улучшить показатель Alexa Rank для своего сайта

В принципе, многие советы, которые я здесь хочу привести, были уже упомянуты в этой статье, но, думаю, что стоит их еще раз подчеркнуть, ну и добавить кое-что новенькое. Итак, приступим:

- Вы можете установить **Alexa Toolbar** сами и посоветовать его установить своим посетителям (маловероятно, наверное, что они откликнутся на вашу просьбу, но чем черт не шутит). При этом, естественно, вы должны будете регулярно заходить на свой веб-проект из под Файрфокса с установленным Alexa Toolbar. Вообще, лучше будет сразу привыкать работать со своим проектом через FireFox, т.к. это не только позволит улучшить показатель Alexa Rank для своего сайта, но и сама по себе работа с вебсайтом через Файрфокс, на мой взгляд, намного удобнее, чем из под любого другого браузера (взять, хотя бы, тот же [FireBug](#), который имеет полнофункциональную версию только для браузера FireFox).  
Учитывая, что доля пользователей в рунете, у которых установлен Alexa Toolbar крайне мала, даже такой небольшой вклад (вы сами и, возможно, несколько сознательных почитателей вашего проекта), может привести к уменьшению значения Alexa Rank для вашего сайта
- Вторым общедоступным вариантом улучшения показателя Alexa Rank, является **установка виджета Alexa** (читайте об этом чуть выше), переходы по которому, будут учитываться статистикой Alexa как посещения вашего ресурса. Опять же, учитывая очень ограниченную выборку по рунету (мало тулбаров стоит у русскоязычных пользователей сети интернет и мало виджетов установлено на рунетовских сайтах), эта, вроде бы не очень перспективная возможность улучшения Alexa Rank, может принести свои результаты
- Третий вариант улучшения показателя Alexa Rank потребует гораздо больших усилий, нежели способы описанные выше, но и увеличение Alexa Rank будет гарантированным и более существенным. Кроме того вы получите возможность привлечь на свой ресурс дополнительных посетителей, которые не знали о существовании вашего вебсайта лишь по той простой причине, что они не знают русского языка. Наверное, вы уже и сами догадались, что я предлагаю вам

**сделать англоязычную версию своего сайта**, которая сможет привлечь трафик из буржунета, где у многих установлен Alexa Toolbar.

Этот способ хорош со всех сторон, как не посмотреть, но, к сожалению, для его реализации потребуется много времени и способностей к языкам. Хотя, конечно же, можно попробовать воспользоваться для создания англоязычной версии сайта, расширениями, осуществляющими автоматический перевод контента вашего ресурса на английский и создающих страницы с англоязычной версией сайта. Но такие расширения наверняка будут платными, а качество перевода будет оставлять желать лучшего.

- Еще один способ увеличения Alexa Rank, может заключать в привлечении на свой ресурс посетителей, у которых с большой долей вероятности будет установлен Alexa Toolbar. Если убрать из рассмотрения пользователей буржунета и сконцентрировать свое внимание только на рунете, то скорее всего **тулбар от Alexa будет установлен у тех пользователей, которые знают для чего он нужен, т.е. у вебмастеров**. Поэтому, кстати, как я и говорил выше, у веб-проектов, связанных с тематикой вебмастеринга, при прочих равных условиях, показатель Alexa Rank будет выше, чем у вебсайтов с далекой от вебмастеринга тематикой.

Но тем не менее, даже если ваш проект совсем не пересекается с темой вебмастеринга, вы можете привлекать на свой ресурс вебмастеров, хотя бы с форума технической поддержки движка (CMS), на котором работает ваш сайт. Оставьте сообщения на этом форуме, указав в подписи адрес своего вебсайта, а так же, можете создать тему в рубрике "зацените", которая присутствует на многих форумах поддержки того или иного движка сайта.

## Trust Runk и все о нем

[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)

Сегодня речь пойдет о очень важном этапе продвижения это **Trust Runk**, или если перевести на русский уровень доверия.



Trust Runk – в основном относиться к поисковой системе Google, на которую я ставлю акцент при продвижении. **Trust Runk** – это уровень доверия Гугла к сайту, и давайте рассмотрим от каких нюансов это доверие зависит:

### 1. Возраст сайта

Возраст сайта влияет на уровень доверия, чем старше сайт, тем лучше для продвижения. Возраст сайта можно проверить по информации в домене, по дате публикации контента, если такая имеется, а так же по Copyright указанному на сайте.

### 2. Доменная зона

Прежде всего на трастовость влияют домены как .edu ( домены для образовательных заведений в основном Американских), .gov (государственные учреждения). Если с таких сайтов будут идти ссылки на ваш сайт, то траст хорошо передастся. Про то, как можно заполучить ссылки с таких сайтов я расскажу чуть позже.

### 3. Возраст домена

Та же ситуация как и с возрастом сайта, чем старше домен тем лучше. Определить возраст доменного имени можно по данным Whois

### 4. История домена

Историю домена можно посмотреть с помощью web.archive.org. Важно что бы в прошлом на домене не было информации плохого и подозрительного содержания. У меня было такое много раз, когда покупал красивый домен, старый, но спустя пару месяцев я понимал что он забанен Гуглом, и что бы его разбанить приходилось писать объяснительные письма в суппорт. И не всегда это заканчивалось хорошо.

### 5. Уникальность контента

Уникальный контент всегда в плюсе и больше влияет на уровень доверия, чем копипаст.

### 6. Частота обновления сайта

Чем чаще обновляется сайт и на нем становится больше уникального контента, тем меньше Гугл будет думать о том, что этот сайт заброшен и не развивается. Но тут есть много нюансов про которые так же поговорим позже.

## **7. Количество страниц в индексе**

Тут сказать могу одно, чем больше страниц находится в индексе поисковых систем, тем это лучше.

## **8. Посещаемость**

Чем больше посещаем ваш сайт, тем больше он будет нравится поисковым системам, и это будет говорить о том что ваш сайт интересен пользователям и посетителям.

## **9. PR (PageRank)**

PR очень влияет на трастовость, чем больше PR вашего сайта, тем больше доверия у него в глазах поисковой системы Гугл, а так же при грамотной структуре и перелинковке можно продвинуть запросы в топ поисковых систем только из за распределения Page Rank по сайту.

## **10. Alexa Rank**

Так же имеет больше значение для Гугла, чем меньше у вас показатель alexa тем лучше. Топовые сайты по alexa имеют очень большую посещаемость и PR.

## **11. Количество ссылок на сайт**

Чем больше других сайтов ссылаются на ваш сайт, тем лучше, и это еще раз доказывает Гуглу, что ваш контент интересен для посетителей и очень востребован.

## **12. Качество ссылок на сайт**

Качество ссылок очень важно. Давайте приведем пример:

Качественные ссылки: популярные порталы, тематические блоги и сайты, то есть те сайты которые имеют хороший уровень доверия.

Плохие ссылки: ссылки с только созданных блогов, гостевых форумов и так далее, то есть те ссылки, которые не имеют уровня доверия, они могут понижать его и у вас.

## **13. Качество ссылок с сайта**

Ваш сайт не должен ссылаться на адалт ресурсы, ресурсы которые запрещены законодательство или ресурсы, на которых находятся вирусы. То есть если вы продаете ссылки с сайта, поставите себе жесткий фильтр, и уровень доверия вашего сайта понежатся, не будет.

## **14. Наличие сайта в известных каталогах**

Если ваш сайт находится в таких каталогах как Dmoz (поисковая система Google очень хорошо относится к сайтам которые находятся в этом каталоге), или например ЯК для Яндекса. Существуют много толковых каталогов, в которых стоит присутствовать, они есть как платные, так и бесплатные, позже я опубликую список таких каталогов.

Если вы хотите продвигать сайт быстро, то для начала необходимо на нем нарастить уровень доверия, а дальше все будет идти как по маслу.

## Траст и авторитетность сайта в поисковых системах

*Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)*

### Секрет хороших позиций сайта

В чем секрет хороших позиций сайтов в Google и других самых популярных и авторитетных поисковых системах? Многие оптимизаторы до сих пор гонятся за PageRank'ом (весом страниц), полагая, что их сайты при этом будут хорошо ранжироваться, совершенно забыв о том, что [PageRank](#) является лишь одним из многих факторов при ранжировании результатов поиска, и который зачастую обманчив, тулбарное значение в любом случае весьма неточно.

Наблюдая за [Википедией](#), многие считают, что она обгоняет другие сайты благодаря пейджранку или, возможно, из-за множества ссылок на эту энциклопедию, однако, существуют другой мощный фактор, которому стоит уделить тщательное внимание.

Поисковые машины учитывают релевантность страниц и [внешние ссылки](#), однако также они уделяют внимание **трасту** и **авторитетности** сайта. Что означают эти слова и как заработать хороший траст для своего ресурса?

### 1 Понятие траста и авторитетности

Мнения оптимизаторов относительно траста ненаучны и построены на наблюдениях и предположениях, полную работу системы знают только те, кто непосредственно с этим работает в Google или другой поисковой системе. Однако, несмотря на это, в 1999-2002 гг. Стендфордский университет [проводил исследования по поводу доверия к сайтам](#), а также в 2004 году на международной конференции по крупномасштабным базам данных в Торонто (Канада) ребята из Стендфорда и Yahoo представили публике материал о TrustRank [1], на который сейчас ссылается множество западных оптимизаторов.

Дискуссии по поводу траста на зарубежных форумах сводятся к тому, что он вычисляется исходя из ссылок [2] и начального трастового списка доменов (см. рисунок 1).

#### Вычисление траста через ссылки



Сергей Кокшаров  
devaka.ru

Рисунок 1 — Вычисление траста через ссылки.

Если говорить простым языком, то **траст** это причина, по которой некоторые сайты сейчас попадают в топ по конкурентным поисковым запросам, лишь опубликовав страницу, связанную с этим ключевым термином.

Сайты, подобные Википедии и ВВС не нуждаются во внешних ссылках на страницы, так как Google настолько доверяет этим доменам, что они взлетают в топ без особых усилий.

— Патрик Альтофт (Patrick Altoft), [BlogStorm](#)

О трасте сейчас говорят многие оптимизаторы и в последнее время этот фактор все больше и больше значим в поисковых алгоритмах [3], однако, необходимо сразу учесть тот момент, что, несмотря на то, что понятия **траст** и **авторитетность** сайта равноценны для нас, Google их разделяет [2], каждый из этих элементов играет свою роль в поисковом алгоритме. Легче заработать авторитет, чем траст.

	<u>Траст</u>	<u>Авторитетность</u>
<b>Основан на</b>	ручном выборе модераторов	ссылках (кол-ве и качестве)
<b>Роль в алгоритме</b>	Защищает от фильтров, в частности, от конкурентного заспамливания входящими ссылками	Играет роль в ранжировании
<b>Влияние</b>	Запросонезависимый фактор	Запросо- и тематикозависимый фактор
<b>Присваивается</b>	Домену	Странице

Далее мы будем использовать термины *траст* и *авторитетность* как синонимы, но в последнем пункте схематично их разделим.

## 2 Сайты, заслуживающие доверие от поисковых систем

Авторитетность чаще всего означает, что люди доверяют вам, как эксперту в своем деле. Секрет в том, что *авторитетам, которым доверяют люди, также доверяет и сами поисковые системы (в частности, Google)*.

В контексте поиска, авторитет собирается из всех элементов сайта, затем сайты градуируются от полностью авторитетных до совсем неавторитетных ресурсов и более авторитетные и трастовые сайты имеют преимущество над остальными в плане ранжирования. Фактически, авторитеты в глазах Google это другие игроки, для которых существуют свои правила и такие трастовые сайты даже больше рискуют, чем остальные, так как доверие легче потерять, чем заработать.

Существует множество факторов, влияющих на авторитет, включая доменную зону (.gov сайтам как-то больше хочется доверять, чем .info), количество и качество ссылок, а также трафик.

## 3 Факторы, влияющие на траст

Итак, какие элементы сайта и контента могут увеличить авторитетность ресурса? Начнем с отрицательных факторов, постепенно переходя к положительно влияющим на авторитетность сайта.

### 3.1 Негативные факторы

Что можно сделать со своим сайтом вам или вашим конкурентам для того, чтобы подорвать доверие и, соответственно, позиции?

Я считаю, что ссылки имеют как положительный, так и отрицательный вес. Допустим, ВВС даст вам +10,000 веса, а спамные ссылки с blogspot дадут -100, тогда у вас останется коэффициент 9,900. Проблема возникнет тогда, когда на ВВС наложат фильтр из-за продажи ссылок, при этом картина быстро поменяется.

Когда вас застанут за продажей ссылок, тогда значение коэффициентов поменяются с положительных на отрицательные. Исходя из этого, я постоянно перепроверяю ссылки своих клиентов каждый месяц и слежу за тем, что происходит с сайтами, которые на них ссылаются.

– Дэвид Нейлор (David Naylor), [Bronco](#)

Избегайте следующих пунктов для своего сайта:

- **Покупка и продажа ссылок** — Если станет известно, что вы покупаете ссылки, тогда не рассчитывайте на долгое пребывание в поисковых машинах. Мистер Катс очень суров и постоянно борется с продажными ссылками, уничтожая их эффект. Существуют даже такие "грязные" сайты в глазах Google, что покупка на них ссылок в нужном месте в нужное время может подорвать ваш авторитет моментально. Не верите? Вы можете на конференциях задать этот вопрос нужным людям, чтобы они показали примеры [5].
- **Плохое окружение** — Если даже вы не покупаете ссылок, но у вас плохое окружение, тогда не удивляйтесь, если вас сделают виноватым по ассоциации.
- **Неестественный стиль роста** — Поисковики внимательно следят за ссылочным ростом и естественностью этих сигналов. Это не значит, что ваш сайт получит пенальти если вы попадете на главную страницу [digg.com](#), получите 20к уникального трафика и сотню ссылок. Но ситуация будет неприятной, если у вас одна страница на сайте и 10к ссылок попадают в индекс каждую ночь.
- **Спам в комментариях** — Оставьте спам, подождите его индексации, и наблюдайте падение позиций.
- **Недостаточно разных ссылок** — Ваши ссылки вы проставляете у друзей или на своих ресурсах либо же они возникают естественно из-за уникального и полезного контента?
- **Скудный или спамный контент** — Копипаст, дубли или контент из RSS фидов или просто грязный спам, вероятней всего будут внизу результатов поисковой выдачи. Вы же хотите, чтобы поисковик на ваш запрос отдавал вам качественные сайты? Они используют человеческий фактор, автоматизированные алгоритмы и наблюдают поведение пользователей, нашли ли они то, чего ожидали?

Таким образом, первое, на что необходимо обратить внимание — сделать так, чтобы ваш сайт выглядел как можно более естественным.

Мы рассмотрели негативные факторы, а что на счет положительных?

### 3.2 Трафик сайта

Трафик сайта несложно определить человеку, однако что по поводу ботов? Известно, что поисковые системы отслеживают клики с некоторых поисковых страниц, также они могут отслеживать этот показатель из статистики (Analytics для Google, Директ для Яндекса, и т.д.), из FeedBurner'a и установленного тулбара.

Поисковики отслеживают для трафика:

- **Количество** — Много ли людей посещают сайт?
- **Рост** — Растет ли трафик естественным образом?

- **Постоянство** — Рос ли трафик от нуля до тысячи посетителей в сутки и затем снова упал по неизвестным причинам?

Поисковики знают свое дело и если даже они дадут какому-нибудь сайту незаслуженный траст, тогда по определенным поисковым результатам они могут получить хорошую обратную связь из поведения пользователей. Другой подсказкой для них может быть **брендовый поиск** — если множество людей ищут ваш бренд, тогда, вероятно, это хороший сигнал. Отсюда становится ясно, почему по запросу [BMW](#) появляется официальный сайт этой марки автомобиля.

### 3.3 Ссылочные факторы

Вероятно, что самым важным фактором для создания траста будут являться ссылки. Представьте, что у Google есть рекомендательный список трастовых ресурсов. Если вы ещё не в этой категории сайтов, тогда ссылки с подобных ресурсов дадут хороший толчек в позициях.

Исходя из концепции TrustRank [1], можно построить приблизительно следующий граф (рисунок 2).

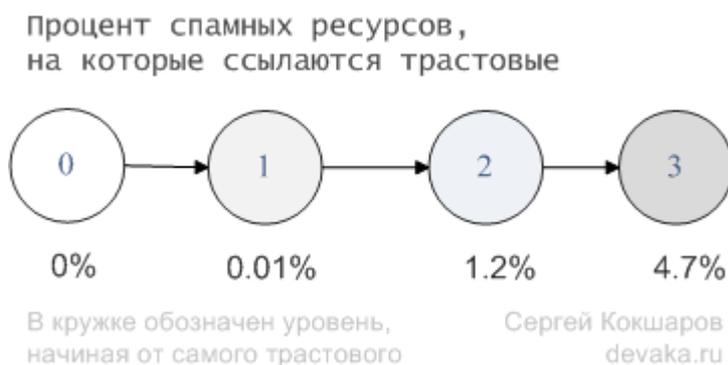


Рисунок 2 — Процент спамных сайтов, на которые ссылаются трастовые.

На [рисунок 2](#) первый элемент это самые трастовые сайты, которые отбираются вручную (см. также [рисунок 1](#)), они имеют 0% спама, но если посмотреть, на что они ссылаются, тогда на следующем уровне мы уже заметим 0,01% спама и т.д. Сайты, стоящие рядом друг возле друга на этой диаграмме, являются соседями и, чем ближе вы расположены к начальному уровню, тем больше траста передастся вашему сайту.

Таким образом, на траст влияют **входящие ссылки**. Если смотреть эту диаграмму в обратном направлении, то можно сказать, что **исходящие ссылки** также влияют на траст сайта. Здесь можно использовать выражение: "Если вы ссылаетесь на спам, то вы спаммер!". Также если вы ссылаетесь на людей, которые ссылаются на спам, то вы все-равно спаммер. Обычно этими сайтами выступают каталоги, на которые вы размещаете обратные ссылки.

Среди **трастовых каталогов** можно отметить [Яндекс.Каталог](#), [DMOZ](#), [Yahoo!](#). Ключевым моментом при добавлении сайта в какой-либо каталог является его модерирование, то есть жесткая ли присутствует там модерация сайтов или же туда могут добавляться все подряд? Авторитетные каталоги это один из типов платных ссылок, которые любят все поисковые машины.

**Доменная зона** ссылок также существенна, так как с некоторых доменных зон довольно сложно получить ссылки (например, для Google это .edu, .gov, .ltd.uk).

Важными факторами траста также являются **разнообразие** ссылок ([рисунок 3](#), разные ресурсы ссылаются на вас или одни и те же?) и **временной анализ роста ссылочной массы** (см. [рисунок 4](#). Какова причина пика? Сайт опубликовал супер-материал, который моментально разошелся по другим ресурсам или же просто владелец купил множество ссылок?).

### Несколько способов получить PR7

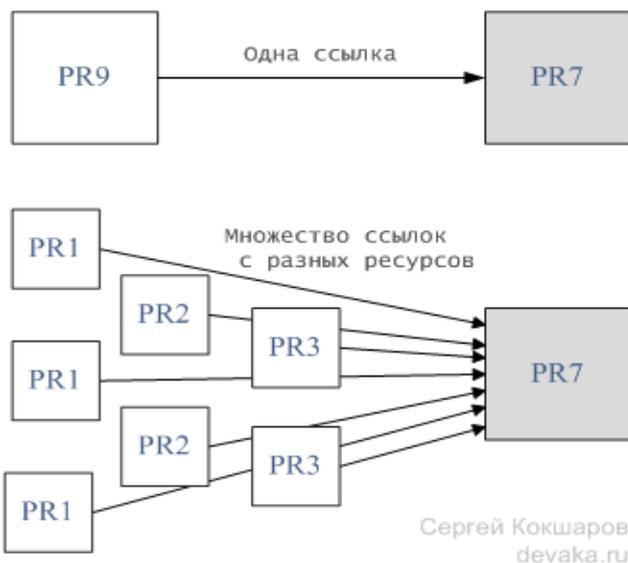


Рисунок 3 — Разнообразию ссылок – мощный фактор траста ресурса.

### Неестественный рост ссылочной массы

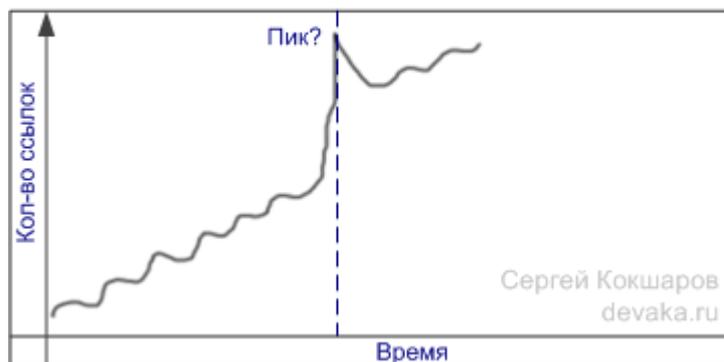


Рисунок 4 — Временной анализ роста кол-ва внешних ссылок.

Среди других ссылочных факторов можно отметить **возраст ссылок** (старые или только-только появившиеся), их **тематику** (соответствует ли ссылка тематике акцептора), **положение в коде** (находится ли ссылка в боковой панели, футере или контенте).

## 3.4 Информация о домене

Как вы уже знаете, сам домен может быть одним из сигналов, влияющих на траст.

- **Возраст домена** — Старые домены получают траст за то, что они давно в сети, особенно если их владелец и контент на сайте не менялись.
- **Доменная зона** — Как уже указывалось, с некоторых доменов довольно сложно получить [цитирование](#) ваших материалов и если вас цитируют, тогда будьте уверены, что вам стали доверять больше.
- **Период регистрации** — Зарегистрирован ли домен на долгий период или сайт на нем может прекратить свое существование в любой момент?
- **Другие регистрационные данные** — Реальны ли данные регистрации или они ложны и сгенерированы автоматом по общему шаблону?

### 3.5 Факторы самого сайта

Хотите ли вы, чтобы контент вашего сайта передавал посетителям все положительные вибрации, а не только Мету Кэту?

- **Контент** — Уникальный ли он, качественный, содержит ли что-нибудь полезное?
- **Контактная информация и инф-ия о защите сайта** — Если у вас коммерческий сайт (например, интернет-магазин или какой-нибудь онлайн-сервис), присутствует ли на нем нужная информация? А может быть вы что-то скрываете от посетителей?
- **Юзабилити** — Может ли средний посетитель просто использовать навигацию и легко получить доступ к любому разделу? А что с теми, кто использует редкие браузеры, позаботились ли вы о них?
- **Время загрузки страниц** — Ваш сайт довольно долго обновляется в браузере? Люди любят быстро загружаемые ресурсы.
- **Время пребывания на сайте** — Какое время люди проводят на вашем сайте? Может быть они посмотрели одну страницу и вернулись туда, откуда пришли или же все-таки заинтересовались и продолжают смотреть дальше? Чем дольше пребывают посетители на сайте и дальше заходят вглубь навигации, то, вероятно, они заинтересовались и вы заслуживаете большего доверия.

Самый важный вопрос, который хочет задать вам поисковик, – Ваш сайт вообще представляет какую-нибудь ценность для Интернета?

### Как повысить траст своего сайта?

На [рисунке 5](#) схематично изображены основные факторы, влияющие на **трастовость** и **авторитет** сайта, подробно о которых рассказывалось выше.



Рисунок 5 — Основные факторы, влияющие на траст и авторитетность ресурса.

Учитывая вышеизложенное, вы наверняка заметили, что важными вещами на вашем сайте должны быть:

1. Естественное поведение сайта и его рост, основанный на продвижении "по слухам".
2. Ценный и уникальный контент, созданный для людей, а не для поисковых машин.
3. Крепкий фундамент и дизайн, направленный на человека.

Внимательно приглядитесь к своему сайту. Хорошие или плохие сигналы во всех аспектах вы посылаете посетителям?

---

## Используемые источники

### 1. Combating Web Spam with TrustRank

<http://pubs.stanford.edu:8090/770/>

### 2. Trust and Authority - they are not the same thing

[www.webmasterworld.com/google/3753332.htm](http://www.webmasterworld.com/google/3753332.htm)

### 3. Как изменялся алгоритм ранжирования сайтов в Google

[devaka.ru/articles/rand-about-google-algorithm-changing](http://devaka.ru/articles/rand-about-google-algorithm-changing)

### 4. Domain Trust and Authority

[www.seomoz.org/blog/whiteboard-friday-domain-trust-authority](http://www.seomoz.org/blog/whiteboard-friday-domain-trust-authority)

### 5. How to Grow Your Google Authority

[www.chrisg.com/google-authority/](http://www.chrisg.com/google-authority/)

## О доменных пузомерках. Домен Ранк. Домен Траст. Домен Джус

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

В преддверии другой публикации, более сложной, я решил провести подготовку, чтобы терминология была всем понятна. Это действительно нужно, ведь у нас впереди много интересных публикаций из буржунета с переводом от [SEOM.info](http://SEOM.info)



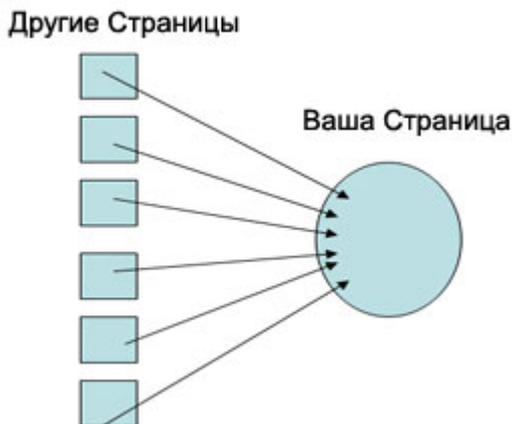
Сегодня речь пойдет о пузомерках, но не обычных и привычных нашему слуху, будь то ТИЦ или PR. Из статьи вы узнаете что такое **домен ранк**, **домен траст**, **домен джус**, хотя все это не догмы, а мнение экспертов.

### Домен Ранк (уровень доменов)

Я всегда старался объяснять принципы [SEO](#) простым, доходчивым языком, но тем не менее в **SEO** есть еще часть вопросов которые можно считать сложными и не совсем понятными. Совсем не потому что они сложные сами по себе, а в большей мере в этом виноват Google с их недостаточно прозрачной информационной политикой.

Для того что бы хорошо разбираться в [SEO](#) нужно понимать как работают все ссылки (входящие, исходящие, внутренние, внешние), как они влияют на ранжирование в поисковых системах. Проще говоря, Google использует **всю ссылочную массу** для определения релевантности, популярности и трастовости вашего сайта к заданному поисковому запросу.

Сначала Google только устанавливал уровень страниц (**Page Level Rank**), в зависимости от количества и качества ссылок ведущих на страницу. Схематически это выглядит так:



Каждая входящая ссылка на вашу СТРАНИЧКУ передает ей также некоторые свои показатели - **релевантность (тематическая близость), трастовость (уровень доверия), и авторитетность.**

С недавнего времени Google также начал учитывать эти показатели **на уровне доменов**. Таким образом Google будет отслеживать все ссылки на домен так же как он раньше это делал для отдельных страниц.

Например, если вы имеете 1000 входящих ссылок на разные страницы вашего сайта, все они будут автоматически считаться входящими для вашего домена и он также получит **свой собственный вес.**

Ниже на рисунке скриншот с [SEOmoz панели](#) (ранее мы уже писали о ресурсе [SEOMoz](#) и [его создателе](#)), на нем показан **Домен Ранк (domain rank)** и **трастовость домена (domain trust)**. Этот инструмент всегда хорошо "иметь под рукой" полезным при выборе сайта для размещения ссылок.



Если при расчете **Пейдж Ранка** учитывались количество внутренних и внешних ссылок на страницу, то при расчете **Домен Ранка** учитываются все ссылки на домен но только с внешних источников.

Надеюсь с этим все ясно. Следующий вопрос, **почему так важен этот Домен Ранк ?**

Вы никогда не задумывались почему некоторым "свежим" страницам сразу удавалось попасть в топ по высококонкурентным запросам ? Почему когда служба новостей BBC на своем сайте печатает какую-то новость, страничка с ней сразу же оказывается на первых позициях выдачи Google?

Все это базируется на разных показателях домена (так называемые **пузомерки Google для доменов**) и **Домен Ранк** один из этих показателей. Чем выше Домен Ранк тем лучше будут позиции новых страниц вашего сайта в поисковой выдаче. Например, глубокие внутренние ссылки с PR 0 могут быть очень ценными, если сайт имеет высокий Домен Ранк. Лично я бы предпочел иметь ссылку с какой-нибудь глубокой страницы с нулевым Пейдж Ранком с сайта BBC, чем ссылку с морды сайта с PR3, у которого низкий Домен Ранк.

Кроме Домен Ранка также существуют и другие доменные показатели: **Домен Траст** и **Домен Джус**, остановимся на них поподробнее.

## Домен Траст (уровень доверия для доменов)

**Улучшая Домен Траст (уровень доверия)** для своего домена вы показываете Google и другим поисковым серверам что сайт содержит действительно полезную информацию и не нарушает этических норм, поэтому его нужно проиндексировать в первую очередь. Какие факторы учитываются при расчете показателя Домен Траст? Предполагаю что их сотни, но есть несколько основных о которых я бы хотел рассказать:

- **Какие сайты на вас ссылаются ?**

При расчете **Домен Траст** в первую очередь Google проверит кто на ваш сайт ссылается. Идея в том, что если на ваш сайт ссылаются всякие сайты с сомнительной репутацией (например спамерские ресурсы), ваш домен будет также считаться неблагонадежным и получит от Google низкий уровень доверия, со всеми вытекающими из этого последствиями.

Теоретически, ваши конкуренты могли бы этим воспользоваться, проспавив ваши ссылки на всяких сомнительных сайтах что бы специально навредить вам, но Google это предусмотрел, поэтому такой вариант невозможен, или очень сложно осуществим.

Если Google видит входящие ссылки на ваш сайт с таких авторитетных ресурсов как [wikipedia](#), [dmoz](#), [yahoo directory](#) или других сайтов с высоким уровнем доверия, то и ваш сайт обретет определенный уровень доверия. Если кто-то попытается проспавить такой сайт с **высоким Домен Трастом** ссылками из неблагонадежных ресурсов, то вряд ли это будет иметь хоть какой-то эффект.

Но вместе с тем, будьте осторожны если у вас новый сайт, когда он получает тысячи ссылок с порно сайтов, онлайн казино, сайтов продающих виагру и тд., тогда вы в зоне риска.

Поэтому, для "свежих" сайтов первое о чем нужно позаботиться, это получение ссылок с авторитетных, надежных ресурсов, что бы противостоять ссылочным спам атакам в будущем.

- **На кого вы ссылаетесь ?**

Если вы ссылаетесь на сайты с сомнительной репутацией, это понижет показатели Домен Траст для вашего сайта. Вред от таких ссылок очень большой, т.к. Google считает, что вы полностью контролируете все происходящие у вас на сайте, исходящие ссылки в том числе.

Считается что спамеры ссылаются на спамеров, поэтому во что бы то не стало старайтесь соблюдать "чистоту" ваших исходящих ссылок. Если вы вынуждены ставить такие ссылки, по каким либо причинам, для защиты от падения уровня доверия к вашему домену прячьте их в [nofollow](#).

- **Регистрационные данные**

Этот вопрос все еще остается предметом обсуждений. Много SEO экспертов склоняются к мысли что **Google учитывает регистрационные данные доменов** из следующих соображений:

1. Они могут увидеть какими доменами вы управляете.
2. Они могут быстро установить взаимосвязь между регистрационными данными доменов и ссылками между ними.

С недавнего времени Google имеет механизмы отслеживания доменов с одинаковыми регистрационными данными. Поэтому если Вы владелец большого количества доменов, и 90% ваших доменов статические или помечены в Google как спам, тогда ваши "чистые" домены будут очень плохо индексироваться и с большой вероятностью попадут в песочницу.

Наилучшее что вы можете сделать для сохранения и увеличения показателя **Домен Траст (уровня доверия к домену)**, это - держать ваш сайт в "чистоте". 😊

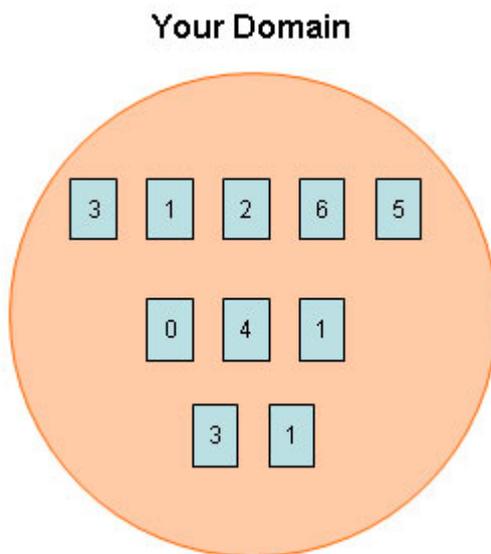
### Домен Джус (вес домена)

Это не сложный механизм, и работает точно так же как и **Пейдж Ранк**.

Входящие ссылки на страницу дают ей "**Вес**", это позволяет передавать ссылочный вес от одной страницы к другой.

Тот же принцип работает и для доменов. Каждая ссылка на одну из страниц вашего сайта передает вес и для домена, так же происходит и "переливание" веса между доменами.

Ниже это наглядно изображено на рисунке:



Цифры на страничках обозначают их **Пейдж Ранк**, все они суммируются и из них рассчитывается общее количество доменного веса которое может передаваться другим доменам, т.е. на домены на которые ссылается ваш сайт.

И последнее на чем я бы хотел акцентировать ваше внимание, не старайтесь направлять все входящие ссылки на морду вашего сайта. Google с подозрением относиться к таким сайтам, естественно у них возникнет вопрос "почему все сайты ссылаются только на главную? неужели внутренние страницы не настолько важны что бы попасть в индекс что никто на них не ссылается".

**Авторитетный домен**, должен иметь внешние ссылки на все страницы сайта, естественно главная требует большего внимания, но и внутренние не должны быть обделены вниманием.

Оригинал статей: [seo-wizz](#)

Использованы следующие материалы:

[Understanding Domain Level Metrics – Domain Rank](#)

[Domain Juice and Authority](#)

[Understanding Domain Trust and Authority](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Продвинутое SEO

В этом разделе обсуждаются продвинутые методы раскрутки и способы их применения. В большинстве случаев нужно постараться, чтобы использовать подобные способы продвижения.

### Когда ожидать результатов продвижения?

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



"**Когда я увижу результат Вашей работы?**" - обычный вопрос в работе любого SEO-специалиста (как и вопрос с [ценообразованием](#) на услуги), и в тоже время на который не всегда просто дать конкретный ответ. В большинстве случаев что бы ответить на него нужно учитывать два основных фактора: первое - это **возраст сайта**, второе - **уровень конкуренции** запросов по которым продвигается сайт.

Существует и **много других факторов** влияющие на "скорость" продвижения, но я отношу их к второстепенным. Также есть разница между новыми и переделанными или переформатированными (URL) сайтами. Через сколько времени мой сайт попадет в индекс?

Когда работаете со "свежими" доменами, **в лучшем случае первые три месяца**, а обычно **от шести до девяти месяцев**, ваш сайт не будет иметь достаточного уровня **"трастовости" (доверия)** со стороны поисковых систем, это очень усложняет продвижение по высококонкурентным запросам.

Что бы ускорить процесс обретения сайтом нужной **"трастовости"** регулярно наполняйте свой сайт оригинальным и качественным контентом, наращивайте ссылочную массу, но в то же время следите за "чистотой" ссылок что бы они были с близких по тематике, авторитетных ресурсов с высокими сео-показателями.

**MyOST:** по поводу тематики и показателей, это все-таки больше ориентированно на буржунет, для Яндекса (на данный момент) не всегда правильно. Т.Е. работают и остальные доноры. **Хотя на будущее** - безусловно правильная рекомендация, ведь считается что рунет отстает в развитии.

Естественно, если структура вашего сайта не способствует хорошей индексации (внутренние страницы находиться на большой ссылочной "глубине" от главной) и непонятный контент, тогда все ваши усилия будут напрасными.

Когда вам приходится работать с сайтами после проведенной оптимизации, не спешите обнадеживать заказчика высокими результатами. Обещания заоблачных результатов в финале приведет к разочарованию и недовольству.

Нужно не только предсказывать **ожидаемые "минимумы" и "максимумы"** эффективности вашей работы еще до начала оптимизации, но и внести в них поправки после того как сайт полностью попадет в индекс, тогда общая картина продвижения будет более четкой и можно будет объективно говорить об ожидаемых результатах.

## Через какое время мой сайт попадет в индекс?

Недавно, мы помогали перезапускать сайт с тысячами страниц. Основной уровень каталогов пропал, а редирект перед запуском было невозможно сделать.

Уже через четыре часа после запуска проекта мы начали замечать появление в серпе страниц нашего сайта причем по несколько с разного уровня вложенности. В пределах первых 12 часов, робот **Google** прошелся по всему сайту и в индекс попало более 1000 новых страниц. **Yahoo** оказался не настолько быстрым, чего и следовало ожидать. И мы впервые мониторили индексирование нашего сайта поисковиком **MSN Bing**, результат оказался вполне удовлетворительным.

В результате мы увидели что поисковики **игнорируют не существующие URL** вашего сайта, если натываются на 404 ошибку, или вы прописали в файл robots.txt эти директории как закрыты от индексации. К счастью, другие страницы были нормально проиндексированы.

**MyOST**: к сожалению ситуация с 404 ошибкой не однозначна и часто приходится прилагать усилия для удаления этих страниц из индекса, но это не говорит о том, что нужно пренебрегать robots.txt

Если **главная страница** имеет высокие показатели, тогда при продвижении по высокочастотным запросам, ее **редизайн** не должен нанести никакого ущерба для ее положения в серпе. Всегда намного предпочтительнее, что бы исходящие ссылки с нее были на внутренние страницы вашего сайта чем на другие внешние сайты.

## Насколько сложно удерживать позиции сайта ?

Даже для новых доменов, если они продвигаются **по уникальным брендовым** названиям не должно составлять труда попадание в на первые позиции в поисковой выдаче, хотя не всегда так, продвигая бренд Rosetta нам пришлось поступиться местом компании Apple которая имела продукт с таким же названием. **Проще всего продвигать новые сайты по низко частотным запросам**, новые сайты имеют все шансы попасть по ним на самые высокие позиции.

**MyOST**: если вопрос продвижения довольно срочный (в нашем деле есть понятие срочность?), то можно воспользоваться [дропнутыми доменами](#) или выкупить старый домен (старый не только по WHOIS).

Что бы иметь четкое представление о том как поисковые системы ранжируют ваш сайт после его редизайна, составьте список выборочно из ключевых слов среди которых должно быть как высоконкурентные запросы так и запросы по которым конкуренция или небольшая или вообще отсутствует и отслеживайте их позиции, исходя из этого вы будете иметь четкую картину происходящего и сможете составить план действий для улучшения своей стратегии по продвижению каждого конкретного запроса.

Еще одна большая польза от такого мониторинга, то что вы сможете узнать насколько поисковики доверяют вашему домену, другими словами уровень его **трастовости**.

## Как влияет на трафик редизайн сайта?

К сожалению не существует точного ответа на этот вопрос. Всегда следует ожидать небольшого падения трафика, даже при хорошей оптимизации.

Проще говоря, чем ниже опуститься в серпе ваши НЧ запросы после редизайна сайта, тем больше будет влияние на трафик с поисковиков. Поэтому главное к чему нужно стремиться это то что бы позиции вашего сайта по ключевым (наиболее трафико-генерирующим запросам) после редизайна в лучшем случае не упали, или понизились незначительно.

Самый хороший способ следить за проектом после его запуска это конечно же аналитика. Используйте "**Google Webmaster Tools**" и "**Yahoo Site Explorer**" что бы анализировать ваши сайты, и на основании полученных данных разрабатывайте новые стратегии для повышения позиций ваших сайтов в поисковых системах. Не следует забывать что аналитические инструменты для вебмастеров хорошо работают только в том случае если они правильно настроены, что бы ценная информация была отфильтрована от 404 отчетов, или ненужных страниц.

MyOST: применительно к рунету - это еще и "**Яндекс.Вебмастер**" + программный комплекс для отслеживания позиций.

И последнее, **плохая оптимизация** наверное самый большой враг в процессе seo-работ над сайтом. То что вам может казаться незначительным и второстепенным в результате может оказаться очень значительным в битве за позиции. Поэтому **не игнорируйте** даже самых незначительных, на первый взгляд, вещей. Каждая их таких "мелочей" в сумме формирует общее seo-лицо сайта.

При сотрудничестве с seo компанией, или если вы имеете собственную seo-команду, не забывайте об аналогии со "страхом полетов". Когда вы боитесь авиа перелетов, попросту спросите пилота "**долетим ли мы в безопасности?**". SEO специалисты которые работают над вашими проектами, не менее вас заинтересованы в как можно скорейшем достижении желаемых позиций, но в отличии от вас они имеют более четкое представление о происходящем.

Для **новых сайтов**, задача номер один это занят позиции по низкочастотным запросам и длинным фразам, основное внимание сконцентрируйте на продвижении в локальном поиске, где сконцентрирована основная целевая аудитория. После шести месяцев, сайт обретет нужную трастовость и можно будет применять другие стратегии продвижения.

Для сайтов которые подверглись редизайну, первая задача это не потерять занимаемых позиций по высоко частотным запросам, так как они наиболее трафико-генерирующие. Следующее это поднятия уровня трастовости для новых страниц сайта.

Также не забывайте о **постоянном мониторинге** целого сайта, для того что бы понять как поисковик работает с вашим сайтом и на основании этого строить будущую стратегию продвижения, и иметь четкое представление о том как скоро вам удастся достигнуть топа.

#### **Frank Watson заканчивает свои мысли такими словами:**

Мои клиенты всегда спрашивают, сколько времени будет длиться продвижение, и всегда сложно ответить на этот вопрос. Уровень конкуренции, возраст домена, и "брендовость" (название известных компаний и продуктов) это три вещи на которые я смотрю в первую очередь, после этого начинается напряженная работа.

Существующие аналитические инструменты могут очень помочь. Один мой клиент заказал продвижение его сайта, мы сотрудничали на протяжении полгода. Самое интересное что некоторые из запросов по которым я делал продвижение появились на первых позициях выдачи через несколько месяцев после прекращения нашего сотрудничества. Слова не имеют чувства времени.

Источник: [How Long Should It Take for SEO to Show Results?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## SEO софт - кто чем пользуется? new

[Автом: dreadful](#)

### **dreadful:**

Интересно, кто из людей, причастных к SEO каким софтом пользуется?

Начну.

Браузер - FireFox с дополнениями

- "Яндекс ТИЦ и Google PR"(очень простое дополнение и полезное)

- "Webmoney Advisor" - без него тоже никуда, порой интересно посмотреть отзывы о сайтах

Другой софт - Адвего Плагиатус, Аллсабмиттер, Wasppacer, Жукладочник Лайт

### **MMX777:**

По браузеру - тоже самое + Firebug + PageSpeed.

Буквально на днях купил Жукладочник Про, но еще не гонял. Для каталогов раньше использовал SST Poster.

А так больше online-инструментами пользуюсь.

### **Ryar:**

Качнул таки TrafficWeb, пока очень положительные впечатления. 😊

Из браузерных плагинов использую:

- SeoQuake - удобно анализировать и сортировать выдачу ПС.
- RDSbar - для быстрого анализа показателей сайта.
- Key-Collector - супер удобная работа с семантическим ядром.

### **mixa33rus:**

allsubmitter, site-auditor

Из браузерных:

- SeoQuake
- RDSbar

### **Kissme:**

Иногда пользуюсь программами Advego Plagiatus чтобы посмотреть нормальная ли уникальность моего контента.

также программой etxt, которая служит для проверки уникальности текста(обычно правильное показывает чем Advego).

Браузер Firefox в который я напихал всяких разных SEO дополнений 😊.

Показывает ТИЦ PR, количество проиндексированных страниц в Гугле и Яндексе. Показывает даже тошноту слов на странице в процентах. Какие слова на странице чаще всего встречаются.

Есть плагин Seodoktor он больше по гуглу. Показывает есть ли на странице теги H1-h1, не слишком ли длинный заголовок, прописан ли тег alt. Подсветка nofollow и noindex 😊

### **Lena-Miha:**

В основном, Firefox + RDSbar, Webdeveloper (нравится - информация о заголовках, изображениях, ссылках, таблицах, блоках, словом, много полезного, правда во всем еще не разобралась), Firebug (без этого вообще уже не представляю работу с кодом), Yslow (для ускорения сайта). Кроме этого - site-auditor

и on-line сервисы - здесь пока в приоритетах не совсем определилась. последнее, что понравилось - Pingdom Tools.

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

## Как занять два места в топ 10 поисковиков

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Дорогие друзья, как вы наверняка наблюдали, часто в результатах поиска Google, Яндекс и других поисковиков по какому-либо запросу можно увидеть, что какой-либо сайт занимает сразу два места в топ 10. В Google это было давно, в Яндексе появилось с июля 2010 года.



**Как занять два места  
в топ 10 поисковиков**

Shakin.ru

Это позволяет сайту получать намного больше посетителей, чем когда он будет занимать только одну позицию. Для коммерческих сайтов это подразумевает увеличение количества заказов и рост прибыли. Если при этом сайт занимает самые верхние позиции, то он будет получать основную массу целевых посетителей по нужному поисковому запросу.

Если ваш сайт уже присутствует в топ 10 по важному для вас поисковому запросу, то для увеличения количества посетителей и роста числа заказов можно вывести в топ 10 поисковиков вторую страницу вашего сайта, чтобы занять два места. При продвижении сайтов моих клиентов эта схема себя очень хорошо зарекомендовала как в рунете, так и в англоязычном сегменте интернета.

Итак, что же нужно сделать, чтобы ваш сайт занял две позиции в топ 10 поисковиков? Чтобы занять два места в первой десятке, желательно, чтобы там уже должна присутствовала какая-либо страница вашего ресурса. Если этого пока нет, то нужно сначала поработать над тем, чтобы она попала в топ 10, и только после этого приступать к продвижению второй страницы.

В целом я сторонник того, чтобы в продвижении сайта концентрировать больше усилий на меньшем количестве поисковых запросов, чем продвигать сразу много запросов, прилагая к каждому минимум сил. На мой взгляд, гораздо эффективнее продвигать 3-5 запросов, чем десятки и сотни. По мере вывода в топ 10 можно приступать к продвижению следующих запросов.

Итак, предположим, что одна страница вашего сайта уже присутствует в топ 10. Для вывода в первую десятку второй страницы нужно выбрать подходящую для определенного запроса страницу на вашем ресурсе.

Главная или внутренняя - в данном случае не имеет особого значения. Конечно, при прочих равных условиях у главной страницы сайта намного больше шансов попасть в топ, чем у любой внутренней, но для вывода в топ двух страниц одновременно нужно ориентироваться на два фактора - какие страницы по данному запросу выгоднее вывести в первую десятку для вашего бизнеса и какие страницы считают подходящими (релевантными) поисковики.

Для определения релевантных страниц на вашем сайте советую почитать хорошую статью Сергея Кокшарова [Назначение и замена релевантных \(целевых\) страниц](#).

Вторую страницу для продвижения в топ мы определили. Если подходящей страницы нет (мало страниц на сайте или просто нет страницы, которую бы вы хотели продвинуть) - нужно ее создать. Далее применяем классическую схему продвижения - внутренняя оптимизация и внешние факторы.

### **Внутренняя оптимизация второй страницы**

Самое важное правило при внутренней оптимизации второй страницы - плотность нужного поискового запроса в ее метатегах и тексте должна быть немного меньше, чем у первой страницы (которая уже есть в первой десятке результатов поиска), иначе вторая может сместить первую. Нам же нужно вывести сразу две страницы в топ 10.

Мое мнение по плотности ключевых слов - универсального рецепта по оптимальной плотности дать невозможно, в разных тематиках и даже для разных поисковых запросов она разная. Чтобы узнать оптимальную плотность ключевых слов для нужного вам запроса наберите его в поисковиках и изучите плотность у сайтов из первой пятерки. Определить плотность можно разными способами, например, с помощью сервиса [http://pr-cy.ru/analysis\\_content](http://pr-cy.ru/analysis_content).

Естественно, нужно изучить плотность нужного поискового запроса в тексте и метатегах той страницы вашего сайта, которая уже есть в топе.

Теги заголовков h и выделения текста жирным strong я включаю в понятие текста страницы. Желательно, чтобы нужный поисковый запрос присутствовал в этих тегах (одного-двух упоминаний в большинстве случаев достаточно). Не советую много раз выделять какие-либо поисковые запросы в тексте страницы жирным (то есть тегом strong) - у поисковиков есть фильтр за перенасыщение страницы тегом strong. Все должно быть в меру, как говорил Джевахарлал Неру 🙄.

У меня хорошо работает следующая схема: плотность запроса на второй странице должна быть на 20-40% меньше, чем у первой (которая уже в топ 10). Например, если у первой страницы плотность поискового запроса 5%, то у второй страницы этот параметр нужно сделать 3-4%.

### **Внутренняя перелинковка**

К оптимизации сайта относится еще один пункт - внутренняя перелинковка. Это совокупность внутренних ссылок на сайте. Внутренние ссылки тоже учитываются поисковиками, а также помогают поисковым роботам индексировать страницы в глубине вашего ресурса.

Для вывода второй страницы в топ 10 я пробовал разные схемы внутренней перелинковки и в итоге пришел к выводу, что для успешного попадания ее в топ желательно, чтобы первая и вторая страницы взаимно ссылались друг на друга, причем в тексте ссылки должен быть тот поисковый запрос, по которому нужно вывести две страницы. Этой простой схемы вполне достаточно.

## Внешние факторы

Самый лучший вариант для попадания сразу двух страниц вашего сайта в топ 10 поисковиков - когда эти страницы вашего сайта действительно интересны и полезны для посетителей и когда на них бесплатно ссылаются с других сайтов естественными ссылками. Это идеальный вариант и к нему нужно стремиться. Советовать делать материалы вашего сайта максимально интересными я не буду - старик Глобатор это уже столько раз говорил, да и наверняка вы много раз читали такую мысль на других сайтах, что повторяться не буду 🙄.

Но суровая реальность такова, что во многих тематиках, особенно коммерческих, на страницы сайта практически невозможно бесплатно получить естественные ссылки с других сайтов. На сайты-лидеры тематик, которым много лет и у которых большая посещаемость, еще будут ссылаются, но молодым ресурсам во многих случаях естественные ссылки получить очень трудно.

В таких случаях ссылки нужно получать либо бесплатно, либо платно. Без внешних ссылок только за счет одной внутренней оптимизации в большинстве случаев две страницы в топ вывести не получится.

Для бесплатного получения ссылок подходят следующие способы - [регистрация в каталогах](#), социальные сервисы ([Twitter](#), [Facebook](#), [ВКонтакте](#)), [бесплатное продвижение статьями](#), [пресс-релизы](#), тематический [обмен ссылками и статьями](#), [социальные закладки](#) (хотя большинство таких сервисов имеют в индексе яндекса менее 20 страниц, но ссылки с них полезны для продвижения в Google) и т.д. Для получения бесплатных ссылок можно использовать базу ресурсов с хорошим ТИЦ на сайте [freelink.ru](#).

Для получения ссылок на платной основе сейчас есть множество сервисов. Можно использовать покупку ссылок в блогах (через сервисы [Блогун](#) или [Ротаносм](#)), можно размещать ссылки навсегда на качественных сайтах через сервис [Gogetlinks](#), можно размещать статьи навсегда через [Миралинкс](#), можно размещать ссылки с постоянной оплатой через [Sape](#), можно покупать [ссылки в подписях на форумах](#), можно использовать другие сервисы или покупать ссылки напрямую у владельцев сайтов. Можно...

Слышу крики о том, что это не все способы. Сейчас буду огрызаться 🙄. Да, я наверняка забыл написать написать про некоторые способы получения ссылок, старость не в радость 🙄. И вообще, о продвижении сайтов я пишу более трех лет в рубрике [Продвижение сайтов](#) на shakin.ru 🙄.

В текстах внешних ссылок на вторую страницу нужно использовать нужный поисковый запрос. По количеству ссылок, необходимых для вывода второй страницы в топ, прогноз сделать невозможно - на это влияет множество факторов и это можно узнать лишь на практике.

При выводе двух страниц в топ 10 поисковиков я заметил интересный момент. Допустим, ваша первая страница уже в топ 10 (например, она первая). Вторая страница, благодаря вашим действиям, тоже должна попасть, например, на 8-9-10 позицию. Вместо 8-9-10 места она попадет на следующую позицию после первой страницы (станет второй в топ 10)! То есть при попадании второй страницы хотя бы на последнее место в первой десятке поисковики перенесут ее на позицию сразу после первой страницы вашего сайта.

В целом продвижение двух страниц дает ощутимый результат в плане привлечения посетителей и увеличения количества заказов. Во многих случаях (особенно если запрос дает хорошую конвертацию посетителей в покупателей) намного выгоднее продвинуть по конкурентному запросу вторую страницу и занять две позиции в топе, чем продвигать одну страницу по другому запросу.

Так что желаю вам, чтобы у ваших сайтов в топ 10 было не по одной, а по две страницы!

## В ТОП по ВЧ. Неужели возможно?

[Автор: orochimaru6](#)

**orochimaru6:**

Сегодня я решил написать подробное руководство по **выводу сайта в ТОП по ВЧ запросам**. В данной статье не будут рассматриваться вопросы *целесообразности вывода в ТОП, качества ВЧ трафика* и т.д. Статья будет посвящена непосредственно выходу в ТОП.

\*\*\*

Все описанное ниже относится, в первую очередь, к поисковой машине Яндекс. Причина этого очень проста (и со мной согласятся знающие люди 😊) - еще на пол пути к ТОПу Яндекса, запрос уже давно будет находиться в **ТОП 10** Гугла, трафик с остальных ПС нас не очень то интересует.

### Немного теории.

При продвижении по высокочастотным запросам следует учитывать множество особенностей, не характерных для запросов более низкой частотности. Некоторые из них приведены ниже:

- Одной из особенностей высокочастотных запросов является высокая конкуренция. Следует заметить, что данное высказывание не является аксиомой, но как правило это так.
- При продвижении ВЧ запросов резко возрастает роль внутренней оптимизации страницы, поэтому на данном моменте мы остановимся максимально подробно.
- Высокочастотная выдача Яндекса имеет сильную нестабильность. Данный фактор обязательно придется учитывать при продвижении сайта
- ТОП по ВЧ запросу гарантирует вам пристальное внимание конкурентов, поэтому черные методы для продвижения нам не подходят

Как уже говорилось выше, двигаться мы будем под Яндекс, поэтому немаловажным фактором станет уникальный контент. Нельзя говорить, что данное условие носит обязательный характер, но важность уникального контента для конкурентных запросов действительно высока. Поисковая машина Яндекс является очень придирчивой к сайтам, находящимся на высоких позициях, поэтому сайт должен быть вылизан до блеска.

### Внутренняя оптимизация сайта для ВЧ.

На внутреннюю оптимизацию стоит обратить пристальное внимание, так как данный фактор не только позволит существенно сэкономить бюджет, но и поможет сайту вцепиться в свою позицию. Перечислю наиболее важные пункты оптимизации всего сайта:

1. Уникальный на 100% контент для всех страниц сайта.
2. **Валидные HTML и CSS коды**
3. **Отсутствие битых ссылок**
4. **Уникальные мета ключи и описания для каждой страницы сайта**
5. **Уникальные заголовки для каждой страницы**
6. **Отсутствие запрещенных техник внутренней оптимизации**
7. Минимум исходящих ссылок
8. Грамотное оформление текстов (заголовки, абзацы, списки и т.д.)
9. Регулярная обновляемость ресурса в целом

Данные правила относятся ко всему сайту в целом и помогут не только легче выйти по ВЧ, но и улучшат организацию всего сайта и его вес в глазах поисковых машин, что в свою очередь, потащит на свет божий НЧ и СЧ.

Но грамотно оптимизированного сайта еще не достаточно для выхода по ВЧ. В данном случае важно оптимизировать продвигаемую страницу и некоторые методы оптимизации могут показаться вам надуманными, но все они внесут свой вклад в продвижение популярного запроса. Перечислим факторы оптимизации продвигаемой страницы:

- Продвигаемая страница должна содержать уникальные картинки с прямым вхождением ключа в alt и title
- **Разбавленное включение ключа в H1**
- **Разбавленное включение ключа в H2** (разбавление сильнее, чем в H1)
- Морфологическое разбавленное включение ключа в другом H2
- Размер текста, желательно, более 4000 символов
- Исходя из предложенного размера текста 3 прямых вхождения ключа в тексте
- Исходя из предложенного размера текста 2 - 4 морфологических включения ключа
- Прямой и морфологический ключ в контейнере <strong>
- Прямой и морфологический ключ в контейнере <em> (хотя, в последнее время, это спорный момент)
- **Разбавленный ключ в ссылке на внутреннюю страницу сайта с прописанным title**
- Текст не должен содержать синтаксических и морфологических ошибок (есть мнение, что данный фактор учитывается)
- URL страницы с чистым вхождением ключа
- Названия изображений с чистым и разбавленным вхождениями
- Список (ul или ol) с морфологическим включением
- **Наиболее важные элементы разметки должны содержать чистый код** (например H1 не должен содержать посторонних тегов вроде <br>)
- Одно из изображений должно содержать ссылку на продвигаемую страницу

Перечисленные факторы имеют самые различные уровни важности, но все вместе они дадут вашему сайту ощутимую фору.

Внутренняя оптимизация, конечно хорошо, но внешние факторы намного важнее и следующим пунктом нашего руководства по выходу в ТОП будет внешняя оптимизация сайта.

## Внешние факторы вам в помощь.

При продвижении по ВЧ многие методы оптимизации окажутся попросту бесполезны. К таким факторам стоит отнести:

- *каталоги*
- *гостевые*

- *любые прогоны*
- *и т.д.*

поэтому тратить свое время на перечисленные методы, по меньшей мере, бесполезно.

Ну а теперь, постараемся разобраться с методами, которые позволят нам при минимальных временных и материальных затратах, вылезти в ТОП по ВЧ.

Одним из наиболее действенных методов является *сателлитоводство*. Собственноручно делать сателлиты накладно, поэтому рекомендую заказывать их на популярных seo форумах. Стоимость качественного сателлита колеблется от 10 до 30 \$. В нашем случае нам хватит 2х - 3х сателлитов. Сателлиты должны быть околотематичны и не иметь темного прошлого. Использовать мы будем их на полную катушку и выжимать из них все соки:

1. Оптимизируем морду каждого сателлита по **низкочастотному разбавленному ключу** продвигаемого ВЧ. К примеру, если ВЧ - *пластиковые окна*, оптимизировать сателлиты будем по запросу *выбрать пластиковые окна*.
2. Закупаем на сателлиты несколько ссылок с бщим бюджетом 200 - 500 р/мес. Втечение нескольких АПов наши говносайтики займут достойные позиции в выдаче
3. Ставим ссылку с **морды** каждого сателлита по относящемуся к нему НЧ
4. Делаем с каждого сателлита сквозняк с прямым вхождением ключа (**кроме морды**)

Данные манипуляции позволят нам при минимальных затратах с легкостью вылезти в 30-ку, но ведь мы хотим большего?! 😞

## Бросаем все силы на достижение цели.

Теперь нас ждет самое сложное, а именно трудный путь в ТОП через терновники кривых алгоритмов Яндекса. В предыдущих пунктах мы уже сделали все, что могли для подготовки нашего сайта к финальному рывку.

Откровенно говоря, после проделанных манипуляций в ТОП вылезет даже школьник, но бюджет составит несколько десятков тысяч рублей... Не думаю, что подобный вариант вас устроит, поэтому будем включать голову и искать обходные пути...

*Итак, приступим!*

Для начала стоит определиться с целями, которых мы хотим добиться:

1. **Конечно же выйти в ТОП**
2. Твердо удерживать свои позиции
3. Минимизировать расходы

С первым пунктом все понятно, но как же поступить с оставшимися двумя?

Попробуем разобраться по шагам. Для начала опишу вам свое представление сложившейся ситуации...

Как я уже говорил выше, в сложившейся ситуации, выйти в ТОП сможет даже школьник, НО... Ему потребуется ОГРОМНЫЙ бюджет и я очень сомневаюсь, что он усидит в топе. Мы же стараемся максимально сократить бюджет, не так ли? Следовательно нам нужен комплексный подход с долгосрочным планированием. Ну хватит лить воду, приступим к продвижению:

1. Закупаем в САПЕ несколько дорогих морд с тематических сайтов. Главным критерием отсева доноров для нас станут **Alexa Rank, позиции в выдаче** и возраст домена. Сайты должны быть нешуточно пухлыми, с **низким Alexa** и достойными позициями по ВЧ. 2х-3х качественных морд вполне хватит. В качестве анкера используем прямое неразбавленное включение с тематическим околоссылочным. Очень желательно выбирать доноров, размещающих ссылки не в "ссылочных местах"
2. Закупаем страницы 2-го уровня. Критерии те же, только некоторые анкеры немного разбавляем.
3. Закупаем внутряки. Тематичность на данном этапе уже не так важна, а вот возраст играет преобладающую роль. С анкерами делаем что хотим, главное не переусердствовать
4. Начинаем мучать Адвего. Даем задания на проставление ссылок на посещаемых форумах, сообществах и т.д. Цена в 25-30 центов окажется в самый раз. На данном этапе не стоит экономить, т.к. это позволит сэкономить бюджет в дальнейшем.
5. Начинаем размещать статьи. Размещаем несколько статей на качественных донорах (**смотреть пункт 1**)
6. Постепенно проставляем статьи на донорах всех порядков. Вполне достаточно окажется 80-150 статей по цене 20-40 рублей
7. Можно немного побаловаться постовыми и вечными ссылками
8. *Помните пункт 6?* Я не просто так написал слово ПОСТЕПЕННО! К моменту размещения половины статей сайт уже должен находиться в ТОП 10, но мы не прекращаем размещение статей. Добиваем Яшку статьями до конца и получаем достойное место в **ТОП 3**, но опять таки, не прекращаем размещать статьи.
9. МКогда сайт оказался в тройке лидеров приходит время минимизации бюджета. Размещаем по несколько статей в день, параллельно снимая сапо-ссылки.
10. Если сайт начинает просаживаться кормим его вечными ссылками и постовыми, но не прекращаем простановку статей
11. Постепенно почти все помесечные ссылки окажутся снятыми и останутся только трастовые морды и страницы 2-го уровня. Вот этот момент - самый сложный и перед SEO вырисовываются два возможных пути: прекратить размещение статей и оставить морды или **избавиться от морд с помесечной оплатой**. Лично я предпочитаю второй вариант, хотя он достаточно сложен в реализации
12. Если мы просто снимем морды, **ТО САЙТ ОДНОЗНАЧНО РУХНЕТ ВНИЗ** и есть вероятность того, что поднять его обратно будет намного сложнее, чем в первый раз
13. Я предлагаю следующий метод (сразу оговорюсь, что данный метод **ОЧЕНЬ** противоречивый и его можно отнести к игре с огнем, но на моем опыте были случаи, когда он давал положительный эффект): **БЕРЕМ И ИЗМЕНЯЕМ TITLE** страницы. Да, да я не ошибся, мы берем и собственноручно обваливаем сайт в выдаче и это еще повезет, если сайт из последних сил сможет удержаться в 30-ке лидеров. Данный метод связан с особенностями алгоритмов и я не могу дать вам гарантии, что он сработает, скажем, через год или 2. Как только для продвигаемой страницы произошли изменения позиций смело снимаем все ссылки с помесечной оплатой и через несколько Апов возвращаем былой заголовок. После данных манипуляций сайт вполне может занять былые позиции, но уже без покупных сылок
14. Еще один вариант - изнасиловать сайт таким количеством вечных ссылок, что морды окажутся просто не нужны. Хотя данный метод и является намного более безопасным, но он **существенно увеличит бюджет**

*Подведем итоги всего всего вышесказанного...*

При продвижении сайта мы использовали большое количество статей, а что это значит? **Чем, например отличается статья от вечной ссылки?**

А отличается она тем, что статический вес ссылки, расположенной в статье будет непременно расти изо дня в день и вес, передаваемый сайту будет постоянно возрастать, что позволит не только занять лидирующие позиции но и уверенно их держать на протяжении долгого времени.

[Подробнее эту тему вы можете почитать на форуме.](#)

## Ответы о SEO от профессионалов

*[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)*

Очень часто веб-мастера новички, да и матерые тоже, задают различные **вопросы о SEO**. А все почему? Одна из причин – некачественный подход самих задающих вопросы к обучению. Они пробегаются глазами по информации, что-то там запоминают, а через неделю уже не помнят или отвлекаются на что-то другое.

Вторая причина – мало практики, помогающей закреплять новый материал и связывать его с тем, что знаем. Отмечу, что это главная причина низкого профессионализма или его полного отсутствия в SEO. А ведь практика формирует общую картину понимания SEO. Нюансы в книгах не найдешь. А они так часто нужны Мы смотрим как другие делают: «*Вау! Класс, молодец, что провел такую работу. Теперь мне стало ясней как это работает*». И все. Пишем коммент (отмечаемся). Это «Вау!» так и останется «вау». А мы не молодцы. Ибо сути не поняли из-за отсутствия практики.

И третья причина – постоянно меняющиеся алгоритмы поисковых систем. Что теперь «в моде» для продвижения после последнего АПа алгоритма? Как быть с наработками; где подкрутить? и т.д.

В буржунете ситуация такая же, хотя и не столь бурная как с нашим любимым Яндексом. Все мы люди и имеем общую характерную черту: лень думать, анализировать тем более, и делать. Зато есть другие люди, которые побороли в себе «Я» и работают на результат. Вот они то сегодня нас чуток и просветят. Итак, простые вопросы и профессиональные ответы о SEO (уклон на буржунет).

### **1. Какой из вариантов наиболее эффективно влияет на поисковое ранжирование сайта и почему? 1) 10 ссылок с одного сайта или 2) 1 ссылка с каждого из 10 сайтов?**

При прочих равных, очень сильная корреляция находится между сайтами с высоким рейтингом и их разнообразием. Таким образом, 10 уникальных ссылок с 10 сайтов окажет лучшее влияние на ранжирование сайта в поисковой выдаче. Google поощряет такое разнообразие обратных ссылок, т.к это говорит о популярности сайта и влияет на его авторитет. Также разнообразие обратных уникальных положительно сказывается на он-лайн бизнесе: трафик, маркетинг.

### **2. Как поисковые системы относятся к 301 ответу сервера, 302-му, каноническим ссылкам и МЕТА-рефрешам?**

**301-й редирект** говорит поисковым системам о том, что страница окончательно перенаправлена на новый URL. **302-й редирект** говорит о временном перенаправлении, который может поменяться в будущем. Поисковые системы, такие как **Google** и **Bing**, правильно интерпретируют 301-й редирект, передавая все пузомерки старой страницы на новую целевую. 302 -й редирект не всегда получает таких привилегий и в результатах поиска может присутствовать и оригинальный URL и даже два урла вместе, например, один новый, а второй оригинальный в снипете.

Канонический URL является относительной ссылкой, которая служит для поисковых систем знаком, на котором написано «Содержимое этой страницы является Оригиналом» или каноном. Такая ссылка полезна, если на сайте присутствуют страницы с одинаковым содержимым или дублирующим его.

МЕТА-рефреш (обновления) относятся к директивам документа (прописываются в блоке `<head>...</head>`), указывающие браузеру период времени, через который нужно обновить страницу. Поисковые системы такую мета директиву воспринимают как прямой редирект на целевую страницу, сохраняя абсолютно все показатели таковой. Период времени обновления может восприниматься поисковыми системами как период равным нулю.

### 3. Как влияют на поисковые системы мета тэги класса «robots»? В частности, как это сказывается на индексировании изображений и контента на странице?

Такие мета тэги прописываются в блоке `<head>...</head>` и имеют конструкцию `<meta name="robots" content="параметр">`. Мета-роботы (как их еще называют) указывают поисковым роботам, что можно и чего нельзя делать с содержимым страницы. Например, самые используемые параметры в мета-роботах – `index`, `noindex`, `follow`, `nofollow`, `noodp`, `noarchive`, `noydir`. Следует отметить, что тэги, используемые в `robots.txt` имеют больший приоритет для поисковых роботов. Если Вы запретите к индексации какую-то страницу в `robots.txt`, а в мета-роботе будет разрешено индексировать, то поисковые роботы указания мета-робота проигнорируют.

### 4. Какие два самых топовых поисковика в следующих странах – США, Великобритания, Россия и Китай?

В США – это либо **Google** и **Bing**, либо **Google** и **YouTUBE** (хотя, последний технически принадлежит Google и их можно считать одним целым). **YouTUBE** считается специализированным сайтом для поиска видео, поэтому его можно не принимать в расчет для поисковой выдачи сайтов. Великобритания по поисковикам относится к США, в Китае – это Baidu и Google, в России – **Яндекс** и **Google** (и тут он засветился 😊) Кстати, **Яндекс** очень хорошо понимает английский и это очень хорошо. Эдакий мини-Google.

### 5. Какие аспекты социального маркетинга или СМИ оказывают наиболее положительное влияние на выдачу (кроме прямых обратных ссылок)?

Социальный маркетинг – это маркетинг осведомленности. Лучший результат в поисковой выдаче будет тогда, когда есть брэнд. Наиболее очевидный способ достичь такой популярности – это ссылки с пиарных статей на жирных сайтах соц-медиа. Еще одно мощное влияние – использование социальной выдачи в результатах поиска, как видно по интеграции **Google** и **Bing** с **Twitter** и интеграции **Bing** и **Facebook**. Такие обратные связи – это прямое соц влияние на авторитетность сайта, потому что в результате выдачи вовлекается много живых людей, имеющих самое мощное оружие – мнение. Они могут сослаться на ваш сайт без вашего участия, а это самый лучший аспект.

### 6. Назовите 5 тэгов/положений на странице, применяя которые к целевым словам, мы получим положительное влияние на поисковую выдачу.

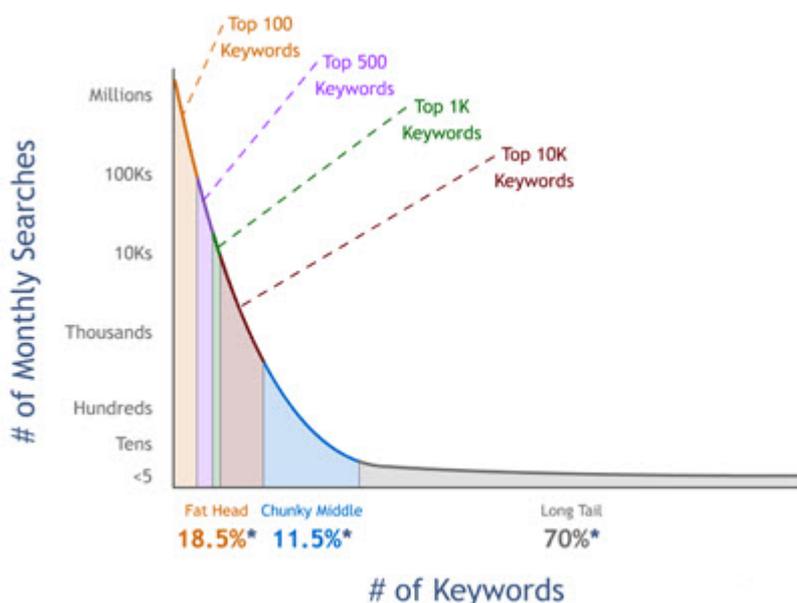
Отмечу сразу, что неправильным использованием этих тэгов грешат большинство веб-мастеров. Им хоть пропиши на лбу эти простые правила, – все равно будут их нарушать. Пять мест, где обязательно нужно использовать как ключевые слова так и тэги:

1. **TITLE** (заголовок). С заголовка начинается статья. Если вы тут напортачите, то смысл делать оптимизацию основного контента уменьшается на 50%. Размещайте самый важный ключевик (один) ближе к началу предложения в заголовке.
2. **Domain Name** (имя домена). Желательно, чтобы имя домена содержало ключевое слово. Если не выходит подобрать чистый запрос (однословник), то используйте двух-трехсложные конструкции.
3. **SubDomain Name** (имя субдомена). Аналогично п.2.
4. **URL** страницы. Для поисковика адрес конечной страницы вида `/poiskovyj-zapros.html` будет куда «приятней» чем `/p?=234`. Также это касается названий категорий и т.д. в URL.

5. Атрибут **ALT=>текст**. Применяется к картинкам. Если вывод картинок на странице запрещен настройками пользователя, то вместо картинки показывается содержимое атрибута ALT. В него также прописывают ключевики. ALT добавляет веса продвигаемым запросам.
6. Тэг **<strong>**. Без этого тэга никуда. Его применяют для выделения ключевиков в контенте. Для поисковиков это как красный флаг для быка. ПС уделят им больше внимания. Влияет на ранжирование.

## 7. Опишите распределение поискового запроса и что подразумевается под «жирной головой» (fat head) и «длинным хвостом» (long tail)?

Более миллиарды запросов выполняются каждую неделю. И подавляющее их число – порядка 70% – запросы в виде терминов и фраз, которые использовали менее 10 раз в месяц. Более точно распределение запросов показано на диаграмме. Правая крайняя часть диаграммы (ось X) – длиннохвостые запросы или «длинный хвост», а голова диаграммы (ось Y), на которых приходится тысячи и миллионы топовых запросов – это «жирная голова».



- Ось X – # of Keywods – количество ключевых слов в процентном соотношении к всей массе ключевиков;
- Ось Y – # of Monthly Searches – ежемесячное количество запросов.

## 8. Назовите 6 сервисов/источников, которые могут предоставить информацию о количестве бэклинков на страницу/сайт.

- [Google Webmaster Tools](#)
- [Bing Webmaster Tools](#)
- [Google Link Command](#)
- [Google Blog Search](#)
- [Yahoo! Site Explorer](#)
- [Yahoo! Link Commands](#)
- [SEOMoz Linkscape](#)
- [Majestic SEO, Blekko](#)
- [Exalead](#)
- [Alexa](#)

*Примечание: хотя есть множество других SEO сервисов для аналитики бэклинков, все они получают данные о бэках от одного-двух из вышеперечисленных служб.*

## 9. Какие методы оказывают продолжительное действие на индексацию страницы или сайта?

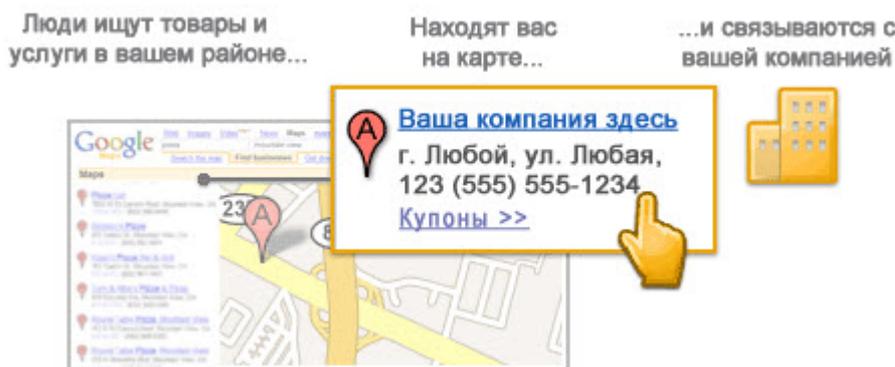
На этот вопрос существует множество ответов. Поэтому опытные оптимизаторы должны использовать свое суждение и не навязывать (спорить) его другим как истинное. Приведу наиболее очевидные из них:

- Сократить к минимуму или полностью исключить страницы с дублированным или низкокачественным контентом (у нас это называется «ГС»);
- добавить XML Sitemap в поисковые сервисы;
- использование пинг сервисов для RSS Feed;
- упростить навигацию сайта;
- уменьшить глубину просмотра (до 3-го уровня);
- сократить дублированный контент или закрыть его от индексации;
- создавать больше обратных ссылок на не проиндексированные страницы.

## 10. Назовите, по меньшей мере, 3 элемента, которые имеют решающее значение в рейтинге Google Local, Maps и Places

Что такое Google Places? Цитирую:

С помощью [Google Places](#) (Google Адресов) можно бесплатно добавлять на [Google Maps](#) (Google Карты) данные о своей компании.



Когда потенциальные клиенты начнут искать в Картах Google информацию о местных компаниях, они найдут вашу организацию: узнают ее адрес, часы работы и даже увидят фотографии вашей витрины или продукции.

На рейтинг оказывает влияние известность местности, правильность и полнота данных о компании (адрес, номера телефонов и т.д.); источники, которые больше рассказывают о месте, где находится компания; название компании; имя домена ее сайта.

## 11. БОНУС! (слабонервным не читать). Опишите концепцию моделирования в разрезе SEO и как поисковые системы могут использовать ее для улучшения качества своих результатов?

Путь развития моделирования – в математическом решении отношений между словами/фразами и определения релевантности контента к запросу. Такие системы моделирования, как правило, типичные модели векторного пространства, в котором степень «родственности» (related-ness) представлена косинусом углом или «косинус сходством». Маленькие по размеру углы находятся ближе друг к другу (высокий показатель сходства или родственности), в то время как большие по размеру углы удалены друг от друга. Для точного представления полной коллекции из слов и фраз, связанных между собой по смыслу, содержанию, идее и т.д., могут понадобиться многие десятки и сотни тысяч угловых размеров. Специальные алгоритмы, такие как LDA, LSI, LSA, pLSI и т.д. направлены на реализацию такой системы моделирования.

## Линзы Squidoo - как их правильно создавать для продвижения сайта

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

[Squidoo](#) - замечательный сервис, позволяющий всем желающим создавать линзы. Линзами на этом сервисе принято называть тематические страницы, посвященные какому-либо вопросу. Squidoo - это одновременно энциклопедия и социальная сеть. Кстати, Squidoo является проектом [Сета Година](#).



Я использую линзы Squidoo для продвижения сайтов, как англоязычных, так и русскоязычных. Для русскоязычных сайтов польза будет в увеличении Google PR. По опыту могу сказать, что линзы в сочетании с социальными закладками и новостями хорошо повышают PR. Ссылки с линз не закрыты nofollow, поэтому прекрасно передают PR. Помимо этого, ссылки с линз хорошо влияют на поисковые позиции, а также могут давать дополнительный целевой трафик.

Сразу хочу сказать, что для того, чтобы от линзы был эффект, над ней нужно поработать. Что посеешь, то и пожнешь - закон любой социальной сети. Для успешной работы со Squidoo необходимо знание английского. Спам на Squidoo оперативно банится, причем даже в комментариях.

Хотя для создания линз предлагается множество модулей, акцент следует сделать на уникальность - чем интереснее и оригинальнее вы сделаете линзу, тем больше эффекта от нее получите.

Каждая линза должна быть посвящена какому-либо одному вопросу или тематике. Это может быть модель автомобиля, любимый фильм, увлечение, город и т.д.

Приведу примеры грамотных линз, чтобы показать, какие линзы можно создать и как они выглядят.

[Линза о телевизорах HDTV](#)

[Татуировки на ногах](#)

[Линза о Винни Пухе](#)

[Создание оригами из долларовых банкнот](#) (не знал, что можно доллары так свернуть 😊)

[Раскраски для взрослых](#)

[Как правильно сдать свои волосы](#) (я думал, волосы только у нас сдают 😊)

Итак, приступим к созданию линзы. Регистрируемся в [Squidoo](#), перейдя по ссылке Join the community в правом верхнем углу. После входа в систему дрожащей от счастья мышкой ищем ссылку “Create a lens now” (Создать линзу).

Начать создавать линзу можно прямо с главной страницы Squidoo, в первое поле вписываем название линзы, естественно, по-английски. Естественно, нужно продумать ключевик и создавать линзу с учетом оптимизации под этот ключевик:



Второй шаг - определяем, для чего создается линза. Для начала советую отметить первую опцию - мол, хочу просто рассказать всему миру. Есть опции, позволяющие заработать на своей линзе. Сервис охотно делится доходом с владельцами успешных линз.

## Step 2: What's your goal for your page?

It's easy to start a Squidoo page. It's not quite as easy to make it a masterpiece. But here's a great tip: As you build, think about what your goal for the page is. Are you trying to get the word out about an important issue? Market your business, or yourself? Earn some money for charity? Or just have fun organizing your interests? Get specific and tell a story, and we bet your lens will be awesome.

I want to get the word out about Shakin.ru (easiest option) powered by **Shakin.ru**

Шаг третий - создаем адрес линзы, название, выбираем тематику и отмечаем, что нашу линзу могут посещать даже маленькие дети. Кстати, этот момент говорит о том, что с моральными устоями на Squidoo все нормально.

### Step 3: Create a Title and URL

**Tip #1:** Clever lens titles can make great first impressions.

**Tip #2:** When picking your Squidoo URL (or link) just fill in the blank where it says [www.squidoo.com/](http://www.squidoo.com/)\_\_\_\_\_.

Lens Title:

[Shakin.ru](http://Shakin.ru)

Pick your URL, the link where your lens will live.

(This can't be changed, so choose wisely).

[www.squidoo.com/](http://www.squidoo.com/) [shakinru](http://shakinru)

And pick a category for your lens:

SEO & Affiliate Marketing

Please rate your lens:

If you're not sure, read up on our [Ratings policy](#).

My lens contains:

G RATED MATERIAL: Safe for all ages and eyeballs

Back

Go to Step 4

Just 1 easy step to go!

Последний шаг создания линзы - пишем основное ключевое слово нашей линзы и три дополнительных, а также вводим хитроумную капчу:

### Step 4: Tag your page so people can find it!

Keywords (or "tags") are important for helping people find your lens within Squidoo. Think about the search words someone might put into Google when she's looking for info on your topic. Those would be your lens tags.

The best keyword for my lens is:

[Shakin.ru](http://Shakin.ru)

And 3 more good ones are:

(Optional)

[seo](#)

[webdesign](#)

[creative](#)

preview by  
[Shakin.ru](http://Shakin.ru)

Enter the word to the left:

[mugdragon](#)

Can't read the word? [Click here](#)

Линза создана, теперь ее нужно привести в человеческий вид. Что я обожаю на Squidoo, так это модульность - вам предлагается куча всевозможных модулей, с которыми создавать линзу и делать ее интересной одно удовольствие. Жалко, у нас в рунете нет подобных сервисов. Как всегда, отстаем на несколько лет.

Желательно начать с первого модуля, где написать название вашей линзы, вставить подходящую картинку и кратко ее описать. Это схоже с обычным заполнением профиля на социалках, поэтому я пропущу этот скучный шаг и сразу перейду к вкусному - видеомодулю [Youtube!](#) На модуле переходим по оранжевой ссылке "Edit" и дальше начинается action!

YouTube vids

New YouTube vids

preview by  
[Shakin.ru](http://Shakin.ru)

EDIT X

This module is empty. Please click edit to start adding content to it!

Модуль предлагает три варианта подбора видеороликов по тематике вашей линзы. Первый, я им чаще всего пользуюсь - Let YouTube Pick (Разрешить подбор самому сервису Youtube). Второй вариант - Let Me Pick (Я сам выберу) - можете сами выбрать ролики вручную. И третий вариант - можно вставить видеоролики какого-либо пользователя Youtube по его нику.

Потом выбираем опции Show full-size video (Показывать полноразмерные ролики) или Show thumbnail video (Показывать миниатюрные ролики).

Enter tag or keyword - вводим тег или ключевое слово для подбора видео. Я ввел магические буквы "seo", а также выбрал количество видеороликов для показа - 6.

Select your videos | Display options

There are 3 ways to add YouTube videos to one.

**Let YouTube Pick**  
A live, automatically updated display of videos, based on your tags.

**Let Me Pick**  
Choose specific videos you want to show on your lens.

**Pick by YouTube Username**  
Show a YouTube member's videos (yours or someone else's)

---

**Show full-size video**  
Playable in lens, limit one per module

**Show thumbnail videos**  
Links to YouTube, limit 9 per module

Enter tags or keywords (Use commas to separate you

seo

Choose number of videos to display

6

Жмем Save и видим такую красоту:

New YouTube vids

SEO videos

Here are some SEO videos

 <p><b>Top 20 SEO Tools</b> ★★★★★ Runtime: 3:09   49445 views   Comments</p>	 <p><b>Search Engine Optimization SEO...</b> ★★★★★ Runtime: 9:03   13903 views   Comments</p>	 <p><b>Network Solutions Sr VP; Begin...</b> ★★★★★ Runtime: 4:18   45503 views   Comments</p>
 <p><b>SEO Best Practices</b> ★★★★★ Runtime: 4:04   12011 views   Comments</p>	 <p><b>SEO Title Tags - Seo Video</b> ★★★★★ Runtime: 4:04   12011 views   Comments</p>	 <p><b>Design Coding</b> ★★★★★ Runtime: 3:22   420927 views   Comments</p>

Хотите еще немного уличной магии? 🧙

Тогда займемся модулем фотографий с чудесного сервиса фотографий [Flickr](#). Здесь все аналогично предыдущему модулю. В конце опция - Update frequency (Как часто обновлять фотографии). Я выбираю 1 day - ежедневно. Фотографии сами будут со временем меняться и обновляться в соответствии с тегом или ключевым словом в модуле.

Select your photos

**Let Flickr Pick**  
A dynamic display of photos that match your tags.

**Let Me Pick**  
Select specific photos

**Pick By Photoset**  
Share your Flickr Photosets:

Enter your search terms (Ex.: Venice, gondolier, "I  
creative

**Search tags only**

**Search titles, tags, and descriptions (may**

Maximum number of photos to display  
10

Update Frequency  
1 day

Жмем Save, и, о, чудо! Умные сервисы, ничего не скажешь.

## New Flickr Photos



Модулей на Squidoo просто море и маленькое озеро. Я на Squidoo больше года, и со многими модулями до сих пор не знаком - постоянно добавляют новые. Чтобы все изучить, надо там жить 🧙

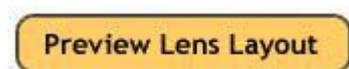
Для того, чтобы перейти в сокровищницу модулей Squidoo, в верхней части страницы создания линзы жмем кнопку Add modules:



Модули размещены по вкладкам, у каждой вкладки еще несколько страниц с модулями. Для добавления понравившегося модуля просто нажмите Add напротив него.



Когда подобрали нужные модули, нажмите кнопку Preview Lens Layout (Предварительный просмотр линзы):



Модули можно переставлять вверх-вниз (я пометил стрелки для этого красным кругом), а также удалять. Когда все готово, смело жмите Save в нижней левой части, и перейдете на страницу редактирования линзы. Затем сможете работать с каждым модулем по аналогии с тем, как мы работали с видеомодулем Youtube и фотомодулем Flickr.



Обязательно сделайте 1-2 текстовых модуля, в которых лучше всего написать уникальный контент.

Не нужно бояться добавить много модулей (мол, много внешних ссылок будет с линзы). Ничего страшного, чем интереснее линза и чем больше посетителей она привлечет - тем лучше.

Можете поместить на линзу модули Amazon, Ebay и т.д. - сервис предоставляет возможность для заработка.

Полезно создание RSS модуля, в котором будут показываться ссылки на свежие материалы вашего сайта - это усилит приход поискового робота на ваш сайт.

Следующий шаг - надо подружиться с другими пользователями Squidoo, у которых линзы по тематике Вашей. Для этого зайдите на линзу по Вашей тематике и перейдите на профиль пользователя, затем

нажмите Join My Fanclub, и потом Continue. Полезно оставить несколько комментариев - это поможет подружиться с другими обитателями Squidoo.

Также желательно вступить в [группы Squidoo](#) по тематике Вашей линзы (при заходе в группу жмете Join Group). Можете при желании создать свою группу.

Чтобы подпитать линзу ссылками и чтобы она быстрее проиндексировалась поисковиками, прогоните ее по социальным закладкам. Можете почитать мою статью [Как сказочно ускорить работу с социальными закладками](#).

Если к созданию линз подойти серьезно, то можно вскоре увидеть свои линзы во внешних ссылках на свой сайт, хорошо подпитать позиции (для англоязычного сайта), а также получить дополнительный трафик.

Также рекомендую похожие сервисы [Hubpages](#) и [Gather](#).

Желаю вам успехов в освоении этого полезного и интересного сервиса! И помните - суть не в количестве линз, а в их качестве.

## Как определить целевую страницу для продвижения

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Сегодня будем отвечать на вопрос – как определить целевые страницы для продвижения в поисковых системах.



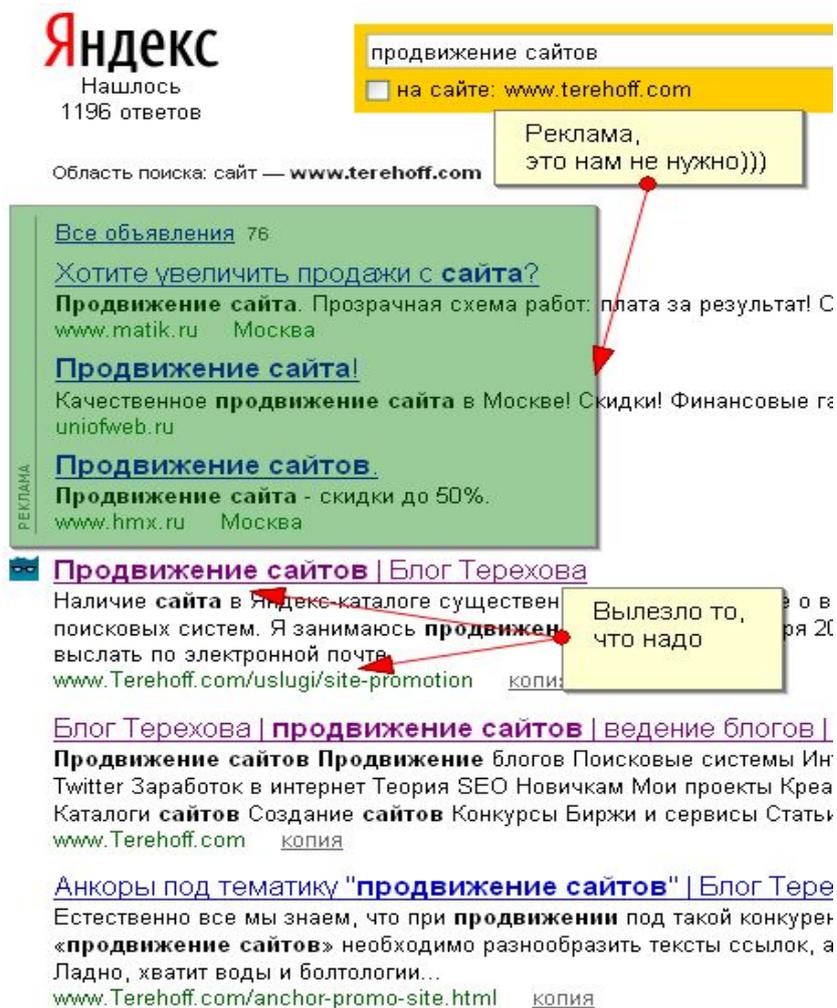
Вообще все довольно просто, особенно в начале. После простых вещей которые вот прямо сейчас появятся, поговорим о чуть более сложных. Целевые страницы необходимо определить, чтобы понять, какие из них продвигать в поисковых системах под какие запросы и в каких поисковых системах.

### Как определить целевую страницу в yandex

Очень просто. Открываем [yandex.ru](http://yandex.ru), нажимаем расширенный поиск и вводим ключевую фразу, а так же URL вашего сайта, на котором целевую страницу вы хотите найти.



Выдал мне яшка примерно следующее.



Наиболее релевантной вылезла страница с [услугами по продвижению сайтов](#). Если рассматривать конверсию и соизмерять с затратами на продвижение (которых по этому запросу фактически не было), то целевая страница выбрана верно. Люди задают вопросы, приходят на эту страницу, видят предложение услуг по продвижению сайтов, пишут на электронную почту, дальше уже маркетинг. Сегодня о нем не будем.

Как видите, главная страница стоит на 2м месте по этому запросу, а вот первая как раз именно та, что называется целевая.

## Как определить целевую страницу в google

В google определить целевую страницу еще проще, не надо никаких дополнительных телодвижений, кроме как на клавиатуре вбить дополнительных символов (хорошая статья про [поисковые запросы google](#)). Для того, чтобы найти страницы по запросу “продвижение сайтов” на сайте [www.terehoff.com](http://www.terehoff.com), нужно “вбить” следующий запрос в google.

**продвижение сайтов site:terehoff.com**

ти [Переводчик](#) [Gmail](#) [ещё](#) ▾



продвижение сайтов site:terehoff.com

Поиск в Google

Мне п

На выходе получаем вот такое.

**продвижение сайтов site:terehoff.com**

Результатов: примерно 639 (0,20 сек.)

### [Продвижение сайта.](#)

[www.seopult.ru](http://www.seopult.ru) Не трать время на поиск! Раскрути свой сайт с помощью

[Блог Терехова](#) | [продвижение сайтов](#) | [ведение блогов](#) | [зара](#)  
[апр](#)  
Создание, оптимизация и [продвижение сайтов](#), заработок в сети.  
[www.terehoff.com/](http://www.terehoff.com/) - [Сохраненная копия](#) - [Похожие](#)  
[ [русские киворды](#) ] Главная на 1м месте

### [Продвижение сайтов](#) | [Блог Терехова](#) ☆

[Продвижение сайтов](#) – это очень интересный, но в то же время очень нег  
деятельности. Когда я сам начинал всем этим заниматься, у меня перед гл  
[www.terehoff.com/category/prodvizhenie-sajtov](http://www.terehoff.com/category/prodvizhenie-sajtov) - [Сохраненная копия](#)

### [Продвижение сайтов](#) от ALL-REG.net | [Блог Терехова](#) ☆

33 сек. - 8 апр 2010  
На правах рекламы Сегодня хочу представить вашему вним  
по раскрутку.  
[www.terehoff.com/all-reg.html](http://www.terehoff.com/all-reg.html) - [more videos](#) »

### [Бесплатные методы продвижения блогов в примерах](#) | [Блог Те](#)

[мар](#)  
Так я решил сделать на своем новом блоге SEO штуки, на котором буду п  
практические примеры и советы по [продвижению сайтов](#). ...  
[www.terehoff.com/besplatnye-metody-prodvizheniya-blogov-v-primerax.html](http://www.terehoff.com/besplatnye-metody-prodvizheniya-blogov-v-primerax.html) -  
[Сохраненная копия](#)

### [Продвижение сайтов](#) при помощи блога | [Блог Терехова](#) ☆

Спонсор поста - ТехноСтрой - аренда техники в Санкт Петербурге по низким  
[www.terehoff.com/promotion-with-blog.html](http://www.terehoff.com/promotion-with-blog.html) - [Сохраненная копия](#)

Как видим, первой вылезла главная страница блога. А вот страница с предложением услуг продвижения сайтов в топ 3 по сайту не попала. Зато на втором месте страница с [категорией продвижение сайтов](#). Кстати говоря, почитайте, [как правильно оптимизировать под поисковые системы ваш блог на wordpress](#) – отличные советы от Елены Камской.

Теперь пробежимся по результатам поиска, чтобы сделать выводы о том, как продвигать под один запрос сайт в разных поисковых системах google и yandex. Для справки [продвижение под yandex](#) и [продвижение под google](#) – основные особенности из практики.

Есть два пути: оставить все как есть и продвигать в каждой поисковой системе ту страницу, которую она считает наиболее релевантной. Тогда в sare или при помощи ссылочного агрегатора (я сейчас пользуюсь rookee) закупаем ссылки на страницу с услугами, а постовые с блогов в новых постах закупаем на главную страницу.

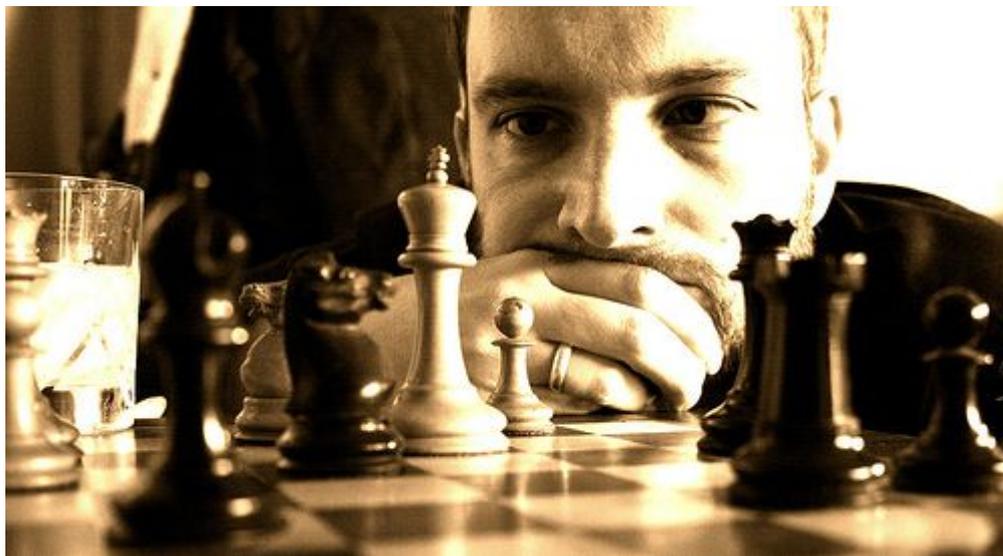
Второй путь, “перебить” текущую страницу, другими словами дать понять поисковой системе, что наиболее релевантна другая страница и именно ее стоит показывать в результатах поиска. Это можно сделать при помощи внешнего ссылочного или за счет внутренних факторов. За счет ссылочного – прикупить/получить ссылок с нужным анкором/анкорами на требуемую целевую страницу. За счет внутренних факторов можно сделать без вложений – изменить тексты в заголовках, тегах strong – грубо говоря, оптимизировать текст на странице таким образом, чтобы он не подходил под тот запрос, по которому сейчас плотно сидит в топе в рамках сайта.

Ну и напоследок – для продвижения конкурентных и высокочастотных запросов лучше всего использовать главную страницу, так как за счет большего веса, переданного с других страниц, ее легче “вытащить” в топ.

## Долгосрочная эффективная стратегия продвижения сайта

*[Автор: Дмитрий Голополов \(Ditok\)](#)*

Этот пост можно назвать небольшим мануалом и как можно вывести практически любой сайт в топ поисковых систем.



### Траст сайта - миф или нет

В последнее время трастовость ссылающихся сайтов очень важна при продвижении молодого сайта, для того что бы продвигаемый сайт сделать авторитетным в глазах поисковых систем.

Итак, есть у нас хорошо оптимизированный сайт, теперь самое главное работа над внешними факторами. Без прикупки ссылок для коммерческих тематик не обойтись и сейчас я вам расскажу про эффективную стратегию продвижения молодого сайта.

### Этапность

Лучше не спешить с продвижением сайта, особенно если доменное имя новое, что бы потом долгое время не выходить из под фильтров поисковых систем.

## Первый месяц продвижения сайта

- размещаем 5 – 10 постовых на авторитетных блогах
- прикупаем в sape тематических ссылок с такими показателями:

PR 2-4, ТИЦ от 10, ВС 10, цена до 0.60 центов, наличие в Dmoz – да, индексация в Google да в Яндекс не обязательно, ЯК не обязательно, возраст домена от 100 дней – этот вариант для поисковой системы Google

PR 1-3, ТИЦ от 100, ВС 10, цена до 0.80, наличие в ЯК – да, индексация в Яндекс да, в Google не важно, возраст домена от 150 дней – этот вариант для поисковой системы Яндекс

Прикупаем примерно 30-50 таких ссылок, можно и больше, но все будет зависеть от тематики

- размещаем 10 – 15 тематических статей (биржи Miralinks, Liex, Seozavr)

Делаем отчет по позициям, смотри на изменения и продолжаем дальше

## Второй месяц продвижения сайта

- продолжаем прикупать ссылки в sape только немного под другими фильтрами:

PR 1-2, ТИЦ 10, ВС 10, цена до 0.25 центов, наличие в Dmoz и ЯК неважно, индексация в Google и Яндекс - да.

Только уже прикупаем примерно по 100 ссылок в неделю, то есть примерно 300-450 ссылок в месяц

- размещаем статьи навсегда, желательно тематические, что бы разбавить ссылочное на сайт.

Размещаем 10 – 25 статей (по 2-5 ключевых слов в статье)

- прикупаем, постовые для самых основных запросов, я это делаю для ВЧ

Ссылки с блогов индексируются очень быстро, и очень хорошо передают ссылочное на продвигаемые сайты.

Зачастую многие запросы в конце второго месяца уже будут в топ 10-30, опять же все будет зависеть от тематики сайта. Анализируем и продолжаем работу дальше.

## Третий месяц продвижения

Если запросы еще далеко от нужного топа мы можем в третьем месяце увеличить прирост ссылочного на 25-35%.

По тем же фильтрам или немного другим, скажу честно - тематика сайта мало влияет, но влияет, но можно сделать, так что бы тематика передавалась больше, для этого необходимо создавать тематический текст вокруг ссылки. Пример для sape:

Купить ноутбук с доставкой, **ноутбуки в Киеве**

*На выделенное слово ставится ссылка, этот вариант для поисковой системы Google*

Продажа ноутбуков, **купить качественные ноутбуки** в Москве распродажа

*Для поисковой системы Яндекс*

Различие между продвижением в Яндекс и Гугле это не прямые вхождения для поисковой системы Яндекс и прямые вхождения для Гугл.

- размещаем статьи навсегда (биржи Miralinks, Liex, Seozavr)

Для статей стараемся брать тематику, если нет по нужной цене тематики, берем около тематику. Чем больше статей, тем лучше, давайте рассмотрим, как я распределяю бюджет на продвижение сайта:

- 50% биржи ссылок
- 25% статьи навсегда
- 15% постовые
- 10% контент

В конце третьего месяца сайт будет в железном топе, самая главная задача его там держать, и поэтому в любом случае придется прикупать еще ссылок.

25% для статей навсегда, потому что через время например 6 месяцев после начала продвижения сайта бюджет не будет расти, а только снижаться, чем больше ссылок навсегда тем меньше затрат на перспективу.

Если использовать только биржи ссылок, можно получить нужный результат, многие студии только так и делают, но расходы на продвижение постоянно растут.

### **Продвигаем СЧ и НЧ запросы с помощью блога**

На сайте должен быть блог и постоянно обновляемый контент, на это я закладываю 10% от бюджета на продвижение, в некоторых случаях и до 30%.

С помощью блога можно продвинуть десятки НЧ и СЧ запросов в топ поисковых систем, без покупки ссылок. Это на самом деле работает, причем очень хорошо.

Для этого нужен уникальный контент, его перелинковка, и постоянство.

## **Черное SEO: Советы для вебмастеров**

*[Автор: Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#)*

За все время существования Интернета существовала и черная оптимизация (так называемое black seo). Использование черных методов оптимизации может привести к последствиям — от пенализации сайта (наложения на него фильтров) до его полного исключения из поискового индекса.

### **Откажитесь от использования методов черного seo!**

Ниже приведены советы для вебмастеров, упор в которых сделан на отказ от методов черной оптимизации в пользу роста качества Интернет-ресурсов.

#### **Остерегайтесь невидимого текста**

- белого текста на белом фоне;
- текста, не видимого за изображением;
- использования font-size: 0px;



— скрывания текста через CSS-стили.

### **Избегайте невидимых ссылок**

- ссылок того же цвета и стиля шрифта, как и текст, что делает их незаметными;
- однопиксельных гиперссылок, сделанных с помощью CSS;
- ссылок, спрятанных в специальные символы, например, в точку.

### **Не используйте JavaScript редиректы**

- перенаправляя поисковые машины на страницу, отличную от той, что видят пользователи;
- заключая ссылки в яваскрипт.

### **Остерегайтесь переспамливания контента ключевыми словами**

Наполнение сайта множеством ключевых слов создаст отрицательный опыт для посетителей. Поэтому, не стоит часто повторять ключевые слова или использовать невидимый текст, пряча некоторые из них.

### **Очистите страницы от дублированного контента**

Всегда пишите оригинальный контент.

### **Не используйте страницы с вирусами и троянами**

Забудьте о дырах в безопасности для продвижения своих сайтов. Если же ваш сайт будет заражен хакерами, поисковые системы сообщат о том, что необходимо внести соответствующие изменения.

### **Не используйте линкаторы и другие автоматические системы обмена ссылками**

Избегайте тех доноров, которые активно продают у себя ссылки. Поисковые системы очень не любят линкаторы и страницы с множеством исходящих ссылок.

### **При заработке на партнерских программах убедитесь, что ваш сайт несет собою какую-то ценность**

- не используйте чужой контент, выдавая его за свой;
- не используйте автогенерированный контент, которые бесполезен для читателей, а лишь содержит ключевые слова;
- используйте партнерки осторожно, убедитесь, что они содержат оригинальный и ценный контент.

**Не используйте дорвеи, созданные для поисковых машин**, перенаправляя пользователей на сайты, которые не соответствуют тому, что они искали.

Черное SEO продвигает сайт непорядочными, воровскими, скрытными и коварными методами, которые обычно не соответствуют руководствам поисковых систем. Методы черного SEO включают спам, клоакинг, создание дорвеев, воровство контента, использование линкаторов и другое.

В отличие от черного, белые методы оптимизации (white SEO) используют создание полезного сайта, наполненного уникальным контентом и использующего для продвижения лишь легальные методы, которые не противоречат правилам поисковых систем. Применяйте белые методы продвижения сайтов!

## **Дорвей или сателит**

*[Автор: Brabus](#)*

**Brabus:**

Хочу поднять вопрос о целесообразности. Я так понимаю что Дорвей отличается от сателита, только тем, что не содержит обдуманного текста и перенаправляет посетителя автоматом на основной сайт. Сателит же это уникальный текст с ссылками на основной сайт, и переходы по этим ссылкам зависят исключительно от посетителей.

Так что целесообразнее? Использование белого дорвея (сателит) или классического (которому одна дорога, в бан)

Что приносит более серьезный результат?

Кто чем пользуется?

**Movut:**

Не совсем понял цель создания сателлита/дорвея? Сателлиты обычно используются для долгосрочного покачивания основного сайта на предмет пузомеров и трафика. Дорвеи же используют для слива больших объёмов трафика на партнёрки. Сателлиты могут жить годами, дорвеи - несколько апов (но бывают и исключения).

**Brabus:**

А разве дорвей, создается только для партнерки? Помоему для коммерческих сайтов (мой случай), это тоже вариант. Но я склоняюсь к сателлитам, и хочу понять схему размещения сателита в сети, на сколько уже смог узнать, размещать его желательно на другом хостинге, или на этом же но с другим ip. Какие еще подводные камни есть?

Кто чем пользуется?

**Chiliec:**

Если на перспективу, то конечно сателлиты рулят. Даже заказывая написание контента у копирайтеров, мне кажется, выйдет в итоге дешевле, чем все время поддерживать временные сапо-ссылки.

Ну и если вы работаете по найму то и уволить то вас не смогут если большая часть продвижения будет основана на ваших собственных сателлитах, а если уволят, то можно будет уйти к конкурентам 🍌

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Продвижение социальными закладками

[Автор: Killua](#)

**Killua:**

Добрый вечер. Интересует данный вопрос, а именно:

- 1) если ещё эффект от этого способа?
- 2) если продвигается 3 сайта, то стоит на каждый сайт делать отдельный аккаунт?
- 3) помещать в свои закладки только главные страницы продвигаемых сайтов или лучше внутренние, указывая НЧ в список ключевых слов в закладке?
- 4) видел на одном сайте в блоге, что опубликованные статьи помещают в соцу закладки. Такой вариант имеет результаты и как правильно к нему подойти? Стоит помещать каждую статью или через одну/две? Какова частота помещения ссылок в соц. закладки? Если в один акк постепенно помещать новые ссылки, то эффект от каждый будет также постепенно уменьшаться? Это будет происходить за счёт того, что количество ссылок со страницы будет больше и каждая будет получать меньше веса, так?
- 5) не сулит ли неприятностей использование софта или сервисов для массового добавления в закладки? Такая программа как "жукладочник" даёт положительные результаты?
- 6) при грамотном подходе какие плюшки даёт данный способ продвижения? Тиц, PR, посетителей, траст? Заранее спасибо

#### gayfox:

Ну что могу сказать по сему поводу. Это ошибочное мнение, что с помощью сервисов социальных закладок можно неплохо прокачать внутренние страницы сайта по соответствующим ключевым запросам. На самом деле — это заблуждение, выгодное владельцам сервисов автопостинга по социальным закладкам. Никакого прироста тИЦ или Pr даже от ссылок с социальных закладок с хорошими пузомерками вы не получите. Точно также, как и ссылочного (ну может быть какой-то совершенно незначительный мизер).

#### Sevab:

Согласен с gayfox. Я обычно добавляю только важные страницы в закладки. Да и то в 2-4. Яндекс, гугл, делисиос и яхо.

Просто быстрая индексация. Остальное все выдумки.

#### Killua:

Т.е. ценность этих соц. закладках только в индексации страниц, на более они не способны? Спасибо за ответ!

#### Sevab:

Ну на самом деле эффект есть, но если разные люди добавляли.

Например гоша любит когда страница многократно заложена в делисиоз, яша свои закладки любит. Сколько это дает пузомерок, не знаю. Но замечал, что если страница заложена больше 5 (иногда и раз хватает) раз в делисиоз - PR какой нибудь обеспечен 😊.

Опять же наблюдения по приведенным 4 выше. С остальных (сотен), точно эффекта никакого нет, кроме индексации.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Привлечение посетителей на сайт – продвижение через социальные медиа new

[Автор: Дмитрий КтоNaNovenkogo](#)

Здравствуйтесь уважаемые читатели блога [KtoNaNovenkogo.ru](http://KtoNaNovenkogo.ru). Сегодня я хочу рассказать о тех **способах привлечения посетителей на сайт**, которые сам активно использовал (да и сейчас иногда тоже использую) на начальном этапе развития этого блога. Самое трудно время для любого сайта это первые месяцы жизни.

Работаете вы в это время как вол - ставите движок ([Joomla](#), [WordPress](#), [SMF](#)) и всевозможные расширения ([расширения Joomla](#), [плагин WordPress](#), [моды SMF](#)) и пытаетесь довести все это до ума. Правите шаблон сайта ([шаблоны Joomla](#), [темы WordPress](#), [темы SMF](#)), так чтобы он соответствовал вашим пожеланиям. Кроме этого пытаетесь добавить как можно больше качественного контента на сайт. В общем вкальваете по полной, а вот самого главного, ради чего вы так выворачиваетесь наизнанку - нет. Я говорю про **трафик (поток посетителей) на сайт**.



## Где взять трафик для молодого сайта

Первые пару месяцев не стоит ожидать сколько нибудь ощутимого трафика (притока посетителей) с поисковых систем. [Поисковики довольно инертны](#) и даже в случае удачной оптимизации ряда ваших статей под [низкочастотные поисковые запросы](#), попадание их в топ поисковой выдачи произойдет, скорее всего, не ранее чем через несколько месяцев.

Но что же делать вам все это время? Писать для нескольких десятков случайных посетителей, которые будут посещать ваш проект на первых порах его становления (вы ведь не забыли установить [счетчики посещений](#)?). Да, конечно же, какое-то время вы продержитесь на том заряде энтузиазма, который у вас был, но может наступить момент, когда руки сами собой начинают опускаться.

Поэтому на раннем этапе становления веб проекта очень актуальными являются **SMO методы продвижения сайта** (продвижение в социальных медиа) - социальные сети, форумы, рейтинги и прочие не поисковые способы привлечения посетителей (трафика) на сайт . Огромный плюс SMO продвижения по сравнению с традиционным [поисковым продвижением \(SEO\)](#) - это практически мгновенная реакция на произведенные вами действия по продвижению своего сайта.

Допустим, опубликовали вы анонс своей статьи в каких-либо тематических социальных сетях, и тут же сможете наблюдать приток посетителей с этих социальных сетей. Я сам, примерно год назад, получал почти весь основной трафик (поток посетителей) не с поисковых систем, а с социальных сетей, форумов и прочих **SMO объектов продвижения**.

Это уже потом, по мере роста вашего проекта и появления все новых и новых статей, которые после удачной [внутренней оптимизации](#) и грамотной [внутренней перелинковки](#) попадут в топ поисковой выдачи по низкочастотным (а может даже и по среднечастотным) поисковым запросам, основной приток посетителей у вас будет идти с поисковых систем (поисковый трафик). А пока будем довольствоваться трафиком с социальных медиа.

Но тем не менее, долго существовать только за счет продвижения в социальных медиа будет вам довольно трудно. Нужно обязательно стараться перейти к тому, чтобы основная часть трафика (поток посетителей) вашего сайта шла именно с поисковых систем.

Дело в том, что **продвижение в социальных медиа** требует постоянного проявления вашей активности - написания постов в форумах, анонсов в тематических социальных сетях и т.п. вещей. В то время, как поисковый трафик по низкочастотным запросам будет постоянным, стабильным и не зависящим от вашей активности. *Поисковый трафик* можно условно назвать пассивным.

Но если ваш проект только что родился, то выбирать уже не приходится. Нужно обязательно оптимизировать статьи под определенные низкочастотные (можно, наверное, и под некоторые среднечастотные) поисковые запросы, делая тем самым задел на будущее. Ну и не надо забывать об элементах внешней оптимизации сайта - получении обратных ссылок на сайт. Как это сделать - бесплатно описано в статьях рубрики - [Бесплатные обратные ссылки](#).

А сиюминутный основной трафик (посетителей на сайт) на ранних этапах развития проекта нужно стараться получать именно через продвижение в социальных медиа. Таким образом вы сможете получить своих первых постоянных читателей и почитателей вашего таланта. Ну и, возможно, будут потихоньку появляться и естественные обратные ссылки на ваш проект.

По любому, на начальном этапе становления проекта, если вы хотите добиться успеха, то вкалывать вам придется не по детски. Особенно тяжело это будет делать на фоне практически полного **отсутствия посетителей (трафика)**. Но что поделать, все проходят через этот период, когда хочется все бросить и послать всех куда подальше.

Итак, давайте я на своем опыте расскажу о том, где я получал основной трафик на блог KtoNaNovenkogo.ru на этапе его начального развития. Поисковый трафик в то время был очень мал и, что примечательно, был существенный перекося в сторону Google. С этой поисковой системы я получал в четыре раза больше посетителей, чем с Яндекса.

Google любит молодые проекты и дает им возможность получить хотя бы немного трафика (посетителей). Яндекс же догнал и перегнал Google уже значительно позже, когда проект KtoNaNovenkogo.ru набрал определенный [траст и авторитетность](#) в глазах поисковых систем, в том числе и Яндекса.

## **Трафик с тематических форумов - стабильный способ привлечения посетителей на сайт**

Первое на что я обратил внимание в плане выбора способов **продвижения в социальных медиа - форумы**. Я выбрал пяток авторитетных и посещаемых форумов, тематика которых пересекалась с тематикой моего блога. Попробовал аккуратно опубликовать тестовые посты с анонсами некоторых моих статей. Спросил, не будет ли администрация форума против такого пиара своего ресурса и, в итоге, получил довольно таки приличный приток трафика.

Я постил анонсы своих статей в форумы [Форумы CMS Joomla!](#), [Форум русской поддержки Joomla! CMS](#), [WordPress - форум поддержки пользователей](#), [Simple Machines Russian Community](#). На последнем форуме у меня не сложились отношения с администрацией, но в остальных форумах я регулярно публиковал анонсы своих статей по тематике форума и у меня до сих пор идет с них небольшой трафик (поток посетителей).

Конечно же, можно было бы значительно расширить число форумов, попадающих в тематику моего блога (например, добавить такие форумы как Searchengines.ru, maultalk.com), но силы человеческие не безграничны. Как я уже говорил выше, основной упор нужно делать на написание уникальных и желателно полезных посетителям статей, а так же на факторы внутренней и внешней поисковой оптимизации этих материалов. А на продвижение в социальных медиа следует уделять время по остаточному принципу.

Я не советую распыляться на множество форумов по тематике вашего проекта, лучше, наверное, будет остановиться на нескольких, но хорошо посещаемых форумах. **Привлечение посетителей** в этом случае будет более эффективным в плане соотношения затраченного времени на постинг и объема привлеченного трафика.

Так же советую не спамить в форумы, а предварительно спросить разрешения у администрации. Ваши посты в этом случае не будут удаляться по мере их обнаружения модераторами, а будут служить на уровне привлечения посетителей на сайт очень долго. Вообще, **трафик с тематически форумов** мне нравится, т.к. он зачастую будет существовать еще долгое время даже после того, как вы прекратите осуществлять в них постинг.

Насчет получения открытых для индексации поисковыми системами обратных ссылок на свой сайт с форумов, где вы постите анонсы своих статей, я сильно сомневаюсь. Скорее всего обратные ссылки будут [закрыты от индексации поисковыми системами](#). Но возможны варианты.

## Незатратные способы привлечения посетителей (трафика) на сайт из социальных медиа

Так же источником трафика на ваш сайт могут служить некоторые рейтинги, похожие, например, на <http://top.pr-cy.ru/>. Как только вы добавите свой блог в этот рейтинг, то сразу после публикации у вас нового поста, его анонс автоматически попадет на главную страницу этого рейтинга SEO блогов.

Если тема вашего поста будет интересна и призывна, то можете рассчитывать на **привлечение очень приличного количества посетителей**. У меня, как то было около 60 переходов с этого рейтинга после публикации статьи по [Google PageRank \(PR\)](#). Что примечательно, для получения трафика на сайт вам достаточно будет просто один раз добавить свой сайт в рейтинг.

Так же **источником бесплатного трафика**, не требующим никаких дополнительных телодвижений с вашей стороны, может случить тот же **Twitter**. Вам достаточно будет зарегистрироваться и настроить [автоматический постинг анонсов статей своего сайта в Twitter](#). Автоматическое добавление заголовков статей в Twitter можно будет настроить так же и через [FeedBurner, если вы предварительно добавили свою RSS ленту](#) в этот сервис:

KtoNaNovenkogo.ru - блог для начинающих вебмастеров

Google feedburner

Edit Feed Details... | Delete Feed... | Transfer Feed...

Анализируй | Оптимизируй | **Публикуй** | Зарабатывай | Решай проблемы | Мои фи

↓ СЕРВИСЫ

- ✓ **Аниматор заголовков**  
Показывайте заголовки циклически
- + Create new...
- 468x80 White
- Seasonal (dynamic)
- ✓ **BuzzBoost**  
Переводите ваш фид в виде HTML
- ✓ **Подписки по электронной почте**  
Предложите обновления фида по электронной почте
- ✓ **Ping Shot**  
Уведомлять службы после публикации
- ✓ **FeedCount**  
Подчеркните циркуляцию вашего фида
- ✓ **Socialize**  
Publish to the social web
- Chicklet Chooser

**Socialize**

Connect your feed to the real-time social web! With Socialize, FeedBurner will automatically post updates from your feed to your social media account.

[Learn more about Socialize](#)

Select Account

Twitter account: KtoNaNovenkogo **Add a Twitter account**

Formatting Options

Post content: Title only ▼

- Include link
- Leave room for retweets

Hash tags: Don't add any hash tags ▼

- Use inline hash tags

Additional text: Add

at the

По аналогии с Twitter, для **привлечения некоторого количества посетителей на сайт** можно использовать и **FriendFeed** - сервис, чем-то похожий на Twitter, в котором имеются встроенные инструменты, позволяющие [настроить автопостинг заголовков ваших новых статей в FriendFeed](#).

Ну и раз речь зашла о тех **способах привлечения посетителей (трафика) на сайт** через социальные медиа, которые не требуют каких-либо постоянных телодвижений с вашей стороны (например, ручного постинга анонсов статей в тематические социальные сети), то стоит сказать о такой вещи, как [кнопки социальных сетей](#), установленные, обычно, в конце каждой статьи ресурса.

Таким образом, вы перекладываете работу по постингу в социальные медиа на плечи ваших посетителей. Ссылка на материал, рассказывающий о различных способах установки на своем сайте кнопок социальных сетей, приведена чуть выше. Вообще, это очень эффективный способ не поискового продвижения, который используют почти все вебмастера. Поэтому, если вы еще не в теме, то советую скорее ознакомиться со всеми нюансами [установки кнопок социальных сетей на ваш сайт](#).

Ну и, пожалуй, еще стоит сказать о таком **способе получения трафика, как Википедия**. Если аккуратно и в тему добавить туда ссылки на свои действительно полезные статьи, то есть вероятность, что эти обратные ссылки там и останутся на некоторое время.

К сожалению, в плане поискового продвижения, обратные ссылки с Википедии вам вряд ли помогут, ибо они закрыты от индексации поисковыми системами. Но вот в плане привлечения посетителей (трафика) на сайт, Википедия вполне может сгодиться. Во всяком случае у меня до сих пор идет небольшой трафик с Вики, хотя добавлял я туда ссылки около года назад.

## Привлечение посетителей с тематических социальных сетей

Незатратные способы привлечения посетителей (трафика) на сайт это, конечно же, здорово, но не мешало бы их дополнить и постингом в различные тематические социальные сети. Я сам являюсь постоянным читателем социалки для вебмастеров Grabr и поэтому знаю, что трафик там есть и не получать его преступно.

В общем-то, социальных сетей по тематике моего блога, с которых можно было бы привлекать трафик, довольно много, а самой желанной и жирной, конечно же, является [ХабрХабр](#), но попасть туда, к сожалению, очень сложно. Во всяком случае у меня с первого раза не получилось, ну а больше пытаться я не стал.

Кроме ХабрХабр есть еще масса **социальных сетей для привлечения трафика на сайт**:

1. [Grabr](#) - Социальная сеть для веб-мастеров
2. [KORICA.info](#) - Социальная сеть блогеров и вебмастеров
3. [SEO Minds](#) - социальная сеть оптимизаторов и веб-мастеров
4. [WebIce.Ru](#) - Социальная сеть для веб-мастеров и блогеров
5. [SEO Community](#) - Ваш источник новостей
6. [WebNovosti.com](#) - социальная сеть для блоггеров. Дайджест блогосферы
7. [Monrate](#) - рейтинг новостей - Ваш источник новостей
8. [Блогистика](#) - социальная сеть для интересно пишущих блоггеров.
9. [ShowBlogs.ru](#) - дайджест блогосферы
10. [WebDigg.ru](#) - Социальная сеть вебмастеров
11. [Sloger.net](#) - социалка для вебмастеров

В некоторых из этих тематических социальных сетей можно будет зарегистрироваться без проблем, в некоторых потребуется инвайт. Сам я регистрировался в них уже очень давно, поэтому трудно сказать где именно какой способ регистрации используется.

После регистрации в социальной сети у вас появится возможность добавлять анонсы своих статей с обратной ссылкой на свой сайт. В некоторых социальных сетях эти обратные ссылки будут открыты для индексации поисковыми системами, но, думаю, что поисковики сильно занижают вес ссылок с таких социалок.

Но **постинг в тематические социальные сети** прежде всего преследует своей целью именно привлечение посетителей (трафика) на сайт, а не получение халявных обратных ссылок для улучшения поисковой оптимизации.

Относительно недавно стал популярным **способ добычи трафика в [социальной сети Subscribe](#)**. В [Subscribe](#) социальные сети называются группами, что в общем-то правильно. Так вот, у вас есть два способа привлечения посетителей (трафика) на сайт из социальной сети [Subscribe](#) - либо постить в уже существующую и раскрученную группу, подходящую вам по тематике, либо создать свою собственную и попробовать ее раскрутить.

Я попробовал оба способа привлечения трафика с групп [Subscribe](#) и могу сказать, что использовать можно оба способа, но наибольший результат, конечно же, дает постинг в уже существующую и раскрученную группу [Subscribe](#), подходящую вам по тематике. Для моего блога наиболее подходящей оказалась группа [Subscribe](#) - [Создать свой сайт](#). Данная группа имеет 4500 участников, но, правда, создатель группы настаивает, чтобы в нее постили не чаще, чем раз в неделю. Хозяин, как говорится, барин.

Создав свою собственную группу в [Subscribe](#), вы, естественно, сможете сами устанавливать правила. Но проблема в том, что количество членов вашей новой группы будет по началу очень мало и вам нужно будет каким-либо образом пиарить вашу группу в [Subscribe](#). Например, в моей группе на [Subscribe](#) под названием [Изучаем создание, продвижение и заработок на сайтах](#) всего 40 участников.

Добавляю я посты в группы [Subscribe](#) довольно таки не регулярно, но вот когда добавляю, то удается иногда **привлечь более 100 посетителей в день** только с этой социальной сети. Очень даже эффективный способ привлечения трафика на сайт, доложу я вам. Попробуйте, не пожалеете.

Можно постить не только в социальные сети рунета, но и в **социальные медиа буржунета**. Самые известные и эффективные социальные сети буржунета, в которые стоит добавлять анонсы своих статей это:

1. [Delicious.com](#)
2. [Digg.com](#)
3. [Reddit.com](#)

Вообще, эти социальные сети настолько посещаемые, что если ваша новость попадет в топ, то привлеченный трафик может быть настолько огромным (десятки тысяч посетителей в день), что ляжет сервер, где hostится ваш проект. Но это все же относится в основном к англоязычным сайтам, ибо русскоязычная аудитория этих социальных сетей не очень большая.

Пожалуй, на этом закончу **обзор бесплатных способов привлечения посетителей (трафика) на сайт**.

## Зарубежные SEO ресурсы, которые я читаю

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

В англоязычном интернете такое количество материалов по продвижению сайтов, ведению блогов и другим интересующим меня тематикам, что приходится выбирать только самые лучшие ресурсы, иначе можно просто утонуть в информационном потоке.



Время от времени получаю письма от читателей блога Shakin.ru, в которых меня просят прислать ссылки на интересные англоязычные ресурсы. Сегодня я решил поделиться с вами теми англоязычными SEO ресурсами, которые я регулярно читаю.

Быть в курсе англоязычного SEO просто необходимо, если вы занимаетесь продвижением сайтов в англоязычном интернете. Без посещения перечисленных ниже SEO ресурсов я бы не смог заниматься полноценным продвижением сайтов в англоязычном интернете.

SEO ресурсов в англоязычном интернете множество. В этот список я включил только те, которые регулярно пишут и которые мне интересно читать. Закон джунглей 🐼: если сайт перестает быть интересным - его ~~съедают~~ место занимает другой.

Во время бурного расцвета твиттера я решил указывать адрес микроблога для каждого ресурса, чтобы вы могли при желании подписаться на интересующих вас товарищей 🐼.

### Англоязычные SEO блоги

[Searchengineland](#) - один из самых популярных SEO блогов в мире. Основатель проекта - Danny Sullivan. Новости, касающиеся поисковиков, продвижения сайтов, а также аналитические статьи и обзоры. Твиттер аккаунт - [@sengineland](#).

[Seomoz.org/blog](#) - над этим блогом, как и над многими другими, работает целая команда SEO специалистов и редакторов. Вы можете прочитать [интервью](#), которое дал Рэнд Фишкин, один из основателей этого проекта, для читателей блога Shakin.ru. Естественно, у сеомоза есть твиттер - [@seomoz](#).

[Mattcutts.com/blog](#) - блог Мэтта Катса, известного сотрудника Google. Мэтт работает в Google с 2000 года. На блоге Мэтта можно узнать ценную информацию о нововведениях Google “из первых рук”. Твиттер Мэтта - [@mattcutts](#).

[SEObook.com/blog](http://SEObook.com/blog) - регулярно публикуются полезные материалы по SEO, дающие пищу для размышлений. Основатель - Aaron Wall. Вы можете подписаться на твиттер этого блога [@SEObook](https://twitter.com/SEObook).

[SEOptimise.com/blog](http://SEOptimise.com/blog) - наглядный пример успешного использования блога для компании по продвижению сайтов. Благодаря блогу компания получает основную массу посетителей и клиентов на продвижение. В рунете я не встречал таких интересных блогов у SEO компаний. Думаю, они скоро появятся, ниша пока свободна. Кстати, компания находится в Оксфорде - знаменитом английском городе университетов.

Красивый город, мне там удалось побывать. Опять отвлекаюсь 😊. Основатель - Kevin Gibbons. Твиттер - [@seoptimise](https://twitter.com/seoptimise).

[SEOsmarty](http://SEOsmarty.com) - SEO блог Ann Smarty, на котором можно найти не только интересные статьи о продвижении сайтов, но и посты о Google, твиттере и многих других тематиках. Твиттер Анны - [@seosmarty](https://twitter.com/seosmarty). Кстати, можете почитать [интервью](#), которое дала Ann Smarty для читателей Shakin.ru.

[Searchenginewatch](http://Searchenginewatch.com) - думаю, PR 8 на главной странице этого SEO блога о многом говорит. На этом блоге можно узнать свежие новости, связанные с поисковыми системами.

[Searchviews](http://Searchviews.com) - на этот блог я часто захожу, чтобы почитать материалы о социальных медиа и поисковиках. Кстати, этот блог также ведут сотрудники SEO компании.

[Marketingpilgrim](http://Marketingpilgrim.com) - помимо новостей о поисковиках, на этом блоге можно найти новости по Twitter, Youtube и другим сервисам.

[Toprankblog](http://Toprankblog.com) - очень интересный блог о SEO и поисковом маркетинге. Здесь я люблю читать статьи с советами по SEO, а также обзоры зарубежных конференций, связанных с поисковым маркетингом. Твиттер этого блога - [@toprank](https://twitter.com/toprank). Не правда ли, хорошее название?

[Webpronews](http://Webpronews.com) - на этом блоге можно найти новости о нововведениях Google, Twitter, Youtube и многом другом. Несмотря на разброс тематик, важное значение придается SEO новостям.

[SEOchat](http://SEOchat.com) - я нашел этот сайт в 2006 году, когда только начал заниматься SEO и искал инструменты для SEO анализа. Посмотрите в левую колонку - там просто залежи полезных SEO инструментов. Об одном из этих инструментов я писал в статье [Как увеличить PR - ищем сайты с высоким PR](#). За компанию можете прочитать и другой пост - [Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блогу](#). В центральной колонке этого сайта публикуются интересные новости SEO индустрии.

[Seroundtable.com/](http://Seroundtable.com/) - SEO новости, репортажи с конференций, интервью, а также материалы по сервисам Google, полезные оптимизаторам.

[Smallbusinesssem.com](http://Smallbusinesssem.com) - есть полезные посты по поисковому продвижению со скриншотами для наглядности.

[Davidnaylor.co.uk/blog](http://Davidnaylor.co.uk/blog) - SEO блог англичанина Дэвида Нейлора. В основном все посты так или иначе связаны с Google. Мне нравится, что большинство статей сопровождаются иллюстрациями и скриншотами. Над блогом работает целый коллектив. Интересная особенность этого блога - каждый пост заканчивается подписью автора.

### Англоязычные блоги поисковиков

Помимо обычных, я считаю полезным читать англоязычные блоги поисковиков.

[Googleblog.blogspot.com](http://Googleblog.blogspot.com) - официальный блог Google. Здесь можно найти самые свежие новости о Google.

[Googlewebmastercentral.blogspot.com](http://Googlewebmastercentral.blogspot.com) - новости Google для вебмастеров и оптимизаторов.

[Ysearchblog](#) - новости поисковика Yahoo и его сервисов.

[Search блог Бинга](#) - блог активно развивающегося поисковика Bing. Есть довольно интересные материалы.

[Blog.ask.com](#) - блог поисковика Ask.

## Другие SEO ресурсы

Кроме блогов, рекомендую регулярно просматривать следующие ресурсы, на которых я нахожу массу новых идей и полезной информации по продвижению сайтов:

[Sphinn](#) - популярная новостная социальная сеть оптимизаторов, маркетологов и блоггеров. Чаще всего заглядываю в раздел [SEO Hot Topics](#).

[Webmasterworld](#) - ежедневные новости поисковиков и популярных сервисов.

[Highrankings.com/forum](#) - один из моих любимых SEO форумов.

[Forums.digitalpoint.com](#) - полезнейший англоязычный форум, на нем обсуждаются не только вопросы SEO, но и многое другое, полезное для вебмастера.

[Forums.seoachat.com](#) - еще один англоязычный SEO форум из моего RSS ридера.

На эти ресурсы я подписан по RSS (исключение - форумы, на них просто захожу время от времени). Разумеется, я читаю далеко не все публикуемые материалы. Просматривая новые записи в Google Reader, выбираю только те, у которых заголовок на интересен и звучит интригующе 🤖.

Если вы не знакомы с тем, как читать RSS, советую Вам прочитать статью [Самый удобный способ читать RSS](#).

Читать англоязычные SEO ресурсы можно и без знания английского - просто введите адрес нужной страницы в [Google Переводчик](#), с его помощью вполне можно понять суть любого материала.

На ежедневное чтение временем не располагаю, но раз в 2-3 дня люблю почитать полезные материалы. Обычно делаю это тихим вечером после полуночи - самое лучшее время что-либо почитать. Включаю негромко одно из двух моих любимых интернет радио с легкой музыкой - [Lounge-radio](#) или [4clubbers.fm](#), и вперед - к знаниям и расширению кругозора!

Чего и вам желаю!

## Улучшаем ранжирование сайта, не изменяя его контент

*Автор: [Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

Что можно сделать с сайтом, не трогая контент (допустим, в случае, когда нет доступа к администраторской части), чтобы поисковые системы уделяли ему больше внимания и благодарили хорошими позициями в [серпе](#) и, соответственно, давали больше [трафика](#)? Ниже я привел несколько простых советов, как быстро улучшить позиции своего сайта.

## 1. Создайте и настройте файл robots.txt

Файл robots.txt, который должен находиться в главной папке, может содержать в себе ряд полезных правил:

### – **Закрытие ненужных страниц (разделов) от индексации роботом.**

Все разделы, которые не должны попасть в индекс, например, в случае дублирования контента или разделов, в которые может попасть только авторизованный пользователь (приватный форум) или же админка, необходимо (очень желательно) закрыть в файле robots.txt. При этом, с одной стороны, вы уменьшаете нагрузку на сервер и, с другой стороны, поисковый робот берет только нужный контент.

Пример подобного файла можно посмотреть тут: <http://www.yandex.ru/robots.txt>.

### – **Указание пути к xml карте сайта.**

Подробнее о карте сайта написано в следующем пункте.

### – **Время задержки между запросами робота.**

Яндекс и Bing поддерживают эту директиву – **Crawl-delay**, которая указывает в секундах задержку между двумя обращениями робота к серверу. Очень полезно, когда робот поисковой системы сильно нагружает сервер. Как эта директива влияет на позиции сайта? Лишь косвенно, влияя на скорость отдачи страниц сервером.

Более подробно о том, как использовать файл robots.txt читайте в [разделе помощи яндекса](#), и [также у google](#).

Вот пример файла robots.txt в одном из самых простых случаев:

```
# Zdravstvui, robot, dorogoi –
# Golova iz vaty.
# Vot opyat ty k nam prishol
# S vidom vorovatym...
#
# Indeksirui vse podrad
# Pravdy ne skryvaya –
# Chtoby pishno rascvetal
# Saitik nash prekrasniy!
#
# Chtoby kazhdyi ohlamon
# S silnym zudom pyatok
# Mog vezde naiti legko
# Fotki, fil'mi, babok!
```

```
User-agent: *
Disallow:
crawl-delay: 30
```

```
Sitemap: http://myspace-webgraphics-software.net/sitemap.xml
```

## 2. Сделайте карту сайта (Sitemap)

Поисковые системы должны знать о том, по каким адресам находятся страницы вашего сайта, какой контент на них расположен и насколько он важен для посетителей. Если у вас простая навигация, когда любая страница доступна в 1-2 клика от главной, тогда sitemap может и не понадобится. В других случаях, когда структура сайта очень сложная и ресурс имеет множество разделов, желательно создать карту сайта в виде sitemap.xml или на крайний случай в виде sitemap.html.

Об использовании sitemap очень подробно описано в [разделах помощи](#) у яндекса или [у google](#).

Вот пример карты сайта гугла: <http://www.google.com/sitemap.html> в HTML формате и [в XML формате](#) (грузится долго, наберитесь терпения).

### 3. Увеличьте скорость отдачи страниц

Скорость, с которой отдаются страницы сайта сервером, уже [является одним из факторов ранжирования](#) в Google, а также косвенно влияет на другие факторы ранжирования во всех поисковых системах (например, среднее время нахождения пользователя на сайте, процент отказов и т.д.).

Как проверить скорость и при необходимости ускорить свой сервер?

Прежде всего, откройте главную страницу и попробуйте походить по ссылкам, используя навигацию. Устраивает ли вас скорость загрузки, как пользователя? Для точной проверки скорости в мозиле имеется множество плагинов (Tamper Data, Firebug и др.). Лучше всего использовать [Firebug](#), в котором можно отследить количество загружаемых скриптов и их время загрузки, определяя, что больше всего тормозит на странице.

Ускорить сервер можно, переехав на хороший хостинг, добавив кеширование страниц, например, используя smarty в связке с apc (alternative php cache) и оптимизируя код страниц, убрав с них всё лишнее.

### 4. Склейте домены с www и без www

У многих сайтов в индексе страницы без www префикса дублируются аналогичными с www. Проверить это можно, используя специальные операторы поиска (**url:** в яндексе и **site:** в Google).

Когда-то вы ставили на свой сайт ссылки с www префиксом, сейчас без него, поэтому в ссылочном графе неразбериха и необходимо в нём навести порядок. Когда вы склеите оба сайта (варианта), прописав главный из них в файле robots.txt в директиве Host, то виц ресурса повысится, объединив виц каждого из них и, таким образом, вы можете ещё немного подняться в выдаче по своим запросам.

Для Google и других поисковых систем (кроме Яндекса) [склейка](#) происходит с помощью [301-го редиректа](#).

### 5. Склейте домен с более трастовым

Возможно, у вас имеются [ряд зеркал](#) и они не склеены между собой. Для повышения виц лучше будет, если вы их склеите по описанному выше методу. Также [склейка домена с более трастовым](#) доменом повысит авторитетность ресурса и поможет подняться ещё немного выше в серпе.

Дополнительно про траст можно почитать [здесь](#).

### 6. Присвойте сайту регион

В яндексе это делается в [панели для вебмастеров](#), в Google тоже можно указать принадлежность домена, если он не имеет ярко выраженную гео-зону в названии. Если вы не присвоите домену регион, то Яндекс или другой поисковик сделает это за вас (по нескольким признакам), не всегда его выбор может совпадать с вашим желанием. Поэтому, если вы хотите, чтобы вас находили в нужном регионе, присвойте своему ресурсу тот, в котором вы продвигаете свой сайт. Если вы продвигаете товар или услугу по всем регионам (многим), то ищите другие выходы (например, сделайте под каждый регион свой раздел).

## 7. Вынесите скрипты и стили в отдельные файлы

Хорошей манерой является создание такого кода сайта, когда скрипты и стили вынесены в отдельные файлы. С одной стороны, они перестают засорять код, а с другой, уменьшают размер страницы, позволяя серверу быстрее отдавать её посетителям (и в том числе роботам поисковых систем). Уделяйте много внимания дизайну (внешнему виду) сайта, но также уделяйте достаточно внимания коду (внутреннему виду) сайта, он тоже влияет (пусть в некоторых случаях и косвенно) на ранжирование и позицию ресурса в серпе.

## 8. Замените 404-ые ошибки на 301-ые

С одной стороны, когда посетитель ввел несуществующий адрес вашего сайта, необходимо выдать ему соответствующее сообщение, это будет корректно по отношению к посетителю, но с другой стороны, можно не спрашивая, направить его на нужную страницу или, если нету таковой, на главную страницу сайта. То есть, избавившись от 404-ых ошибок, заменив их 301-ыми редиректами на существующие, мы повысим вес последних страниц (склеив несуществующие с существующими), а это поможет нам еще чуть-чуть в общей задаче – повысить трафик с поисковых систем.

## 9. Используйте кросспостинг

Самый простой [пример кросспостинга](#) – настроить FeedBurner и дублировать анонсы в сервис микроблогов Твиттер. Также вы можете кросспостить материалы сайта (статьи, новости и обсуждения) на другие блог-платформы. Это, безусловно, улучшит видимость вашего сайта в сети и увеличит количество *обратных ссылок*, что повлечет за собой очередное повышение рейтинга в серпе.

## Мелочи в SEO имеют большое значение

*[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)*

На вопрос “Хотите денег?”, 100% опрошиваемых ответили “Нет”. Вы в это поверите? И правильно сделаете. Денег хотят все. А их надо где-то взять, а лучше заработать. Заработать денег – это хорошо, а хорошо зарабатывать – еще лучше. С чего начинается наш доход? Великие говорят, что все начинается с идеи. Да, это факт. В контексте веб-мастерства и сайтостроения, наш доход начинается с мелочей. Их много. Напомним себе **мелочи в SEO**. Размянем немного кости, так сказать.

Многие компании и профессионалы в сфере SEO основывают свои рекомендации для клиентов на фундаментальном опыте и практике. Они применяют следующие важные мелочи в оптимизации:

1. Слова в URL разделяют не подчеркивание “\_”, а дефисом “-”.
2. Для заголовков на странице используют тэг H1.
3. Тэги H2 и H3 используют для подзаголовков.
4. Ключевые слова или фразы на странице выделяют жирным шрифтом. По крайней мере один раз
5. Изменяют внутренние ссылки, чтобы анкоры соединялись с целевыми страницами. Т.е. не просто вывести в конце поста “Статьи по теме”, а перелинковать статьи контекстом.
6. Расположение главных ключевых слов в начале заголовка.
7. Уменьшают код по отношению к контенту. Например, если на странице пару строк текста, а код колбасой на страниц пять, то это как называется? Дабы избежать такого безобразия, изначально надо планировать и организовывать страницу и ее элементы. Под объемы контента организуют всю страницу.
8. Тэги alt используют для изображений.

9. Закрывают ссылки в nofollow на такие служебные страницы как “авторизация”, “регистрация” и т.д. Роботы ПС должны ходить в строго ограниченном пространстве на сайте, а не бродить везде.

Эти мелочи часто оказываются в конце списка приоритетов оптимизации. Сами знаете, что на мелочи часто не обращают внимание. Это требует определенной усидчивости, внимательности и терпения.

Если так все просто, на первый взгляд, тогда в чем проблема? Проблема как раз в количестве этих мелочей. Мы являемся клиентами сами для себя, в первую очередь. Как бы мы обслужили клиента, будь у нас реальный заказ на оптимизацию? Консультации, вопросы, выяснение потребностей клиента, техническое задание, корректировки и прочее. Клиенту тяжело понять важность всех этих SEO-шных премудростей. Но мы то их понимаем. И сами же себя “кидаем” на оптимизации.

Не поленитесь уделить себе внимание как клиенту. Окупится.

## Как правильно составить информацию для регистрации сайта в каталогах

*Автор: Михаил Шакин (Globator)*

Часто сталкиваюсь с тем, что у многих людей возникают трудности при составлении названий, описаний и другой информации, которая нужна для регистрации сайта в каталогах.



**Как правильно  
составить информацию  
для регистрации сайта  
в каталогах**

Shakin.ru

Регистрацией сайтов в каталогах я начал заниматься в мае 2006 года, летом того же года купил лицензионный Allsubmitter, еще была версия 2.9.6. В те старые добрые времена одними каталогами удавалось поднять тИЦ до 375. Что говорить - времена были другие. Опять меня понесло не в ту сторону, все хочется чего-нибудь рассказать, да строгая тематика блога и суровые взгляды читателей не позволяют этого сделать 😊.

Правильно составленная информация для регистрации сайта - залог успешного добавления в максимальное число каталогов. Начну объяснение по плану.

### 1. URL (в миру - адрес сайта)

Нужно, какой вариант вы используете - с www или без. Я сторонник движения “Долой WWW!”, и всегда использую вариант без этого атавизма: <http://shakin.ru/>

### 2. Название сайта

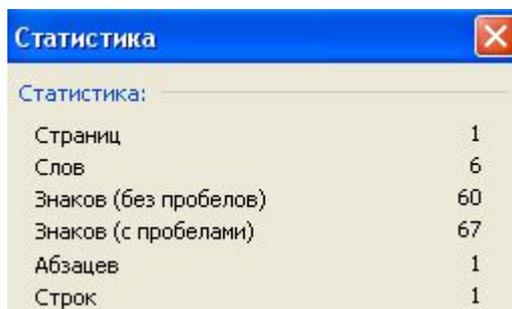
Названия сайта - это, пожалуй, самый важный пункт. Именно названия сайта будут ссылками на сайт из каталогов. Если их грамотно составить, можно поднять позиции сайта по низкочастотникам.

Для составления названий сайта рекомендую взять за основу поисковые запросы, созданные ~~самой~~ ~~природой~~ самими пользователями. Ничего не нужно придумывать - можно взять те запросы, которые реально запрашивают пользователи в поисковиках. Для этого идем в сервисы подбора слов:

[Вордстат](#)  
[Swords](#)

Вбиваем нужные нам поисковые запросы и собираем все подходящие в таблицу excel или текстовый файл, кому как удобно.

Названия сайта должны быть длиной до 70 знаков (с пробелами). Длину названия измерить очень просто - открываете Word, пишете название, выделяете его мышкой, в верхнем меню выбираете “Сервис-Статистика” и смотрите на количество знаков с пробелами:



Статистика	
Страниц	1
Слов	6
Знаков (без пробелов)	60
Знаков (с пробелами)	67
Абзацев	1
Строк	1

Лучше, если названий сайта будет 5-10 вариантов, чем больше вариантов, тем лучше.

### 3. Длинные описания сайта

Описания сайтов делятся на два вида - длинные и короткие. Нужны оба варианта. Длина длинных описаний должна быть от 170 до 270 знаков с пробелами. Чем больше вариантов, тем лучше. Для быстрой генерации множества вариантов можете использовать схему [Как из одной статьи сделать тысячи](#).

Описания сайта будут размещены под его названием. В них акцент лучше сделать не на включение нужных поисковых запросов, а на привлекательность для посетителей. Хотя посетителей в большинстве каталогов по большому счету нет, но все же советую следовать этой хорошей привычке. По крайней мере, описания увидят модераторы каталогов, и если описания будут просто перечислением ключевиков, то в нормальные каталоги такой сайт просто не добавят.

Приведу примеры длинных описаний, которые я бы составил для этого блога:

*Shakin.ru – блог о продвижении сайтов и веб-дизайне, в котором публикуются авторские статьи, интервью с интересными людьми, обзоры интересных материалов на блогах, сайт-шоу. Практический*

опыт продвижения сайтов с подробными описаниями и иллюстрациями. (Аж самому понравилось 😊)  
Попробую еще что-нибудь завернуть 😊)

Если Вы интересуетесь тем, как самостоятельно продвигать сайты в поисковиках и получать целевых посетителей, то на блоге [Shakin.ru](http://Shakin.ru) Вы найдете полезные статьи с подробным описанием эффективных схем продвижения, а также международные интервью и подборки красивых сайтов. (Сегодня я точно в ударе - еле остановился на 268 символах 😊)

#### 4. Короткие описания сайта

Короткие описания сайта также нужны - их требуют многие каталоги. “Коротыши” должны быть длиной 100-170 знаков, опять же, чем больше вариантов, тем лучше. Обычно я просто укорачиваю длинные описания и делаю из них короткие, отрезая им хвост 😊:

*Shakin.ru – блог о продвижении сайтов и веб-дизайне, в котором публикуются авторские статьи, интервью с интересными людьми, обзоры интересных материалов на блогах, сайт-шоу. (163 знака)*

Если Вы интересуетесь тем, как самостоятельно продвигать сайты в поисковиках и получать целевых посетителей, то блог [Shakin.ru](http://Shakin.ru) – для Вас. (137 знаков)

#### 5. Список ключевых слов

В этом пункте нужны ключевые слова, по которым планируется продвигать сайт. Желательно составить 10-20 слов. Приведу пример ключевых слов для этого блога:

*Продвижение сайтов, seo, сео, раскрутка, оптимизация, поисковики, веб-дизайн, интернет, креатив, интервью, блогосфера, блоггеры, wordpress, плагины, советы, интересное*

#### 6. Список первостепенных категорий каталогов

Здесь нужно написать самые важные категории, в которые лучше всего размещать сайт. Достаточно написать 5-10 категорий. Например, для этого блога это будут такие категории, как:

*Продвижение сайтов, seo, сео, раскрутка, веб-дизайн, блоги, интервью, вебмастеру, креатив*

Ориентироваться можно на названия категорий [яндекс каталога](#), там хорошая структура категорий. Заходите в подходящую категорию для Вашего сайта и собирайте названия соседних категорий.

#### 7. Список второстепенных категорий каталогов

Специфика программы по регистрации сайтов в каталогах Allsubmitter такова, что сначала в базе каталогов ищутся те каталоги, которые содержат категории, указанные как первостепенные. Бывает, что первостепенных категорий в каталогах нет, поэтому программа дает возможность указать второстепенные категории каталогов для регистрации сайта, и в итоге добавить сайт в большее количество каталогов.

Достаточно указать 5-10 категорий. Можно сказать, что первостепенные категории - это узкотематические, а второстепенные категории - более общие. Пример второстепенных категорий для этого блога:

*Интернет, компьютеры, универсальное, разное, разные, прочее, прочие, другое, другие, Россия*

#### 8. E-mail

Для регистрации в каталогах нужен новый e-mail (лучше на yandex.ru). Обычный рабочий e-mail использовать не советую, так как возможен спам в дальнейшем. После регистрации в почтовом ящике обнаружится не одна сотня писем из каталогов. Часть таких писем будет содержать ссылки для подтверждения регистрации сайта. Нужно найти такие письма и перейти по таким ссылкам, иначе сайт в такие каталоги добавлен не будет.

Многие качественные каталоги защищаются от спама по такой схеме. Письма с такими ссылками для активации обычно имеют тему письма вида “Активируйте регистрацию Вашего сайта в каталоге таком-то” или “Подтвердите регистрацию Вашего сайта”.

## 9. Имя и Фамилия

Этот пункт чаще всего вызывает смущение и негодование - зачем я буду давать свое имя неизвестно кому, да еще в интернете? 😊 На самом деле этому Неизвестнокому нет никакого дела до имени и фамилии - это поле нужно лишь для галочки, без него ваш сайт просто не добавят во многие каталоги.

Можете написать любое имя, например:

*Степан Разорвилоната*

*Николай Вордпрессов* 😊

## 10. Город и область

Тоже формальные, но нужные поля.

## 11. Адрес

Еще одна небольшая формальность, заполняется в обычном формате:

*ул. Лесная, д. 3* (звучит как адрес маньяка-убийцы 😊)

## 12. Почтовый индекс

Пишем обычный индекс из 6 цифр, можно писать любой:

*657838*

## 13. Телефон

Здесь придется расстаться со скобками - на них некоторые каталоги ругаются. Можно писать любой телефон - этот пункт нужен для галочки. Лучше всего писать телефон в таком формате:

*4951234567*

## 14. Факс

Тоже формальность, факс пишется в том же формате, что и телефон. Можно изменить последнюю цифру:

*4951234569*

## 15. Логин и пароль для каталогов

Логин и пароль для каталогов нужен на тот случай, если вы решите в будущем зайти в каталог и изменить его название или описание. Это больше формальность. Обычно пишу логин и пароль из 8 знаков без заглавных букв латинскими буквами и цифрами:

*vashlogin*  
*password*

## 16. Название компании

Если нет названия компании, можно указать адрес сайта с большой буквы:

*Shakin.ru*

Все эти несложные шаги позволят получить большой эффект от регистрации сайта в каталогах.

## SEO и XHTML 2.0, HTML 5

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*

Как **HTML 5** и **XHTML 2.0** повлияет на поисковую оптимизацию? Давайте разберемся более детально.

Согласно [xhtml.com](#) в постоянно развивающемся интернете, этот язык будет следующим этапом. Как я понимаю, это развитие продолжается 7 лет и выход новой версии **XHTML 2.0** произойдет около 2012 года.

Я имел возможность взглянуть на наброски **XHTML 2.0** и **HTML 5** с точки зрения поисковой оптимизации.

Итак, что же это не за языки и как они повлияют на SEO? Вы наверное хотите знать когда будут заменены **XHTML 1.0** и **HTML 4.01** — стандартные языки на сегодняшний день.

### Что же такое HTML 5?

**HTML 5** – пятая версия базового языка для всемирной паутины: язык гипертекстовой разметки (HTML).

По сравнению с предыдущей версией 4.01, пятая версия получила огромное развитие.

Изначально, 5 версия была предназначена для устранения небольших проблем, которые есть в 4.01 версии.

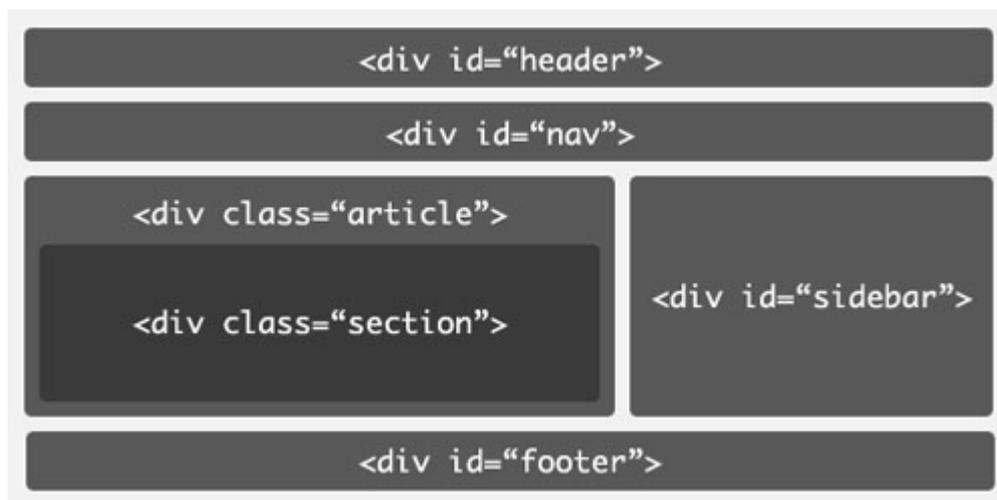
### Как HTML 5 повлияет на SEO?

В новой версии будут новые особенности, которые приведут к более продвинутому сканированию веб страниц поисковиками.

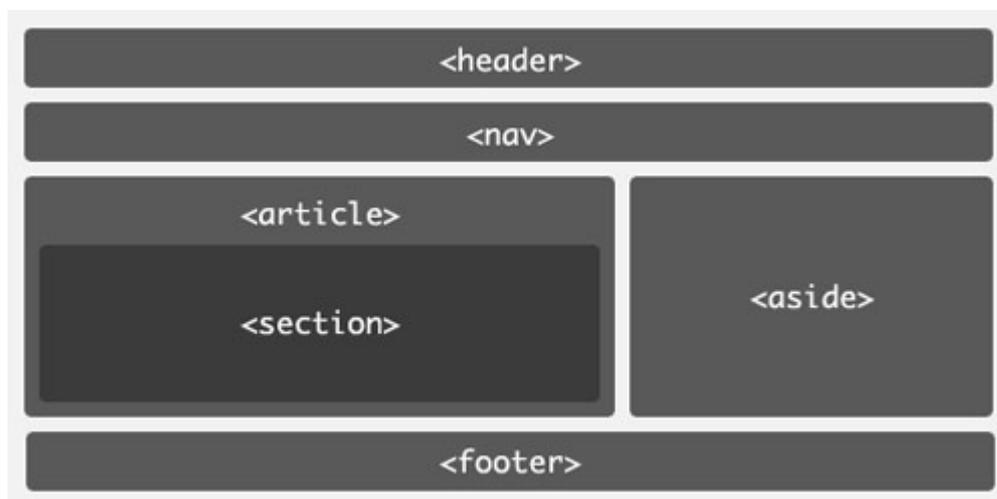
В прошлом, повсюду использовались <div>, а в HTML 5 выбор элементов будет широк на столько, что одни элементы будут для описания навигации, другие для текстовых секций, статей и заголовков.

Поэтому, продвинутое разделение страницы поможет поисковикам лучше понимать все ее содержимое. Вот как это выглядит на схемах:

## HTML 4.01



а вот HTML 5



Тут еще есть несколько весьма интересных дополнений. Для примера, элемент `<dialog>` улучшит переписку на HTML. Допустим, плагин **WP Twitter** будет иметь такой код:

```
<dialog id="Twittering">
<dt> <time>14:22</time> richardbaxter
<dd> Has anyone seen the latest Battlestar?
<dt> <time>14:23</time> ZakaZaka
<dd> @richardbaxter Get on with your job!
</dialog>
```

Более подробную информацию вы можете поискать в интернете.

## Что же такое XHTML 2.0?

"XHTML 2.0 — это универсальный маркировочный язык, разработанный для отображения документов в сети интернет. Этот язык не является всем для всех, но он способен передавать набор полезных элементов." - XHTML 2.0 конференция, июль 2006.

**XHTML 2.0** — это обновление или полная замена для существующей версии. Он не совместим с HTML 4.01 и пока не поддерживается такими браузерами как Firefox и Internet Explorer.

Этот стандарт разработан для улучшения результатов поиска и для того, чтобы сделать интернет более доступным для пользователей.

Ожидается, что эта версия XHTML получит широкое распространение около 2012 года.

## Как XHTML 2.0 повлияет на SEO?

Вот страница написанная на XHTML 2.0 (<http://w3future.com/weblog/gems/xhtml2.xml>). Если вы разбираетесь в SEO — вот главные вещи, на которые следует обратить внимание:

### Заголовки

Если **H1** и **H2** и т. д. описывают взаимосвязи между заголовками (и семантическую структуру сайта) в HTML, то XHTML 2 позволит вам разделить документ с помощью секционных элементов, которые родственны "h".

Итак, в XHTML 2.0 документ будет следующим:

```
<h>A study of Monkeys and Dishwashers</h>

<p>An introductory text explaining the purpose of my study of dishwashers and monkeys.</p>

<section>

<h>Dishwashers</h>

<p>Text about Dishwashers</p>

<section>

<h>Monkeys</h>

<p>Text about monkeys</p>

<section>

<h>Conclusion</h>

<p>Dishwashers and monkeys have little, if anything to do with each other</p>

</section>
```

### Вы сможете добавить к любому элементу ссылку или картинку

```
<p src="images/picture.gif">some text here</p>
```

### Больше не будет атрибута alt=""

Этот атрибут, присутствующий у `img` был удален, поэтому описание вы даете в контенте.

```
Profile picture - Richard</img>
```

Осталось еще огромное количество изменений, которые нужно изучить и честно сказать, моя работа над этим не закончена.

Я думаю, сегодняшним оптимизаторам нужно начать изучать и вникать в языки будущего.

**Время, потраченное на изучение XHTML и HTML не будет потрачено напрасно!**

Источник: [XHTML 2.0, HTML5 and SEO](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## Из чего состоит работа SEO специалиста?

*Автор: Александр Люстик (MyOST)*



Данный пост написан для тех, кто занят в SEO индустрии, если вы не интересуетесь SEO, то пост возможно окажется немного скучным и не понятным. Рассмотрим рабочий день специалиста по продвижению сайтов в буржунете.

**Tim Grice:** Меня очень часто просят написать пост о "одном дне жизни [SEO консультанта](#)" или "о работе в [SEO агентстве](#)", и это понятно, ведь, в последнее время интерес к индустрии вырос в разы и люди желают знать больше.

Я думаю, что основной проблемой написания данного поста будет то, что у каждого агентства, у каждого SEO консультанта и у каждой [корпоративной SEO команды](#) есть свои подходы к работе. Да и к каждому клиенту нужен особый подход, отдельные решения в зависимости от доступных средств. Некоторые клиенты желают просто раз в месяц видеть отчеты, другие наоборот — активно участвуют в процессе.

Итак, в этом посте я постараюсь честно рассказать о работе в [Branded3](#), конечно, некоторые вещи в интересах компании я раскрывать просто не могу, но я постараюсь как можно ближе познакомить вас с распределением обязанностей, процессов и рассказать о структуре.

### Построение ссылочной массы

Я думаю начать лучше с рассказа о наращивании ссылочной массы. Команда ответственная за это является своего рода столбом SEO кампании и в нее входят далеко не спамеры, стремящиеся записать свою ссылку в любое удобное место. Наша команда добывает только качественные ссылки.

Еженедельно мы проводим собрания, где обсуждаем [стратегии добычи ссылок](#), ищем [новые пути добычи ссылок](#). Если бы мы просто хотели спамить интернет — мы бы просто заплатили несколько сотен долларов и все. Мы не ставим такой цели перед собой, и если вы считаете себя действительно [хорошим SEO специалистом](#) вы должны заботиться о качестве услуг.

Когда мы обдумываем [стратегию построения ссылочной массы](#) для очередного клиента мы задаемся следующими вопросами:

- А что есть у нашего клиента, для привлечения бэклинков?
- Придется ли что-либо создавать для привлечения бэклинков?
- Какой тип сайта релевантен продукции нашего клиента?
- Какие другие продукты значимы для нашего клиента?
- Какие усилия придется приложить для продвижения?
- Какова конкуренция?

Нам удалось создать целый [SEO отдел](#), вовлеченный в работу, для того, чтобы быть как можно креативнее. Мы проводим собрания каждую неделю, где обсуждаем работу [с ссылочными массами](#) каждого клиента и разрабатываем новые идеи.

### Несколько слов о методах...

Я знаю, что после прочтения нижеуказанных пунктов вы зададите вопрос "хмммм, методы = [покупные ссылки](#)???"

Я не собираюсь вступать в дебаты с вами, а скажу следующее, если ссылка похожа на оплаченную ссылку, то ее все равно обесценят, не важно были заплачены деньги или нет. Если у меня есть друг, и я попросил его сослаться на мой сайт в разделе "друзья блога", ссылка будет все равно приравнена к платной, т.к. в этом списке друзей находится еще 20 таких же ссылок.

Поэтому, на вопросы о методах наращивания ссылочных масс я отвечу просто - будьте умнее.

### Обычно наша команда проделывает следующие шаги:

- Анализ конкуренции
- Разработка вирусного маркетинга и его выполнение
- Создание новых и поддержание старых партнерских отношений
- Размещение релевантных ссылок после согласования с клиентами
- Предоставление отчетов, главе отдела, по позициям, полученным ссылкам и другим качественным деталям.

### У нас установлены строгие требования для страниц, где мы собираемся разместить ссылку:

- PR
- параметры Moz
- Количество бэклинков страницы
- Количество внешних ссылок
- [Индексация](#)
- [Уровень доверия](#) (траст)
- Схожесть тематики

Очевидно, что все сказанное выше, носит общий характер, но это может дать вам общее представление о том, на что мы обращаем внимание при работе с ссылками.

Мы всегда предупреждаем нашу команду о том, чтобы они не размещали ссылки в каталогах ссылок, покупных статьях, пресс-релизах не потому, что эти ссылки бесполезны, а потому, что [заботимся о своей репутации](#). Мы стараемся добывать качественные ссылки, похожие на те, что оставляют пользователи. Так же у нас есть ряд своих методов продвижения.

## Оптимизация страниц, анализ ключевых слов и аудит сайта

Мои партнеры, как и я, верим в то, что оптимизация страниц влияет на ранжирование сайта и соответственно трафик.

У нас есть отдельная команда, занимающаяся оптимизацией контента и страниц клиентов. Задания, которые им даются очень разнообразны, но основной целью всегда является полная оптимизация страницы под определенные ключевые слова.

**Обычно аудит сайта сайта заключается в следующем:**

- Анализ ключевых слов
- Оптимизация страниц — полная оптимизация каждой страницы сайта
- Анализ структуры сайта
- [Оптимизация структуры URL](#)
- Внутренняя перелинковка
- Изучение контента

Конечно, все зависит от пожеланий клиента, но перед тем как начать продвижение сайта нового клиента, мы всегда проводим полный аудит сайта.

Наша команда, занимающаяся оптимизацией контента очень тесно работает с PPC кампаниями, для того, чтобы убедиться в ценности [ключевых слов](#) и измерить количество ожидаемого трафика. Бывает такое, что когда мы не заинтересованы в PPC, мы просим клиента дать доступ к кампании [Google Adwords](#).

## PPC

На Branded3 мы классифицируем себя специалистами в органическом поиске, но иногда мы так же пользуемся и PPC кампаниями.

Нашими целями, в качестве агентства PPC кампаний, как и многих других похожих агентств, является снижение стоимости [кампании](#) для клиентов и увеличение CTR. Мы постоянно работаем над сервисом, удаляя не выгодные ключевые слова, увеличивая качество площадок для размещения рекламы, что позволяет максимально увеличить эффективность клиентских кампаний.

Также еженедельно, мы проводим собрания по поводу PPC, что позволяет нам быстро решать накопившиеся проблемы или вопросы.

Главной платформой является Google Adwords, но мы так же используем рекламные возможности Facebook и MSN.

## Множество встреч

Да, Branded3 не отличается от других агентств - весь календарь забит различными собраниями:

- Отчеты о клиентах
- Аналитика трафика и конверсий
- Расширение бизнеса
- Решение трудных проблем
- Работа с персоналом, выслушивание каждого
- Встречи с каждой командой в отдельности
- Подготовка кадров

Может показаться, что мы больше совещаемся, чем работаем, но это не так. Плотная работа с персоналом и клиентами — важная составляющая успеха в бизнесе. Такие собрания помогают нам расставлять

приоритеты наших действий, планировать и осуществлять. В неформальной обстановке каждый может свободно высказать свои идеи и мысли и очень часто мы брали идеи для развития именно отсюда. Такие собрания постоянно держат вас в курсе работы с клиентами.

## Обычный рабочий день SEO специалиста

Обычный день любого, занятого в онлайн маркетинге, зависит от должности, клиентов, с которыми ведется работа и от рода работы (в агентстве, [в команде](#), независимый консультант).

Лично я занимаю должность главы команды продвижения в поисковиках на Branded3 и сейчас познакомлю вас с моим обычным рабочим днем:

**8:15** — В это время я уже в офисе, однако некоторые мои коллеги считают по-другому 😊. Первый час я трачу на просмотр срочных заданий и чтение писем — именно эта работа планирует весь оставшийся день и обеспечивает меня работой. Иногда это могут быть такие простые задания как рассылка e-mail, а иногда более серьезные — анализ проблем с индексацией, выяснение причин серьезного отката в позициях и установить все это нужно в самые короткие сроки.

**10:00** — Встреча с каждым членом команды, обсуждение ситуации с его клиентом и обстановки в общем. Мы обсуждаем примерно следующее:

- ссылки
- трафик
- вирусный маркетинг
- новые идеи
- примерный план действий на месяц

Так же мы обсуждаем все потенциальные проблемы или запросы клиентов, которые могут возникнуть.

**12:00** — Обед!!! Обычно я покупаю "Fish&Chips" и провожу время за рабочим местом.

**13:00** — После обеда я предпочитаю заняться ссылками, выделяя тех клиентов, которых нужно срочно продвинуть до определенного месяца. На основе этого я начинаю искать партнеров. Я считаю, что каждый глава SEO отдела должен постоянно контролировать ситуацию самостоятельно, для того, чтобы не только оттачивать свои навыки, но и лучше понимать проблемы SEO консультантов и аналитиков.

**14:30** — Я возвращаюсь к списку заданий и начинаю выполнять их. Выбор проблемы для ее решения так же зависит от ее сложности и затрат времени: решение проблемы с оптимизацией страниц, решения для кампаний вирусного маркетинга, рекомендации разработке страниц, работа с [Google Analytics](#), работа с PR кампаниями. Это всего лишь небольшой список того, чем приходится заниматься. Именно поэтому я люблю свою работу — постоянная работа с разнообразными проблемами.

**16:30** — от 30 минут до часа я проверяю прогресс, сделанный командой за день. Перед нами не стоит определенной задачи добиться некоего числа полученных ссылок, но я буду рад увидеть 2 действительно качественные ссылки, чем 10 низкосортных.

**17:00 — 17:30** — В конце каждого рабочего дня я хочу быть уверен в будущем дне. Поэтому, я проверяю записи в дневнике и задания на следующий день.

Конечно я делаю много другой работы и часто задерживаюсь в офисе, но этого будет достаточно тем, кто желал увидеть рабочий день SEO специалиста.

**MyOST:** в принципе работа обычного seo-специалиста в рунете крайне монотонна, ведь многие сеошники занимаются в своей основе - только ссылками. Этот процесс должен быть хоть от части, но автоматизирован. Да, руками тоже нужно многое делать, но это аналитическая работа, которая позволяет

вырабатывать правила, а дальше свое берет автоматизация, которая на основе этих рекомендаций будет выполнять рутинную работу.

Хотя кто-то может поспорить, что руками и только руками - будет качественней. Все бы ничего, но это возможно сделать для 1-2-3 проектов, но не тогда, когда проектов десятки. Например я просматриваю каждый сайт детально только в определенной ценовой категории, перед тем как разместить там ссылку, а все что ниже этой ценовой планки - делается на автомате, хотя раз в неделю вносятся коррективы после ручного просмотра ресурсов и анализа выпавших после апдейтов страниц со ссылками.

В результате - экономится куча времени, которая посвящается на действительно нужные дела. Тем более на сегодняшний момент и так хватает отвлекающих факторов, таких как звонки потенциальных клиентов, консультации клиентов, которые уже находятся на продвижении.

Конечно - самое продуктивное время, когда действительно можно заняться анализом ситуации, подумать о стратегии развития, это время с 23 до 2 часов ночи. Наверное это привычка, но действительно, когда никто не мешает - мозг работает в разы лучше, нет ни посторонних шумов, ни отвлекающих факторов.

Я понимаю, что не каждый читатель блога является SEO специалистом, но я надеюсь данный пост был интересен и полезен.

Источник: [Working in Search – How We Deliver Results at Branded3](#).

Перевод: [SEOM.info](#). Комментарии: [MyOST](#).

## Как стать профи в поисковой оптимизации?

[Автор: Кирил](#)

### **Кирил:**

Как долго нужно учиться, что бы стать профессионалом в seo?

У кого сколько это заняло и что для этого нужно сделать? Я не то что хочу стать профи, для начала хотябы научиться свой сайт раскручивать, потом можно и друзьям помочь.

### **Sevab:**

На изучение теории может уйти 1-3 месяца, но без практики вы не станете профессионалом в поисковой оптимизации.

ПСы постоянно меняют свои алгоритмы, плюс методы раскрутки также меняются.

Думаю не менее 3 лет экспериментов со своими сайтами могут дать некоторое понимание этого предмета.

Вот здесь эта темка уже обсуждалась:

[http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya\\_optimizaciya\\_v\\_obshih\\_chertah/c\\_chego\\_nachat\\_novichku/](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/c_chego_nachat_novichku/)

### **maksim:**

Да можно стать и за неделю. Вон по инету полно таких. И раскрутку предлагают и манну небесную а у самих посещаемость 2 калеки в день (считая ботов).

В любом деле нужен опыт. Даже в мытье полов. При наличии мозКа и упорства можно лет за 5 стать профи.

### **sibbarb:**

Главное начать, а дальше как по маслу пойдёт, если постоянно и плодотворно этим заниматься, впрочем как и любым другим делом, то можно быстро достичь определённых положительных результатов, НО совершенства и идеала достичь нельзя не в чём 😊

### **liexman:**

Как долго нужно учиться, что бы стать профессионалом в seo? С уверенностью могу сказать, что не неделю, месяц и даже не год. Во-первых, процесс оптимизации не зависит полностью от вас, а значит для того, чтобы увидеть плоды своей работы по раскрутке, вам придется подстраиваться под поисковики, чтобы понять их алгоритмы. А это, знаете ли постоянный анализ...

Во-вторых, профи - это тот, кто сам прошел, прощупал путь, так что время потратить придется, чтобы самому поработать своими ручками , сделать анализ, что да как, наработать свою базу.

### **Sevab:**

Уже многочисленным опытом проверено. Если у человека есть талант, то путь к вершине занимает около 3 лет.

Но это еще, как правило не вершина, но уже становится очевидным что у человека есть большое будущее. Это касается любых сфер деятельности. Будь то спорт, наука, искусство либо что-то другое.

То есть 3 года для того чтобы понять есть способности к этому или нет и вся жизнь на на все остальное 😊

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## **Продвижение сайта: существующие схемы работы с заказчиком**

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)



Существует достаточно много схем работы с клиентами при продвижении сайтов, но во многих из них кроется столько нюансов, что заказчики натываются на грабли в любом из вариантов. Сравним существующие методы раскрутки сайтов/клиентов.

Давайте рассмотрим плюсы и минусы основных схем, по которым работают как фрилансеры, так и множество компаний. Не будем создавать "комбинированных" тарифов, разберем только базис. Я думаю узнать "изнанку" процесса будет интересно не только SEOшникам, но и непосредственным заказчикам услуг.

Хотя стоит оговориться – я излагаю свою точку зрения, зная ситуацию во многом изнутри.

### **Продвижение сайта по количеству слов**

**Плюсы:** четкий перечень ключевых слов по которому работает исполнитель, а также четкая отчетность перед заказчиком.

**Минусы:** подбор низкоконкурентных, часто не употребляемых или низкочастотных запросов, для создания эффекта «большой работы».

**Гарантии:** вывод определенного процента ключевых слов в оговоренный ТОП.

**Реализация на практике:** в данной схеме работы все будет зависеть только от исполнителя и его методов работы, т.к. составление семантического ядра может быть выполнено не квалифицированно, в результате чего не будет достигнут желаемый результат. Кроме того, в данной схеме работы существует юридический подвох, по договору исполнитель обязуется вывести 80% запросов (или другое количество) в ТОП в оговоренные сроки, но основная масса запросов низкочастотники, тем самым формально – договор является выполненным, юридически исполнитель чист, а заказчик не доволен работой, ведь он надеялся что в заветные 80% запросов в ТОПе через 3 месяца окажутся и конкурентные слова.

**Рекомендация заказчику:** читайте договор, выясняйте заранее все условия работе. Не нужно верить тому, что говорит "продажник" или менеджер, верьте только тому, что написано на бумаге под названием договор.

## Продвижение сайта по трафику

**Плюсы:** возможность целевого трафика, а значит и прибыли уже спустя пару недель после начала работ.

**Минусы:** сложность прогнозирования целевого трафика.

**Гарантии:** получение трафика с оплатой за каждое целевое посещение.

**Реализация на практике:** данный вариант работ один из наиболее сложных, но с другой стороны он способен быть одновременно полезен как исполнителю, так и заказчику. Случается это при одном условии – работа профессионалов.

**Рекомендация заказчику:** трафик бывает разный, поэтому нужно четко понимать за что будет происходить оплата. Выбирайте не общие показатели посещаемости, в качестве оценки работ исполнителя, а именно целевой поисковый трафик содержащий определенные ключевые слова, иначе есть риск нарваться на накрутку или не целевой трафик и оплачивать его. Ах да, самое главное – читайте договор. Требуйте пояснения всех непонятных моментов, если читаете одно, а менеджер поясняет по другому – просите внести именно его формулировку в договор.

## Продвижение сайта с оплатой по факту

**Плюсы:** оплата непосредственно за уже выведенные запросы.

**Минусы:** отсутствие четких сроков и прогнозов по выведению запросов. Завышенная цена.

**Гарантии:** отсутствие гарантий как таковых, ведь оплата "по факту".

**Реализация на практике:** у этой схемы есть масса плюсов и масса минусов. Случаются забавные вещи. Раз плата взимается только за выведенные запросы, то не существует ограничений по сроку и можно двигать сайт хоть год, хоть два, при этом заказчик может терпеливо ждать, а в это самое время на сайте заказчика будут появляться ссылки на другие ресурсы (продвигаемые компанией или просто продажные), не повсеместное явление, но часто встречаемое. Либо сайт просто окажется «очередным» донором для компании, на котором будет стоять ссылка «продвижение сайта – такая-то компания».

Также оплата "по факту" предполагает увеличенную стоимость каждого из запросов, ведь нужно компенсировать первоначальные затраты. Порой стоимость увеличивается в несколько раз, но это издержки данной схемы работы. Вы платите много, но только за результат. Также у оплаты "по факту" есть страховочный элемент в виде аванса, который оплачивает заказчик, так что не совсем без вложений происходит начало работ. Разумеется – читайте договор, дьявол кроется в деталях.

## Продвижение сайта с бонусами

**Плюсы:** есть стимул вытаскивать сайт выше и выше, т.к. от того в каком диапазоне находится сайт – зависит оплата. Выгодно как для исполнителя, так и для заказчика.

**Минусы:** нет первоначальных прибылей в первые месяцы работ – у исполнителя.

**Гарантии:** на усмотрение сторон.

**Реализация на практике:** эта схема отличается от «Продвижение сайта по количеству слов» только введением определенных коэффициентов для исполнителя. Сайт в ТОП-10 – платится одна сумма, вышел в ТОП-5 – есть бонус в виде определенного процента или фиксированной суммы. Бонусные диапазоны оговариваются индивидуально.

## Продвижение сайта с оплатой за работу

**Плюсы:** полный контроль расходной части у заказчика. В случае «ухода» исполнителя – ссылочная база остается у заказчика.

**Минусы:** Фиксированная прибыль у исполнителя, уже нельзя сказать что «на ссылки» и положить себе в карман.

**Гарантии:** на усмотрение сторон.

**Реализация на практике:** на мой взгляд наиболее прозрачная схема работы с финансовой точки зрения. Исполнителю оплачивается фиксированная стоимость его работ, при этом затратная часть на ссылки находится на контроле заказчика. В случае необходимости он сам может как понизить, так и поднять себестоимость продвижения. По сути происходит деление общего бюджета на стоимость работы оптимизатора, а также ссылочные и иные расходы (при этом аккаунты на биржах под полным контролем заказчика).

## Немного о схеме по которой я работал раньше и по которой стараюсь работать сейчас.

До 2008 года существовала всего одна схема работы – за конкретные слова, можно было достаточно четко спрогнозировать и вывести в оговоренные сроки нужное количество запросов. С 2008 года стало сложнее прогнозировать сроки, поэтому в ход пошла схема работы с выведением определенного процента запросов в топ, тем самым можно было полностью себя застраховать от рисков связанных с глюками или отсутствием апдейтов Яндекса, как основной поисковой системы для Рунета.

Периодически применялись и применяются сейчас схемы работы по трафику и с бонусными добавками, но для подавляющего большинства клиентов с **февраля 2010** начал применять иную схему, которая называется "**оплата за работу**".

Да, **по началу прибыли уменьшились**. Ведь ранее можно было взять 20 тысяч (расчетная стоимость по конкурентам – средняя по рынку), вывести проект в ТОП за 10-30% этой суммы и остальное положить в карман, при этом и заказчик доволен, и исполнитель.

**При оплате за работу – заказчик видит всю расходную часть**, поэтому по началу прибыли действительно упали, ведь себестоимость по многим запросам при хорошем и старом сайте у заказчика – будет не велика, а значит не будет "бонусов" в карман.

Но с **февраля 2010** года прошло **4** месяца и эта схема дала свои плоды, а именно – **увеличение числа клиентов**, которые согласны работать в таком варианте (по рекомендациям, как правило).

Почему пошло увеличение – потому, что **это наиболее честная схема работы**, когда обе стороны не скрывают ничего.

Если работа исполнителя, вдруг, не устоит заказчика – он уйдет сохраняя [ссылочную массу](#), а это очень важный момент, т.к. нет элемента зависимости и нет повода для "шантажа".

С другой стороны – если у заказчика случается проблема с оплатой (не выходит на связь, нет денег), то проблема не ложится на плечи исполнителя, ведь аккаунт в той же SAPE пополняет сам заказчик. Это кстати частое явления, на данный момент кредитная линия для заказчиков у меня в размере 80 тысяч рублей (да, накопилось), причем ежемесячно, в силу того, что кто-то просто забывает вовремя оплатить услуги или не достучаться.

Также периодически случалось, что заказчики (сезонные тематики) могли в конце отчетного периода сказать "**а мы могли и больше дать на ссылки, тогда и наши позиции были бы лучше**", но при той схеме, по которой работаю сейчас – этого уже не случается, ведь только сам заказчик ограничивает бюджет на ссылки той суммой, которую считает возможной на данный момент, я лишь рекомендую.

Постепенно, пересаживаю всех на новую схему работы и могу сказать – доволен, как притоком новых клиентов на эту схему [продвижения сайтов](#), так и самим процессом, который стал более прозрачным, а также более гибким.

- Сумма за работу – фиксированная.
- Бюджет – плавающий, на усмотрение заказчика.
- Контроль над проектом – за оплачивающей стороной.
- Честность (нет нужды скрывать реальные затраты).

Что касается слова "**гарантии**", то я его никогда не признавал, разве что до 2007 года и то частично. В договоре не прописываю "*к такому-то сроку такие-то запросы будут в ТОП*", т.к. четко понимаю, что помимо заказчика и исполнителя **есть третья сторона**, действия которой не подконтрольны ни одной из сторон, участвующих в договоре.

Если заказчик не понимает, что **любая гарантия результата по позициям – это фикция**, то ему прямая дорога в директ и явно со мной не по пути. Я вообще не работаю с заказчиками, которые не понимают или не хотят понимать механизма моей работы и работы поисковых систем (хотя бы на элементарном уровне).

Наверное, [в силу юридического образования](#) – не могу дать гарантию на то, что от меня не зависит на все 100%, а дать гарантию и не исполнить, не есть хорошо. Да, можно составить "правильный" договор на продвижение сайта и избежать ответственности, но это не выход из ситуации.

Я считаю, что **настоящий заработок начинается после вывода проекта в ТОП**, когда поддерживаешь его и уже тратишь лишь не много времени на поддержание позиций или трафика, при этом стабильно (годами) получаешь деньги за работу.

А пообещать, сорвать денег за первое время, не выполнить, отмазаться договором и сыграть на неопытности заказчика – это не вариант, портит репутацию, не позволит работать на рынке достаточно долго.

В практике случалось достаточно много вариантов развития событий, не всегда и не все 100% проектов являются успешными, это случается у любой компании или фрилансера.

Если кто-то заявляет, что у него все 100% проектов в ТОПе и все хорошо, значит у этого кого-то мало проектов, либо все они низкоконкурентные. За все время я не встречал ни одного сеошника (с числом проектов хотя бы на уровне 10 штук), чтобы у него все было в идеальной гармонии с заказчиком и все запросы в ТОПе. Хотя людей, заявляющих что все у них хорошо – встречал не мало. Сказать можно что угодно, главное быть честным с самим собой.

Вот такие схемы работы я вижу на рынке в данный момент как основные, а какие варианты используете Вы? Что обещаете заказчикам?

## Seo аудит сайта

*[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)*

Сегодня я вам расскажу, как сделать базовый **Seo аудит сайта**, который вы планируете продвигать. Просьба не сравнивать маркетинговый аудит сайта с Seo аудитом, совсем разные вещи.

**Seo аудит сайта состоит из 5 этапов:**

1. Анализ текущего положения сайта в поисковиках
2. Анализ внешних ссылок сайта
3. Анализ кода сайта
4. Анализ внутренних ссылок
5. Анализ текстов на сайте

Давайте теперь подробнее рассмотрим каждый из этапов Seo аудита веб сайта.

## 1. Анализ текущего положения сайта в поисковиках

Для начала нам нужно знать сайт вообще индексируется поисковыми системами или нет. Это можно сделать как вручную, так и с помощью программного обеспечения. Мы с вами рассмотрим два способа. Для того что бы проверить какие страницы находятся поисковой системой Google, нужно в поле поиск ввести: **site:название вашего сайта** и нажать поиск. Приведу пример: **site:seoprofy.net**

Веб [Картинки](#) [Карты](#) [Новости](#) [Видео](#) [Gmail](#) [ещё ▾](#)

---

**Google**™   [Расширенный поиск](#)  
[Настройки](#)

Поиск в Интернете  Поиск страниц на русском

---

**Веб**

[SeoProfy.net - SEO, поисковая оптимизация и заработок в интернете ...](#)  
SeoProfy.net - блог про SEO, интернет рекламу, партнерские программы и заработок в интернете.  
[seoprofy.net/ - 30k](#) - [Сохранено в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

[SeoProfy.net » О сайте](#)  
Это пример страницы в WordPress. Вы можете написать здесь информацию о себе или о сайте, чтобы пользователи знали кто вы и откуда. Вы можете создать столько ...  
[seoprofy.net/about/ - 7k](#) - [Сохранено в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

[О блоге и авторе |](#)  
Блог SeoProfy для тех, кто хочет научиться оптимизировать и продвигать сайт.  
[seoprofy.net/about-this-blog/ - 14k](#) - [Сохранено в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

[Что такое RSS? |](#)  
RSS – это формат, который используется для быстрой публикации информации, которая.  
[seoprofy.net/chto-takoe-rss/ - 14k](#) - [Сохранено в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

[Yahoo |](#)  
Posted on Май 04th, 2009 in Yahoo. Студенты Стэндфордского университета Джерри Янг и Дэвид Фило в 1994 году работали над своими диссертациями над ...  
[seoprofy.net/tags/yahoo/ - 16k](#) - [Сохранено в кэше](#) - [Похожие страницы](#)

**Ручной метод** очень медленный, а я всегда стараюсь оптимизировать процессы, поэтому рекомендую вам скачать программу [Site-auditor](#), потому, что многие процессы можно сделать с ней быстрее.

С помощью этой программы, мы можем посмотреть какие страницы индексируются, какое количество их индексируется, а так же, сколько ссылок ссылается на сайт. В программе есть много функций, и самое главное она **бесплатная**.

Экспресс - анализ    Подбор запросов    Видимость сайта

http://     Проверить    Сервисы ▾

Данные по сайту    Дата и время проверки:

<p><b>Индекс цитирования</b></p> <p>ТИЦ [?]: <u>0</u> (кат.)</p> <p>PR [?]: <u>0</u> (0)</p> <p><b>Приндексировано</b></p> <p>Яндекс [?]: <u>1</u> (1)</p> <p>Рамблер: <u>0</u></p> <p>Google: <u>55</u></p> <p>Апорт: <u>0</u></p> <p>Yahoo[?]: <u>1</u> (2)</p> <p>MSN: <u>0</u></p> <p><b>Ссылки на сайт</b></p> <p>Google [?]: <u>0</u> (0)</p> <p>Яндекс [?]: <u>2</u> / <u>2</u> /</p> <p>Yahoo [?]: <u>59</u> (58)</p> <p>MSN [?]: <u>0</u></p>	<p><b>Наличие в каталоге</b></p> <p>Яндекс: <u>нет</u></p> <p>Рамблер: <u>нет</u></p> <p>Апорт: <u>нет</u></p> <p>Dmoz: <u>нет</u></p> <p>Mail.ru: <u>нет</u></p> <p><b>Статистика</b></p> <p>Рамблер [?]:</p> <p>SpyLog: <u>нет</u></p> <p>HotLog: <u>нет</u></p> <p>LiveInternet (RAX): <u>Найден</u></p> <p>Mail.ru: <u>нет</u></p>
--	--

Настроить    Копировать

HEADER	A(113/12)
TITLE (105)	H 12
KEYWORDS (111)	NOINDEX
DESCRIPTION (9)	STRONG, B
ROBOTS.TXT	EM, I

Что бы проверить на каких позициях находиться запросы, которые вы хотите продвигать для вашего сайта можно использовать платную программу **Semonitor**, очень удобно, если есть много сайтов и запросов на продвижении. Либо проверить все запросы вручную, что занимает много времени. Подробно про эту полезную программу расскажу в следующих постах.

Итак, проанализировав индексируется ли ваш сайт или нет, и узнав какие позиции занимает ваш сайт в поисковых системах можно переходить к следующему этапу, анализ внешних ссылок.

## 2. Анализ внешних ссылок

Анализ внешних ссылок или ссылок, которые ведут на ваш сайт с других сайтов. Для того что бы это проверить необходимо опять открыть выше упомянутую программу. Очень часто, что бы посмотреть обратные ссылки по поисковой системе Google, нужно нажать в разделе **ссылки на сайт** в программе Site-auditor.



[Twitter Starts To Act Like Apple By Maki...](#)

We've all heard the stories about Apple rejecting apps from the iTunes App Store ... Twitter Starts To Act Like Apple By Making Life Hard For Developers, Shuts ...

[techcrunch.com/2009/05/04/twitter-starts-to-act-like-apple-by-makin...](#) - 131k - [Cached](#)

[Tod's Blog. Моё видение интернета :: Всё для блоггеров и вебмастеров - Translate](#)

Блоггинг, IT новости, технологии, Web разработка, дизайн, SEO, заработок в интернете, ... 1 RX pharmacy affiliate program! Sapient Social Submitter – мощнейший ...

[tods-blog.com.ua](#) - 86k - [Cached](#)

[Profit Hunter " Blog Archive " Прицельный огонь по ключевым фразам - Translate](#)

Если вы впервые попали на мой блог и вас интересует тема заработка в Интернете, ... Что такое RSS, и в чем его преимущества, вы можете прочитать здесь. ...

[profithunter.ru/putevye-zametki/pricelnyj-ogon-po-klyuchevym-frazam](#) - 125k - [Cached](#)

[Profit Hunter " Весенний Марафон - Translate](#)

Если вы впервые попали на мой блог и вас интересует тема заработка в Интернете, ... Что такое RSS, и в чем его преимущества, вы можете прочитать здесь. ...

[www.profithunter.ru/vesennij-marafon](#) - [Cached](#)

[SEO-блог где палят темы - Translate](#)

Блог Александр Фёдоров о поисковой оптимизации, вебмастерских инструментах и интернет ... Данный препарат является ингибитором нейраминадазы, то есть блокирует ...

[alex.name](#) - [Cached](#)

[Alexf блог где палят темы - Translate](#)

Posted by alexf as widgets, оффтопик, програмизм " ... Написал жаба-скриптик, который замедляет загрузку картинок на странице. ...

[alex.name/2008-07-16/skript-dlya-zamedleniya-zagruzki-kartinok](#) - 59k - [Cached](#)

И таким образом можно посмотреть ссылки на ваш сайт, которые учлись поисковыми системами. Проанализировать площадки на которых размещены ссылки. Если есть время, то я делаю это, как я показал выше, если нет то программным обеспечением, про которое я вам расскажу чуть позже. После анализа внешних ссылок мы переходим к следующему этапу seo аудита сайта.

### 3. Анализ кода сайта

Анализ кода сайта, это анализ его мета-тегов. Для того что бы проанализировать код сайта вам понадобится в браузере который вы используете посмотреть html код вашего сайта или страницы.

```
<title>SeoProfy.net - SEO, поисковая оптимизация и заработок в интернете, партнерские програ  
<meta name="generator" content="WordPress 2.7.1" /> <link rel="stylesheet" href="http://  
  
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="RSS 2.0" href="http://seoprofy.net/f  
<link rel="alternate" type="text/xml" title="RSS .92" href="http://seoprofy.net/feed/rss/" />  
<link rel="alternate" type="application/atom+xml" title="Atom 0.3" href="http://seoprofy.net.  
<link rel="pingback" href="http://seoprofy.net/xmlrpc.php" />  
<link rel="shortcut icon" href="http://seoprofy.net/favicon.ico" />  
  
<link rel='archives' title='Май 2009' href='http://seoprofy.net/2009/05/' />  
  
<link rel="EditURI" type="application/rsd+xml" title="RSD" href="http://seoprofy.net/xmlrpc.  
<link rel="wlwmanifest" type="application/wlwmanifest+xml" href="http://seoprofy.net/wp-includes/wlw  
<meta name="generator" content="WordPress 2.7.1" />  
  
<!-- all in one seo pack 1.4.6.15 [345,353] -->  
<meta name="description" content="SeoProfy.net - блог про SEO, интернет рекламу, партнерские програ  
<meta name="keywords" content="SEO, поисковая оптимизация и заработок в интернет, партнерские програ  
<!-- /all in one seo pack -->  
</head>
```

В коде должны быть прописаны **title**, **keywords**, **description**. Контентной оптимизации будет посвящено пару постов, в которых я расскажу, какое количество символов должно быть в каждом мета теге, точного определения нет, есть только рекомендации проверенные на опыте.

Если у вас в коде все прописано, то мы смело можем переходить к следующему этапу.

#### 4. Анализ внутренних ссылок

Очень важно как ваш сайт перелинкован, и как на нем размещены **внутренние ссылки**, поскольку они передают вес по сайту.

Зачастую главная страница имеет самый большой вес на сайте, и с помощью нее можно распределять его по другим страницам. Поэтому важно, что бы на основные разделы, которые вы продвигаете, стояла ссылка с главной страницы. Если после краткого анализа такого нет на сайте, то это нужно исправить. Построению внутренней ссылочной структуре так же будет посвящено пару постов, поскольку пару предложениями все не охватишь.

#### 5. Анализ текстов на сайте

В анализ текстов на сайте подразумевает то – достаточно ли они оптимизированы под поисковые системы, и выполняют ли они свою задачу.

**Оптимизированный текст** должен быть плотный ключевыми словами, по которым вы будете продвигать или уже продвигаете сайт. Плотность ключевых слов должна быть 7-10% для всего текста. Например, если на странице, которую вы продвигаете, написано 2 тысячи символов уникального оптимизированного текста под нужные слова, то должно быть как минимум 4 повторения нужных ключевых слов.

После того как все эти этапы проанализированы, можно приступать к внедрению изменений, и приступать к поисковому продвижению.

## SEO аудит – 9 пунктов проверки и анализа сайт

*[Автор: Алексей Скорняков \(seo2z\)](#)*



Статья посвящена SEO аудиту, который позволит выявить явные и не явные ошибки оптимизации, индексации и общей работы сайта. Бывают случаи, когда ломаешь голову над причиной того, почему продвижение сайта не является успешным. Но как только ошибка находится – всё становится на свои места. Рассмотрев все пункты оценки оптимизации можно найти слабые места сайта и “подкрутить” их. Рассмотрим всё по порядку.

#### **План статьи:**

1. Проверка на присутствие в ПС
2. Проверка индексации страниц
3. Проверка на запрещённые методы продвижения
4. Оценка оригинальности контента
5. Проверка на ошибки в HTML коде
6. Анализ работы хостера
7. Проверка внутренней оптимизации
8. Оценка сайта глазами ПС
9. Проверка региональной зависимости

Перед прочтением статьи рекомендую [подписаться на RSS](#) и быть в курсе новых статей, о которых вы будете узнавать сразу после их публикации!

#### **Проверка на присутствие в ПС**

Первым делом проверим сайт на присутствие в поисковых системах. Получить результат можно, посмотрев, есть ли страницы сайта в индексе (вместо site.ru вписываем свой домен):

Яндекс – <http://yandex.ru/yandsearch?serverurl=www.site.ru&lr=2>Понижение в ранжировании

Гугл – <http://www.google.ru/search?q=site:www.site.ru>

Рамблер – <http://nova.rambler.ru/search?sort=0&filter=http://www.site.ru>

Если присутствует 1 и более страниц – сайт находится в ПС, то есть индексация есть. Если её нет, то добавляем:

Яндекс – <http://webmaster.yandex.ru/addurl.xml>

Гугл – <http://www.google.ru/addurl/>

Рамблер – <http://robot.rambler.ru/cgi-bin/addsite.cgi>

В тех случаях, когда добавление в ПС запрещено – скорей всего домен забанен. Об этом читайте в другой статье.

## Проверка индексации страниц

Проверив на присутствие в ПС, оцениваем количество страниц, участвующих в поиске. Если сайт относительно новый, то всех страниц в индексе можно и не ожидать. Однако, если сайту несколько месяцев, и количество меньше того, которым обладает сайт, то возможен ряд причин:

- Сайт находится под фильтром АГС

*ПС – Яндекс, кол-во страниц в индекс гораздо меньше “локального” количества, по сравнению с Гуглом.*

- Не учтённые страницы запрещены к индексации

*либо через robots.txt, либо через метатеги запрета – <META CONTENT=»NOINDEX,NOFOLLOW»>*

- Ошибки HTML кода

*Отсутствие декларации <!DOCTYPE>, не валидная кодировка*

- Другие внутренние и внешние факторы

*Дублированный контент, большое кол-во ВС, не поддерживаемый формат документа и т.д.*

Советую добавить сайт в [панель вебмастера Яндекса](#) и проследить, какие страницы не были допущены к индексации и почему. Посмотреть можно в графе “**Исключено роботом**”.

## Проверка на запрещённые методы продвижения

Страдать сайт может от запрещённых методов продвижения, которые могли быть применены и без вашего участия. Распространены:

- нечитаемый пользователем или скрытый текст

Совпадение цвета текста и фона. Очень грубый и чёрный способ обмана ПС. Наказывается на раз. Проверить можно визуально, нажав CTRL+A, если выделится текст, которого не видно, то его цвет совпадает с цветом фона.

- Клоакинг (от англ. cloaking – маскировка, укрытие)

Различие информации, которая выдаётся пользователю и ПС. То есть ПС видит одну страницу (напичканную ключами), а пользователь – другую (хорошо оптимизированную и читаемую). Технически реализуется весьма не просто. Поэтому проверяем, чтобы основные страницы содержали тот же текст, который видит ПС. Проверяйте соответствие КЭШа к текущему состоянию (заменить домен на свой) – <http://hghltd.yandex.net/yandbtm?url=http%3A%2F%2Fwww.site.ru%2F&text=%E2>

- Дорвеи

Это страницы сайта, которые оптимизированы под конкретные запросы путём повышения плотности ключевых слов к общему тексту. Призваны для привлечения трафика с ПС. Проверяйте, не являются ли страницы вашего сайта дорвеями и не ссылаются ли они на ваш сайт (полуюмор).

- Свопинг

Данный чёрный метод славится тем, что после достижения акцептором верхних позиций по конкурентным запросам и привлечения трафика – он резко меняет содержание той же страницы, что приводит к косому взгляду со стороны ПС. Проверяйте соответствие КЭШа к текущему состоянию (заменить домен на свой) – <http://hghltd.yandex.net/yandbtm?url=http%3A%2F%2Fwww.site.ru%2F&text=%E2>

- Ссылочный спам

Обмен ссылками так же карается ПС. Размещая ответную ссылку на страницах сайта – вы повышаете количество ВС (внешних ссылок). Тем самым даёте повод ПС считать ваш сайт – линкопомойкой. Проверить ВС можно сервисом – [http://www.slavsoft.ru/developer/?page=site\\_robot](http://www.slavsoft.ru/developer/?page=site_robot)

- Избыточное автоматическое перенаправление (редиректы)

Страницы сайта используют редирект кодов – 301, 302, 303. Стоит использовать только в случае переноса адресов страниц.

### Оценка оригинальности контента

Не оригинальный контент является весомым вкладом в применение санкций от ПС. Выражается:

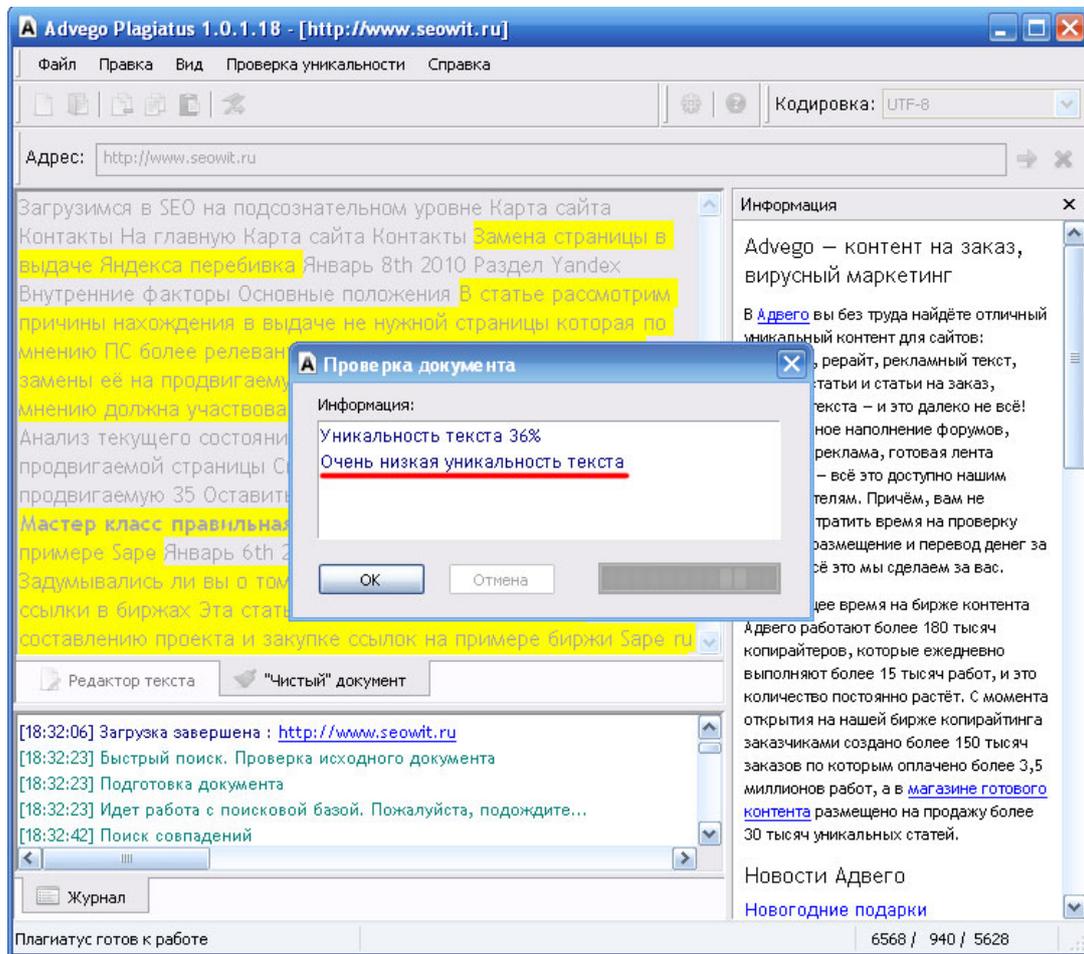
- Фильтр АГС 30 (ex 17)

Дублированные страницы одного домена просто исключаются из индекса, так же как и не нужные (по мнению Яндекса). Пример: архивы сайта, теги, рубрики, результаты поиска, версии для печати. Все эти страницы содержат в себе контент, который повторяется, относительно прямого адреса страницы. Избежать фильтра можно закрыв страницы метатегом <META NAME=»ROBOTS» CONTENT=»NOINDEX <>, либо указав запрет в файле **robots.txt**

- Понижение в ранжировании

То есть ПС не дают высоко ранжироваться сайту с неуникальным контентом. Высоких позиций можно не ждать.

Проверить контент на оригинальность можно множеством программ и сервисов. Наиболее распространена – [Advego Plagiat.us](http://www.advego.com/). Вбив адрес сайта или вставив текст в ручную получаем результат, например:



В случае такого результата, если чувствуете, что позиции сайта не высокие – меняем текст на уникальный.

### Проверка на ошибки в HTML коде

Ошибки в коде сайта также могут непосредственно влиять на проблемы с индексацией, позициями, продвижением. Самый простой способ проверить на валидность кода можно через сервис – [W3C Validator](http://validator.w3.org/).

#### Основные грубые ошибки HTML кода:

- Отсутствие декларации <!DOCTYPE>

Деклараций, отвечающая за объявление типа документа, то есть сообщает какую версию (X)HTML вы используете. Её отсутствие в ряде случаев пагубно влияет на корректность документа, что приводит к проблемам взаимоотношений с ПС.

- Errors, Warnings

не существенные ошибки, которые следует разбирать с помощью этого сервиса. Советую приводить код к валидному виду.

- Кодировка

Проверяйте сайт на соответствие кодировки самого кода и указанной кодировке в метатеге:

```
<meta http-equiv=»Content-Type» content=»text/html; charset=»кодировка«>
```

Несоответствующие кодировки напоминают клоакинг.

- Не закрытый NOINDEX

Бывают случаи, когда в коде при запрете какой-либо ВС или не нужной информации с помощью данного тега, просто забывают его закрыть. Тем самым начиная с открытого тега и до конца документа – его индексация в Яндексе не возможна. Следует тщательно проверять на закрытие!

Так же следите за тем, чтобы все ваши теги были закрытыми.

## Анализ работы хостера

В первом случае – это **проверка скорости загрузки сайта**. Низкая скорость отдачи информации от сервера хостинга может привести к тому, что ПС будут пренебрежительно относиться к ранжированию и индексации вашего сайта. Задав вопрос: “Зачем ПС выводить на высокие позиции сайт, который грузится очень долго?”, можно самому додумать ответ. Проверить скорость загрузки сайта и, следовательно, скорости сервера можно через [сервис](#). Вписывайте ваш сайт + сайты ваших конкурентов и сравнивайте результаты. Более **3 секунд** – следует срочно переезжать!

Также советую отследить перебои в работе серверов хостера. Это можно сделать, просмотрев логи ошибок (читать FAQ хостера). Естественно, если сайт несколько раз в день просто выключается из-за того, что сервер терпит большие нагрузки, то следует сменить своего хостера. А если сбой произойдет в момент или в преддверии апдейта выдачи? Многие испытывают проблемы, поэтому на анализ хостинга тоже следует уделить время.

Проверка через [сервис мониторинга веб-сайтов](#)

Принцип работы сервиса таков, что из разных точек мира (на сегодня их больше 100 штук) производится периодическая проверка доступности сайта, в результате при “падении” хостинга у Вас будет информация как на ящике, так и в виде СМС, это позволяет просто с феерической скоростью набрать номер хостинг провайдера и решить проблему оперативно. Есть проблемы правда, но они нивелируются плюсами такого подхода. Допустим если “ляжет” канал вне России, зарубежка – естественно будет сигнализировать о недоступности, но в РФ сайт работать будет. Также есть постоянные отчеты и “кнопка” с циферкой суммарной, сколько в % времени был доступен сайт.

Так что реально рекомендую потратиться в 5\$ и брать тариф на несколько сайтов 😊 хотя там и фри версия вроде бы есть.

Спасибо, [MyOST](#), за обзор сервиса

## Проверка внутренней оптимизации

Внутренняя оптимизация может способствовать как повышению позиций сайта и индексации, так и понижению в ранжировании. Рассмотрим основные моменты:

- Более 1 тега H1

Тег H1 подразумевает одно вхождение в документ, так как это заголовок верхнего уровня. Сравнить можно с заголовком книги, который по стандарту встречается 1 раз. Повторное вхождение может привести к тому, что ПС будут с опаской смотреть за страничкой.

Пользуемся [сервисом проверки контента](#)

- Количество ВС

Внешние ссылки – один из тех параметров, к которым конкретно Яндекс относится весьма негативно. Ссылаясь на другие сайты, вы как минимум передаёте им свой вес, а так же позволяете поисковому

роботу переходить по таким ссылкам. Особенно пагубное воздействие несёт за собой факт того, что ссылки ведут на некачественные сайты, к которым скорей всего С уже применили санкции. За это наказывается и сам акцептор. Советую скрывать такие ссылки тегом `<noindex>BC</noindex>`. Количество не скрытых ВС не советую чтобы превышало **5-6**, особенно с морды.

Пользуемся [сервисом анализа сайта](#)

- Количество реальных ВС

Все открытые + скрытые от поисковых систем внешние ссылки будем называть “реальные ВС”. Яндекс не обходит внешние ссылки, заключённые в noindex, он их прекрасно видит и хранит у себя в базе, вот только не придаёт им значения. Количество реальных ВС советую делать **не более 15**.

- Чрезмерность тегов выделения

Всякие теги выделения (b, strong, u и т.д.) должны знать свою меру. Если на странице несколько вхождений ключевого запроса в текст, то выделение более 1 раза не имеет смысла. Повторное выделение приводит во многих случаях к санкциям и понижению в ранжировании.

Пользуемся [сервисом проверки контента](#)

- Плотность ключевых слов

Плотность ключевых слов – отношение количества ключей ко всему контенту страницы. На то она и плотность, что должны быть в меру. Превышение плотности – полу-дорвей. Оптимальной плотностью считаю – **до 10 %**.

Пользуемся [сервисом проверки контента](#)

- Количество символов текста

Текст на страницы – неотъемлемая её часть, в прочем даже основная. Так как посетитель сайта, перейдя с ПС, хочет видеть информацию, релевантную своему введённому запросу, то не стоит его разочаровывать. 1-2 предложения никому не будут интересны, да и высоко ранжироваться такие страницы не будут. Тем более, если страница содержит текст в сайдбаре, футере и шапке, то он будет повторяться на всех страницах. И основной текст, который будет состоять из малого количества символов, не поможет вам избежать фильтра **АГС-30**. В большинстве случаев, такой статичный текст составляет порядка 1000 символов. Советую для остального составляющего страницы (основной текст) использовать: **от 4000 символов** (для морды) и **от 2000** (для внутряка).

Пользуемся [сервисом проверки количества символов](#)

- Дублирующие ссылки

На странице могут присутствовать внутренние ссылки на ту же страницу с разными анкерами. По сторонним экспериментам было замечено, что Гугл учитывает только первую ссылку, Яндекс – все. Можно конечно и воспринимать как факт, но превышать количество в **2 ссылки** нет смысла.

## Оценка сайта глазами ПС

- Robots.txt

В этом пункте следует уделить больше внимания. Так как **robots.txt** – инструкция для роботов поисковых систем, следуя которой они принимают решения об индексации. Самая распространённая ошибка – это указание директивы **Disallow** в таком виде:

## Disallow: /

То есть таким образом мы запрещаем весь сайт к индексации!

Хорошим **robots.txt** считаю:

```
User-agent: Yandex
Disallow: /категория не для индекса
Disallow: /категория не для индекса
Host: www.site.ru
User-agent: *
Disallow: /категория не для индекса
Disallow: /категория не для индекса
Sitemap: http://www.site.ru/sitemap.xml
```

Где:

**User-agent: Yandex** – указание нижестоящих правил для Яндекса

**Disallow: /категория не для индекса** – категория или страница, которая нам не нужна в индексе

**Host: [www.site.ru](http://www.site.ru)** – указание на основной домен с www или без. Данная директива указывается непосредственно к поисковой машине Яндекс

**User-agent: \*** – указание нижестоящих правил для всех ПС

**Sitemap: <http://www.site.ru/sitemap.xml>** – указание ссылки на карту сайта в формате xml

Перед вторым указанием инструкций для ПС следует ставить пустую строку, так же как и перед картой сайта!

Более подробный разбор файла **инструкций для поисковых систем robots.txt** мы будем рассматривать в другой статье.

- Текст и ссылки

Проверяйте, какой текст и ссылки видят поисковые роботы. Проверить можно сервисом по [просмотру сайта глазами ПС](#)

## Проверка региональной зависимости

Продвигая сайт нужно обязательно следить за региональной привязкой к самому сайту и к гео-зависимостью ключевых запросов. Запросы делятся на:

- **Гео-зависимые запросы**

*Те, при которых сайты ранжируются в разных регионах по-разному.*

- **Гео-независимые запросы**

*В любом регионе ранжирование сайтов происходит одинаково.*

Проверить на зависимость можно через [поиск в разных регионах](#)

Пример гео-независимого запроса – [SEO](#):

### Сравнение результатов поиска в разных регионах

seo Сравнить

Например: президент

Загрузить результаты поиска по всем ключевым регионам

Москва	Екатеринбург
1. <a href="http://promo.ingate.ru/seo/">SEO оптимизация сайта. Обучение seo.</a> http://promo.ingate.ru/seo/	1. <a href="http://promo.ingate.ru/seo/">SEO оптимизация сайта. Обучение seo.</a> http://promo.ingate.ru/seo/
2. <a href="http://www.SeoCafe.info/">Seo ? - ??? ... ??? ?? ? ? ?</a> http://www.SeoCafe.info/	2. <a href="http://www.SeoCafe.info/">Seo ? - ??? ... ??? ?? ? ? ?</a> http://www.SeoCafe.info/
3. <a href="http://www.SEO-Study.ru/">Курсы поисковой оптимизации, seo курсы, комплексный интернет-маркетинг...</a> http://www.SEO-Study.ru/	3. <a href="http://www.SEO-Study.ru/">Курсы поисковой оптимизации, seo курсы, комплексный интернет-маркетинг...</a> http://www.SEO-Study.ru/
4. <a href="http://SEO.ru/">SEO.RU поисковое продвижение, seo оптимизация, раскрутка сайта</a> http://SEO.ru/	4. <a href="http://SEO.ru/">SEO.RU поисковое продвижение, seo оптимизация, раскрутка сайта</a> http://SEO.ru/
5. <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B9%...">Копирайтинг — Википедия</a> http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B9%...	5. <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B9%...">Копирайтинг — Википедия</a> http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B9%...
6. <a href="http://www.searchengines.ru/seoblog/">SEO Блог - блог о поисковых системах</a> http://www.searchengines.ru/seoblog/	6. <a href="http://www.searchengines.ru/seoblog/">SEO Блог - блог о поисковых системах</a> http://www.searchengines.ru/seoblog/
7. <a href="http://MaulNet.ru/">Блог MaulNet.ru – для тех, кто умеет зарабатывать в Интернете   Про SEO...</a> http://MaulNet.ru/	7. <a href="http://MaulNet.ru/">Блог MaulNet.ru – для тех, кто умеет зарабатывать в Интернете   Про SEO...</a> http://MaulNet.ru/
8. <a href="http://www.pr-cy.ru/">Инструменты для веб-мастера, анализ сайта</a> http://www.pr-cy.ru/	8. <a href="http://www.pr-cy.ru/">Инструменты для веб-мастера, анализ сайта</a> http://www.pr-cy.ru/
9. <a href="http://seomoney.org.ua/">SEO &amp; Money - SEO и как на нём заработать.</a> http://seomoney.org.ua/	9. <a href="http://seomoney.org.ua/">SEO &amp; Money - SEO и как на нём заработать.</a> http://seomoney.org.ua/
10. <a href="http://www.seomoz.org/">SEO - Search Engine Optimization   Read SEOmoz, Rank Better</a> http://www.seomoz.org/	10. <a href="http://www.seomoz.org/">SEO - Search Engine Optimization   Read SEOmoz, Rank Better</a> http://www.seomoz.org/

### Выдача одинаковая – запрос гео-НЕзависим

Пример гео-зависимого запроса – [продвижение сайтов](#)

### Сравнение результатов поиска в разных регионах

продвижение сайтов Сравнить

Например: президент

Загрузить результаты поиска по всем ключевым регионам

Москва	Екатеринбург
1. <a href="http://www.bdbd.ru/">Продвижение сайта с оплатой по факту, продвижение сайта в ТОП за 20 дней...</a> http://www.bdbd.ru/	1. <a href="http://www.promo-centr.ru/service/optimization/">Продвижение и оптимизация web-сайтов в Екатеринбурге от 6500 руб. - Центр...</a> http://www.promo-centr.ru/service/optimization/
2. <a href="http://www.seo-dream.ru/">Продвижение сайта, поисковая оптимизация сайтов - SEO Dream.</a> http://www.seo-dream.ru/	2. <a href="http://www.index-art.ru/?id=175">Продвижение сайтов, Екатеринбург. ТОП10, продвижение, оптимизация сайта...</a> http://www.index-art.ru/?id=175
3. <a href="http://www.advans.ru/">Продвижение сайта, оптимизация сайта, раскрутка сайта в интернете - поисковое...</a> http://www.advans.ru/	3. <a href="http://webzenit.ru/">Разработка и создание сайтов Екатеринбург, дизайн и продвижение сайтов...</a> http://webzenit.ru/
4. <a href="http://www.itprojects.ru/">IT Projects - продвижение сайта, раскрутка сайта и поисковая оптимизация...</a> http://www.itprojects.ru/	4. <a href="http://www.artena.ru/promotion/">Продвижение сайта Екатеринбург, поисковое продвижение сайтов, продвижение...</a> http://www.artena.ru/promotion/
5. <a href="http://www.vipseo.ru/">VIPSEO - продвижение сайтов в ТОП 10 поисковых систем за 1 месяц с гарантиями...</a> http://www.vipseo.ru/	5. <a href="http://www.yartex.ru/">Создание сайтов Екатеринбург, разработка сайтов Екатеринбург, продвижение...</a> http://www.yartex.ru/
6. <a href="http://www.optimism.ru/">Продвижение сайта, оптимизация сайта в поисковых системах. Продвинуть сайт...</a> http://www.optimism.ru/	6. <a href="http://www.bdbd.ru/">Продвижение сайта с оплатой по факту, продвижение сайта в ТОП за 20 дней...</a> http://www.bdbd.ru/
7. <a href="http://www.vipro.ru/">VIPRO - продвижение сайта. Поисковое продвижение сайтов в Яндекс, Рамблер...</a> http://www.vipro.ru/	7. <a href="http://www.menocom.ru/activity/promote">Продвижение сайтов Екатеринбург, поисковая оптимизация, раскрутка сайта...</a> http://www.menocom.ru/activity/promote
8. <a href="http://www.i-ma.ru/">I-MA - Продвижение сайтов с гарантиями! Оплата за результат!</a> http://www.i-ma.ru/	8. <a href="http://www.uralstudio.com/">Создание сайтов Екатеринбург, продвижение, раскрутка сайтов, интернет реклама...</a> http://www.uralstudio.com/
9. <a href="http://www.demis.ru/">ПРОДВИЖЕНИЕ сайтов С ОПЛАТОЙ ПО ФАКТУ от Demis Group, а также создание сай...</a> http://www.demis.ru/	9. <a href="http://www.pro24.ru/promoution">Продвижение сайта Екатеринбург</a> http://www.pro24.ru/promoution
10. <a href="http://www.biplane-promo.ru/">Биллан-Промо - поисковое продвижение сайтов с гарантиями, поисковая...</a> http://www.biplane-promo.ru/	10. <a href="http://www.saifrix.ru/">Создание сайтов Екатеринбург + разработка сайтов Екатеринбург + продвижение...</a> http://www.saifrix.ru/

### Выдача разная – запрос гео-зависим

Если вы продвигаете сайт по гео-зависимым запросам, то присвоение региональной зависимости сайту – крайне **обязательно!** В остальных случаях – не обязательно.

Подробнее про гео-зависимость запросов и региональной принадлежности сайта читайте в других статьях.

## И напоследок – вырезка из правил Яндекса, который высоко не ранжирует сайты:

Мы стараемся не индексировать или не ранжировать высоко:

- сайты, копирующие или переписывающие информацию с других ресурсов и не создающие оригинального контента,
- страницы и сайты, единственной целью которых является перенаправление пользователя на другой ресурс, автоматически («редирект») или добровольно,
- автоматически сгенерированный (бессмысленный) текст,
- сайты с каталогами (статей, программ, предприятий и т.п.), если они являются только агрегаторами контента, не создают тексты и описания самостоятельно и не предоставляют никакого уникального сервиса,
- страницы с невидимым или слабовидимым текстом или ссылками,
- сайты, отдающие разный контент пользователям и роботам поисковых систем («клоакинг»),
- сайты, предоставляющие товары или информацию по партнерским программам, но не представляющие никакой ценности для пользователя,
- сайты, использующие обманные техники (например, вредоносный код, скрипты, настройки серверов), перенаправляющие пользователей на сторонние ресурсы или меняющие окно результатов поиска на страницы других ресурсов при переходе из поисковых систем,
- сайты, основным предназначением которых является агрессивная демонстрация рекламных материалов (в том числе рорир, popunder, clickunder),
- сайты, содержащие списки поисковых запросов (многократное повторение и перечисление ключевых слов), предназначенные исключительно для обмана поисковой системы и манипулирования результатами ее работы, в том числе использование элементов страниц, скрывающих ключевые слова, например, посредством скроллинга или других технических приемов,
- группы сайтов одного владельца/компании, предоставляющие пользователю одни и те же товары или услуги, созданные с целью заполнения нескольких позиций в результатах поиска и сбора трафика,
- немодерируемые форумы, доски объявлений, содержащие большое количество ссылочного спама,
- сайты, ставящие внешние ссылки исключительно для обмана поисковых систем и «накачивания» релевантности и не являющиеся рекомендацией автора посетить ресурс,
- сайты или группы сайтов, интенсивно ссылающиеся друг на друга («линкфармы»),
- страницы сайта с результатами поиска.

## Полезные советы клиентам по SEO

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Сегодня я хочу дать несколько полезных советов клиентам, которые планируют продвижение своих сайтов у специалистов.



## Полезные советы клиентам по SEO

Shakin.ru

Цель сегодняшней статьи - помочь желающим заказать SEO услуги сориентироваться в некоторых моментах, предварительная договоренность по которым поможет избежать конфликтных ситуаций и сделать сотрудничество с оптимизаторами взаимовыгодным.

### Сколько стоит раскрутить мой сайт?

Самый частый вопрос, который задают потенциальные клиенты на продвижение сайтов. Правильнее задать вопрос по-другому: «Сколько будет стоить продвижение по этим запросам?» и указать 3-7 основных поисковых запросов, по которым вы хотите продвигать сайт. Предварительно подбираете нужные вам поисковые запросы с помощью сервисов (мне больше нравится первый):

<http://wordstat.yandex.ru/>

<https://adwords.google.ru/select/KeywordToolExternal>

<https://ad.rambler.ru/swrds>

Разновидность первого вопроса - «Сколько стоит увеличить суточную посещаемость моего сайта до 500, 1000 и т.д. посетителей». Для любого сайта нужны целевые посетители, интересы которых совпадают с тематикой вашего сайта. Именно среди целевых посетителей и находятся ваши потенциальные заказчики и клиенты.

Если просто заказывать увеличение посещаемости, то есть риск, что на ваш сайт приведут нецелевых посетителей, которые зарабатывают тем, что посещают тысячи сайтов, просто переходя от одного к другому. Пользы от таких посетителей не будет никакой - они даже не задержатся на вашем сайте.

Поэтому самый оптимальный вариант - выбрать нужные вам поисковые запросы и ориентироваться на них, а не на посещаемость. Посещаемость придет со временем.

### Если запрос не попадает в топ

Обязательно заранее нужно оговорить ситуацию, когда какой-либо поисковый запрос не попадает в топ в оговоренный срок. В продвижении сайтов нельзя давать 100% гарантии, что сайт попадет в топ по всем нужным запросам в установленные сроки.

Но можно и нужно построить схему сотрудничества так, чтобы оптимизатор был максимально заинтересован в том, чтобы вывести ваш сайт на верхние позиции. Поэтому желательно заранее оговорить не только схему оплаты при достижении позиций, но бонусы при досрочном выводе в топ.

Можно действовать по разным схемам. Одна из наиболее распространенных - стоимость продвижения запроса оплачивается пропорционально за то время, которое запрос находится в топе.

Другая схема - если запрос находится в топе 75% или более дней в месяц, то его продвижение оплачивается в полном объеме за этот месяц. Если менее 75% - то запрос не оплачивается.

По всем схемам есть общий момент - для вывода более-менее конкурентных запросов в топ поисковиков требуется минимум 2-3 месяца, если сайт нулевой - то 4-6 и более месяцев.

Оплата за время нахождения запросов в топе начинается после первоначального этапа. Говоря простыми словами, сначала нужно несколько месяцев, чтобы сайт попал в топ, а уже затем можно считать, сколько дней в месяц он находится на нужных позициях.

В отдельных случаях, когда сайт молодой, продвижение по очень конкурентным запросам не имеет смысла. Гораздо эффективнее выбрать более узкие запросы и по ним продвигаться, и уже в дальнейшем, по мере накопления ссылочной массы и траста (степени уважения к сайту у поисковиков), можно двигаться дальше.

Естественно, оптимизатор должен быть напрямую заинтересован, чтобы большинство запросов были на верхних позициях.

### **Если сайт попадает в бан или под фильтр**

У любого сайта, даже если он вообще не продвигается, нет 100% гарантии, что он не попадет в бан или под фильтр. Это может быть случайность или временный глюк поисковика. Также к этому могут привести действия по продвижению, либо другие факторы (в прошлом на сайте размещался копированный контент, заказывались услуги спамеров и т.д.). Та же временная недоступность хостинга во время посещения сайта поисковым роботом может привести к негативным последствиям.

Следует учесть, что далеко не всегда в таких случаях виноват оптимизатор. Важно сохранять спокойствие и вместе решать этот вопрос (переписываться с техподдержкой поисковиков и т.д.). Например, бывает, у сайта позиции резко понижаются на десятки и сотни пунктов. Во многих случаях это временное явление. Очень часто в таких случаях через 1-2 недели позиции восстанавливаются на прежний уровень.

Конечно, и неумелые действия по продвижению могут привести к тому, что сайт попадет в бан или под фильтры. В этом случае нужно заранее оговорить пути решения проблемы.

По этой причине не нужно ничего скрывать и с самого начала подробно изложить оптимизатору все действия, которые проводились с сайтом в прошлом - это даст необходимую информацию специалисту и позволит ему учесть все моменты.

### **Ничто не вечно под луной**

Искренне советую заранее обсудить ситуацию о том моменте, когда сотрудничество закончится. Если заранее не договориться о взаимовыгодном решении этого вопроса, то не будет ничего хорошего - обе стороны будут неудовлетворены. Заказчики будут думать о том, какие жадные и неблагодарные оптимизаторы, а оптимизаторы будут думать в точности то же самое о бывших клиентах.

Между тем, обо всем можно договориться, и в случае прекращения сотрудничества не только расстаться без конфликта, но и остаться в добрых отношениях.

В первую очередь не нужно думать, что сотрудничество будет вечным. Мало ли что. Быть может, бюджет на продвижение придется урезать из-за экономических соображений, и он не будет удовлетворять уровню конкуренции и пожеланиям оптимизаторов. Либо заказчик не будет получать желаемой отдачи в виде клиентов и телефонных звонков несмотря на хорошие позиции сайта в поисковиках. Подобных ситуаций и их разновидностей много.

Не секрет, что во многих случаях для продвижения сайтов покупаются ссылки. В большинстве своем это ссылки на ссылочных биржах с оплатой за время размещения. В случае прекращения сотрудничества с оптимизаторами оплата прекращается, ссылки разом снимаются, и очень быстро позиции сайта рушатся, как карточный домик.

Я предлагаю следующее решение. Например, на самой популярной бирже ссылок [sape](#) поддерживается экспорт любого сайта на другой аккаунт вместе со всеми купленными ссылками. В других случаях можно заранее обсудить с оптимизатором, чтобы для вашего сайта был создан отдельный аккаунт.

Можно заранее договориться с оптимизатором, что в случае прекращения сотрудничества ваш сайт будет перенесен на ваш аккаунт на этой ссылочной бирже. Конечно, это не значит, что вы с таким же успехом сможете покупать ссылки и они будут также эффективны, как купленные специалистом. Часть ссылок со временем отваливается, и приходится докупать новые.

Естественно, за перенос сайта на ваш аккаунт нужно будет доплатить, так как составление текстов ссылок, подбор сайтов для размещения - все это стоит денег. Продвигая ваш сайт, оптимизатор вовсе не обязан переносить его на ваш аккаунт просто так.

Перенос сайта позволит избежать резкого падения позиций и даст вам время подыскать других специалистов для продвижения вашего сайта.

Советую не думать, что составление ссылок и их размещение на сайтах очень простое занятие. Оно требует не только времени, но и знаний, опыта и изучения. Если просто так покупать ссылки на сайтах, которые вам нравятся, то легко потратить весь бюджет на продвижение на те ссылки, которые не будут работать. Если вы в прошлом уже решили доверить это дело специалистам - сделайте это снова.

### **Доступ к сайту не нужен**

Давать доступ к сайту при его продвижении совсем не обязательно. Для внутренней оптимизации в большинстве случаев достаточно сделать небольшие корректировки текста и метатегов.

Я описываю, что и как нужно изменить на сайте для большего эффекта, и высылаю это клиентам. Все корректировки заказчики с успехом делают самостоятельно.

### **Желателен доступ к статистике**

Для детального изучения ситуации с вашим сайтом оптимизатору желателен временный гостевой доступ к статистике. Естественно, вам с самого начала желательно установить на свой сайт счетчики статистики. Рекомендую связку [Google Analytics](#) и [Liveinternet](#).

Если совсем не хочется давать даже гостевой доступ, то можно предоставить файл с отчетом статистики за последнее время.

### **Нужно доверять оптимизатору**

Для плодотворного сотрудничества нужно доверять SEO специалисту. Если вы заранее сомневаетесь в профессионализме и у вас нет уверенности, что ваш сайт действительно попадет в топ, то лучше потратить время и найти такого специалиста, которому вы будете доверять.

### **Оптимизатор не должен наполнять сайт**

Часто встречающееся заблуждение. Каждый должен заниматься своим делом. Оптимизатор должен заниматься продвижением сайта, но никак не его наполнением.

Я считаю, что лучший вариант - когда оптимизатор занимается своим делом, а владелец либо самостоятельно наполняет и развивает сайт, либо, если нет такой возможности, заказывает услуги наполнения сайта специалистам. Если нужны какие-либо усовершенствования функционала - делает сам или обращается к программистам. Если нужна доработка дизайна - сам или обращается к веб-дизайнеру.

Я сразу оговариваю с клиентами, что для продвижения их сайта потребуется 3-4 или больше статей в месяц и 1-2 пресс-релиза. Естественно, это должны быть нормальные уникальные тексты объемом в 1800-3000 знаков. В итоге клиент решает этот вопрос и предоставляет необходимое число материалов.

Также даю рекомендации по количеству и частоте новых материалов на сайте клиента, которые нужны для успешного продвижения в поисковиках. Без регулярного обновления сайта и его развития эффект от поискового продвижения будет меньше.

### **Позиции еще не означают приток клиентов**

Довольно частая ситуация - сайт на первых позициях по нужным поисковым запросам в поисковиках, посещаемость выросла, а ощутимого притока клиентов и увеличения числа заказов нет.

Причина может быть в неправильно подобранных поисковых запросах. Но чаще всего она заключается в том, что, попав на сайт, посетители не становятся заказчиками и ничего не покупают (или не просматривают другие страницы, не подписываются на RSS ленту и т.д.).

Им может просто не понравиться сайт. Им может не понравиться уровень цен. Им может не понравиться то, что на сайте они не нашли всю интересующую их информацию. Даже банальные причины вроде отсутствия качественных изображений товаров или то, что нет онлайн-консультанта, которому можно задать вопрос в реальном времени, могут привести к тому, что посетитель уйдет.

Конвертация посетителей в покупателей - на самом деле очень важный вопрос.

Если сравнить с реальной жизнью, то сайт - это как магазин. Задача оптимизатора - привести в этот магазин как можно больше заинтересованных посетителей. Задача владельца магазина - сделать так, чтобы попав в магазин, посетители захотели что-нибудь купить.

Владельцам интернет магазинов будет полезна моя статья [Особенности продвижения интернет магазинов](#).

### **В работе нужно иметь дело с одним человеком**

Желательно, чтобы продвижением вашего сайта занимался один специалист, который был бы в курсе всех изменений. Также желательно, чтобы оптимизатор имел дело только с одним человеком со стороны клиента. Это позволит избежать ненужного непонимания и оперативно решать все возникающие вопросы.

### **Оплата за результат не подходит**

Процесс продвижения подразумевает вложения денег и времени. Внутренняя оптимизация сайта, подбор поисковых запросов, анализ конкурентов, изучение тематики в целом, поиск эффективных методов продвижения, которые мало кто использует и которые эффективно работают именно в этой тематике,

вложения денег в покупку ссылок, подбор сайтов для размещения ссылок и статей - это далеко не полный перечень мероприятий, которые предстоит сделать оптимизатору для продвижения сайта.

Вложения времени и денег могут быть немалыми, и оптимизатору нет смысла идти на такие затраты без предоплаты.

### **Раскрутите мой сайт, а я с вами потом поделюсь**

Еще один часто встречающийся вариант, который предлагают оптимизаторам. Клиент не хочет ничем рисковать и ничего вкладывать в продвижение сайтов, и обещает, что когда сайт начнет получать прибыль, то он будет делиться ею с оптимизатором.

Даже если не рассматривать вариант, что по достижению успеха клиент может занижать реальный уровень дохода с сайта, просто «пропасть» или перестать отвечать на письма и звонки оптимизатора (люди бывают разные), то этот вариант SEO специалистам предлагать не стоит по одной простой причине.

Если оптимизатор может продвинуть сайт до уровня получения с него прибыли своими знаниями и деньгами, то зачем ему вообще нужен ваш сайт и туманная перспектива получать долю от прибыли в будущем? Он может с таким же успехом продвинуть свой собственный сайт и получать всю прибыль с него себе. Зачем кусочек, когда можно иметь весь пирог 🍰?

Естественно, я считаю, что каждый оптимизатор должен иметь свои собственные интернет проекты, но это уже тема отдельного разговора.

### **Дополнительное стоит дополнительно**

Не стоит думать, что после начала работы можно без проблем добавить еще несколько поисковых запросов для продвижения вашего сайта.

Каждый запрос имеет свою стоимость, и если вам нужно добавить другие запросы, то для этого нужно будет пропорционально увеличить бюджет.

### **Заранее планируйте**

Приведу пример оптимальной схемы сотрудничества клиента и оптимизатора. Клиенту нужно увеличить продажи в его интернет магазине на Новый год. Он обращается за советом к оптимизатору, как это лучше сделать. В итоге за несколько месяцев до Нового года клиент создает раздел (или лучше поддомен) с новогодними товарами, а оптимизатор его продвигает.

В результате позиции в топе и продажи на желаемом уровне. А все почему? Потому что все заранее спланировано и согласовано. Авралы вида «нам срочно нужно в топ, срок 2 недели максимум», «начальник меня убьет, помогите», «если сайта не будет в топе - меня уволят» ни к чему хорошему не приводят. В продвижении сайтов свои законы и временные рамки, нарушать которые нельзя.

К примеру, в сентябре я начал продвигать несколько запросов туристической тематики «туры на Новый год», многие уже сейчас в топе благодаря тому, что все было заранее спланировано и было достаточно времени на оптимизацию и продвижение.

В целом я считаю, что при любых обстоятельствах нужно уметь договариваться по-человечески. При заказе продвижения сайтов нет таких вопросов, по которым нельзя было бы договориться и прийти к взаимовыгодному решению. Как говорил кот Леопольд, «Давайте жить дружно»!

## Правильная работа с партнерскими программами

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)



Очень часто, многие жалуются на плохой конверт по той или иной партнерской программе. Причем не смотрят на причины, но делают многозначительные выводы. Тонкостей в работе много - давайте рассмотрим лишь одну из них. Палю тему 😊

Да, громкое заявление "палю тему", хотя это давно не тема, но используется не многими. Но я спалю чуть больше информации, возможно и выйдет боком потом, но надеюсь нет 😊

### Как вы относитесь к партнерским ссылкам?

Задайте себе этот вопрос. Во многих ситуациях ответ будет прост - отрицательно. Мало кто любит сообщения в которых в конце стоит ссылка **www.сайт.ру/?id=номер партнера**.

Частично поэтому, многие партнерские программы делают правильный шаг и делают авторизацию по реферу, т.е. по переходу с сайта можно четко определить партнера. Но ведь не всегда ссылку можно подтвердить, не всегда ресурс свой.

### Что делать в этом случае?

- Использовать сокращалки урлов - как для твиттера.
- Использовать прямую ссылку с указанием партнера.
- Использовать редирект.

Давайте коснемся именно последнего пункта, т.к. он оказывается наиболее эффективным, даже с психологической точки зрения.

Возьмем уже ранее упоминавшуюся [партнерку визора](#) и рассмотрим этот метод на ее примере.

Нам выдается партнерская ссылка вида: <http://webvisor.ru?pnr=2909924738371826560>

Да, мы уже можем ее использовать, но каков будет конверт от нее в чистом виде? - не велик, менталитет в рунете у многих таков, что люди скопируют только адрес, убрав все что стоит после вопросительного знака. Тогда мы не заработаем. Поступаем иначе.

## Привлечённые клиенты: 249

Логин	Дата регистрации	Дата последнего прихода	Сумма за весь период, руб. ↓	Тарифный план	Реферер
	22-11-2009	25-05-2010	2277.03	Платный	yandex.ru/yandsearch?text=web+visor&clid=41140&lr=1&stpar2=%2Fh1%2Ftm14%2F54&stpar4=%2F54&stpar1=%2Fu1&stpar3=%2Fk2%2Ftc9%2Fnc1
	04-12-2009	26-05-2010	1389.01	Платный	
	29-09-2009	09-05-2010	1307.07	Бесплатный	seom.info/2009/02/04/webvisor/
	07-04-2010	23-05-2010	1144.50	Платный	www.google.com/search?hl=en&q=%D0%B2%D0%B5%D0%B1+%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D1%80&aq=f&aqi=f&aql=f&aqo=f&gs_rfai=f
	30-11-2009	17-03-2010	999.84	Бесплатный	webvisor.ru/?pnr=2909924738371826560
	19-11-2009	25-05-2010	895.09	Платный	yandex.ru/yandsearch?text=%D0%B2%D0%B5%D0%B1+%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D1%80&lr=213&stpar2=%2Fh1%2Ftm13%2F53&stpar4=%2F53&stpar1=%2Fu1&stpar3=%2Fk5%2Ftc9%2Fnc1
	23-11-2009	24-05-2010	890.29	Бесплатный	webvisor.ru/?pnr=2909924738371826560
	14-10-2009	25-05-2010	856.91	Платный	yandex.ru/yandsearch?text=web+visor&clid=40316&lr=1&stpar2=%2Fh1%2Ftm246%2F51&stpar4=%2F51&stpar1=%2Fu0
	02-12-2009	25-05-2010	856.91	Платный	
	03-03-2010	02-04-2010	423.43	Бесплатный	yandex.ru/yandsearch?text=%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%B8%D0%B8%D0%B7-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8-%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B0&lr=2&stpar2=%2Fh1%2Ftm9%2F52&stpar4=%2F52&stpar1=%2Fu0

Регистрируем **схожий домен** - вида <http://www.web-visor.ru/> для получения тайп-трафика (ошибка набора), а также для маскировки партнерской ссылки редиректом.

Не для всех партнерок такое подойдет, лучше всего работает для 2х слов, как тут ВЕБ ВИЗОР, допустим для ROOKEE я зарегистрировал <http://www.roo-kee.ru/> но пока что нет даже регистраций, связано это как раз с тем, что звучит всего одно слово.

Зарегистрировали - дальше нужно настроить редирект. Я использую редирект такого вида (содержание файла index.php в корне сайта):

```
<?php
$loc="http://webvisor.ru?pnr=2909924738371826560". $_REQUEST['site'];
$$s = array(
'HTTP_ACCEPT_CHARSET',
'HTTP_ACCEPT_ENCODING',
'HTTP_REFERER',
'HTTP_USER_AGENT',
'REMOTE_HOST',
'REMOTE_ADDR',
'HTTP_CLIENT_IP',
'HTTP_X_FORWARDED_FOR',
'HTTP_X_FORWARDED',
'HTTP_FORWARDED_FOR',
'HTTP_FORWARDED'
);
$str = $loc."|".date("m.d.y")."|";
foreach($$$ as $k){
    $str .= $_SERVER[$k]."|";
}
$str .= "\n";
$fp = fopen("statistika.txt", "a");
fputs($fp, $str);
fclose($fp);
header("Location: $loc");
?>
```

Пользователь при переходе на мой **схожий домен** - оставляет о себе кое-какие данные, для дальнейшего анализа.

```
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|http://www.cy-pr.com/
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|iso-8859-1, utf-8, utf-16, *;q=0.1|deflate, gzip, x-gzip, identity,
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|||Mozilla/5.0 (Windows; U; Windows NT 6.1; en-US; rv:1.9.2.3) Gecko
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|||http://www.google.ru/search?ie=UTF-8&hl=ru&icq=web-visor&redir_eas=
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.3|gzip,deflate,sdch|Mozilla/5.0 (Wi
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|Mozilla/5.0 (Windows
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|Mozilla/5.0 (Windows
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|Mozilla/5.0 (Windows
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|Mozilla/5.0 (X11; U;
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|windows-1251,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|Mozilla/5.0 (Windows
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|ISO-8859-1,utf-8;q=0.7,*;q=0.3|gzip,deflate,sdch|Mozilla/5.0 (Wi
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|ISO-8859-1,utf-8;q=0.7,*;q=0.7|gzip,deflate|Mozilla/5.0 (Macintosh
webvisor.ru?pnz=2909924738371826560|05.26.10|iso-8859-1, utf-8, utf-16, *;q=0.1|deflate, gzip, x-gzip, identity,
```

И переходит на интересующий его сайт 😊

### Чего мы достигаем таким методом?

- Больше доверие к ссылке (она ведь не реферальная 😊).
- Возможность оставить эту ссылку даже там, где обычную реферальную снесли бы.

Надеюсь Димок не снесет ссылку на визор в своем посте 😊, но [вот пример такого использования](#).

	14-01-2010		0.00	Бесплатный	blog.dimok.ru/integriruem-google-analytics-v-blog-na-wordpress
	23-09-2009	16-01-2010	289.05	Бесплатный	blog.dimok.ru/integriruem-google-analytics-v-blog-na-wordpress
	12-03-2010		0.00	Бесплатный	blog.dimok.ru/integriruem-google-analytics-v-blog-na-wordpress
	09-10-2009		0.00	Бесплатный	blog.dimok.ru/integriruem-google-analytics-v-blog-na-wordpress

Пользователи не видят реф ссылки, при этом идентичное название сервиса и домена дает нам улучшение конверта.

Идем дальше 😊 **Продвигать реф ссылки в поисковой системе сложно**, но можно - вышеописанный метод отлично подходит для этого. К сожалению Яндекс уже склеил мой редирект с основным сайтом, но в гугле еще можно найти.

**web visor**

Результатов: примерно 3 990 000 (0,08 сек.)

[WebVisor - запись и анализ действий посетителей сайта, аудит ...](#) ☆  
Система записи и просмотра действий посетителей сайта в формате видео, юзабилити аудит, анализ качества сайтов, оценка эффективности рекламы и SEO.  
[webvisor.ru/](#) - Сохраненная копия

Стоимость  
Форум  
Блог

[Дополнительные результаты с webvisor.ru »](#)

**веб визор**

Результатов: примерно 6 130 000 (0,13 сек.)

[Web-Visor](#) ☆ - 16:35  
[www.web-visor.ru/](#) - Похожие

[IT-студия "WebVizor" - создание сайтов, разработка баз данных ...](#) ☆  
По тому как сделан веб-сайт компании или персоны можно сделать выводы о цепочке

С Яндекса было достаточно много переходов, с Гугла тоже есть. В принципе и в том и в другом поисковиках, до склейки, мой редирект до определенной поры был выше оригинала по многим запросам. А значит - мы опять извлекаем прибыль 😊

Достаточно? Нет, давайте еще один момент рассмотрим. Борется ли **контекстная реклама** за чистоту рядов объявлений? Конечно.

Но нам это не мешает разместить рефссылку 😊 через указанный выше способ!

Статистика: **Статистика по дням** [Общая статистика](#) [Фразы по дням](#) [По регионам](#)

с  по  группировать

площадки:  всего  поиск  контекст

Всего по кампании	Ср. расход за день	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего	Ср. цена клика
с 01.01.09 по 26.05.10	0.06	137886	158	0.11	15.31	0.10

№ M-6867713

[Анализ действий посетителей сайта](#)

Повышение качества сайта. Оценка эффективности рекламных кампаний.  
Действуй  
webvisor.ru

Благодаря такому редиректу - в Яндекс.Директе светится ОСНОВНОЙ адрес, но на самом деле там введен мой с дефисом 😊

Это лишь малая часть того, что лежит на поверхности, но многими не используется. А зря.

Если хотите **зарабатывать на партнерских программах больше** - ищите варианты, способов увеличить свою прибыль очень много, нужно лишь чуть-чуть подумать, расшевелить то что есть в голове. **Я показал лишь вершину айсберга** 😊

## Что делать, когда резко снижаются позиции сайта

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

На SEO форумах в этом году очень часто появлялись сообщения о резком снижении позиций в поисковиках и, соответственно, переходов посетителей с поисковых систем. Вопросы обычно были в духе: **что делать, если:**

- повылетало все нафиг (все повылетало из индекса нафик)
- вылетели позиции сайта из индекса
- слетели позиции
- уменьшился траф
- сайт упал в позициях
- периодически падает посещаемость
- все позиции по нулям
- сайт пропал из гугла (яндекса)
- траф не идет
- нет переходов с google (яндекса)
- по всем запросам вниз (слетели все позиции)
- все СЧ (ВЧ) и НЧ полностью выпали
- с гугля вообще нет трафа (переходов)
- вообще никто теперь на сайт не заходит

- старый сайт в песок попал
- вылет в топ 100, причем в конец
- резко снизилась посещаемость сайта

Если вы заметили, что переходы с поисковых систем уменьшились, а позиции снизились на несколько страниц поисковой выдачи, тогда, скорее всего, поисковики наложили фильтр на ваш сайт или на некоторые страницы.

## Варианты причин падения трафика

### 1. Вы используете дублированный контент, скопированный с других ресурсов.

При наличии копипаста страницы появляются не в основной выдаче, а в дополнительных результатах (supplemental results), куда обычно из пользователей никто не заглядывает.

Для решения этой проблемы необходимо использовать уникальный контент на своем сайте, либо хороший рерайт с ссылкой на авторский текст.

### 2. Кто-то другой использует контент с вашего сайта.

Если кто-либо будет использовать контент с вашего сайта и при этом его сайт будет авторитетней и без ссылки на ваш ресурс, тогда возникает проблема с дублированным контентом, как и в первом пункте.

Для решения проблемы необходимо связываться с воришкой и просить либо удалить контент, размещенный без вашего разрешения, либо оставить, но добавить ссылку на оригинал.

### 3. Вы занимаетесь продажей ссылок со страниц вашего сайта.

Поисковые системы постоянно борются с фактом продажи ссылок и, либо при автоматическом определении, либо при стуке со стороны на ваш сайт, поисковики могут понизить вес вашей страницы либо её авторитетность.

Также, возможно, что при продаже ссылок, вы ссылаетесь на страницы, контент которых сильно различается от вашего (по тематике и ключам). Чтобы решить эту проблему, необходимо прекратить продажу ссылок с сайта, либо хорошо модерировать этот процесс, чтобы не ссылаться плохие ресурсы.

### 4. Вы ссылаетесь на плохие или черные сайты.

Под “черными” здесь понимаются сайты с плохой репутацией, которые являются спамом, линкопомойками, дорвеями и другие ресурсы, не соответствующие правилам размещения сайтов в поисковых системах.

Проверьте, нет ли ссылок на вашем сайте на разного рода некачественные саттелиты, дорвеи, сайты запрещенных тематик типа адалт, азартных игр, медикаменты (выдаваемые только по рецепту). Если такие ссылки имеются, тогда их следует убрать со страниц.

Также, возможно, ваш сайт содержит [спам](#), либо его взломали хакеры и вставили невидимые ссылки. Для определения невидимых ссылок прочтите [статью об уведомлениях взлома вашего сайта](#). Если у вас установлены сервисы статистики WebStat или WebAlizer, тогда вам также следует ознакомиться с тем, [что такое спам по логам](#).

[Исходящие ссылки](#) должны быть качественными и релевантными, тогда и пользователи и поисковики будут довольны, прогуливаясь по сайту и дадут вам больше доверия.

### 5. Вы используете большое количество рекламных блоков.

Переусердствование в наличии рекламы на сайте, а тем более всплывающих окон, рорип баннеров и различных партнеров плохо влияет на траст вашего ресурса.

Необходимо использовать рекламу так, чтобы она не надоедала прежде всего пользователю, при этом рекламные ссылки закрывать от передачи веса с помощью атрибута ссылки **rel="nofollow"** для Google или тега **<noindex>** для Яндекс.

Ознакомьтесь подробнее, [как можно увеличить доверие к своему сайту](#).

#### **6. Сайт долго находился в дауне (лежал)**

Часто, после долгих перебоев хостинга, где расположен сайт, его позиции дестабилизируются. Обычно, нескольких часовая даун не влияет существенно на позиции, однако, при недоступности сайта от суток и более, его позиции по ВЧ и СЧ запросам могут существенно ухудшиться.

Желательно поддерживать хостинг в полной суточной работоспособности, иначе это может плохо сказаться на индексации страниц и ранжирование в поисковых системах. Иногда проблема может быть не в хостинге, а в конкурентах, которые принимают некоторые меры, вроде ДДОСа, для ухудшения авторитетности сайта в глазах пользователя и поисковых систем.

#### **7. Наличие на сайте битых ссылок и файлов.**

Ссылки на ресурсы, прекратившие своё существование, плохо сказываются на авторитетности и рейтинге страницы. Причина битой ссылки может быть в том, что вы ошиблись при копировании ссылки, либо ресурс, на который вы ссылались, больше не функционирует.

Для решения подобной проблемы следует ссылаться только на трастовые ресурсы, либо ставить атрибуты ссылок **rel="nofollow"**, или же периодически проверять работоспособность исходящих ссылок на вашем сайте.

Наличие недоступных изображений, скриптов и файлов на сайте, отдающих 404-ую ошибку при обращении к ним, также не добавит авторитета к вашему сайту, а наоборот, может повлиять на его позиции в серпе. Необходимо поддерживать в постоянной работоспособности и доступности все файлы на сайте, которые вы используете в контенте, либо ссылки на ресурсы.

#### **8. Ещё раз дублированный контент**

Проверьте, есть ли у вас на сайте страницы с разными URL, но с одинаковым контентом. Это могут быть страницы основной статьи и версии для печати, страницы, сформированные из-за неправильной работы движка и др. Их можно попробовать найти, просмотрев в поисковике дополнительные результаты поиска (supplemental results), проанализировав, какие страницы вашего сайта там находятся.

Решить эту проблему не сложно, достаточно лишь выявить, какие страницы дублируются. Необходимо закрывать от индексации страницы, представляющие версию для печати с помощью файла robots.txt. А также нужно наладить хорошую работу движка, чтобы он не влиял на появление новых страниц в индексе.

#### **9. На одной странице размещено слишком много ссылок**

При большом количестве ссылок на одной странице поисковики могут принять её за линкопомойку. Рекомендуются размещать не более 100 ссылок на странице.

#### **10. Использование черных методов.**

Не используйте на странице скрытый текст, скрытые ссылки, автоматические перенаправления пользователей с помощью специальных скриптов, и старайтесь следовать [руководству для вебмастеров](#). Использование черных методов никогда не даст гарантий постоянного нахождения сайта в хороших позициях, обычно черная оптимизация сопровождается баном из поисковой системы.

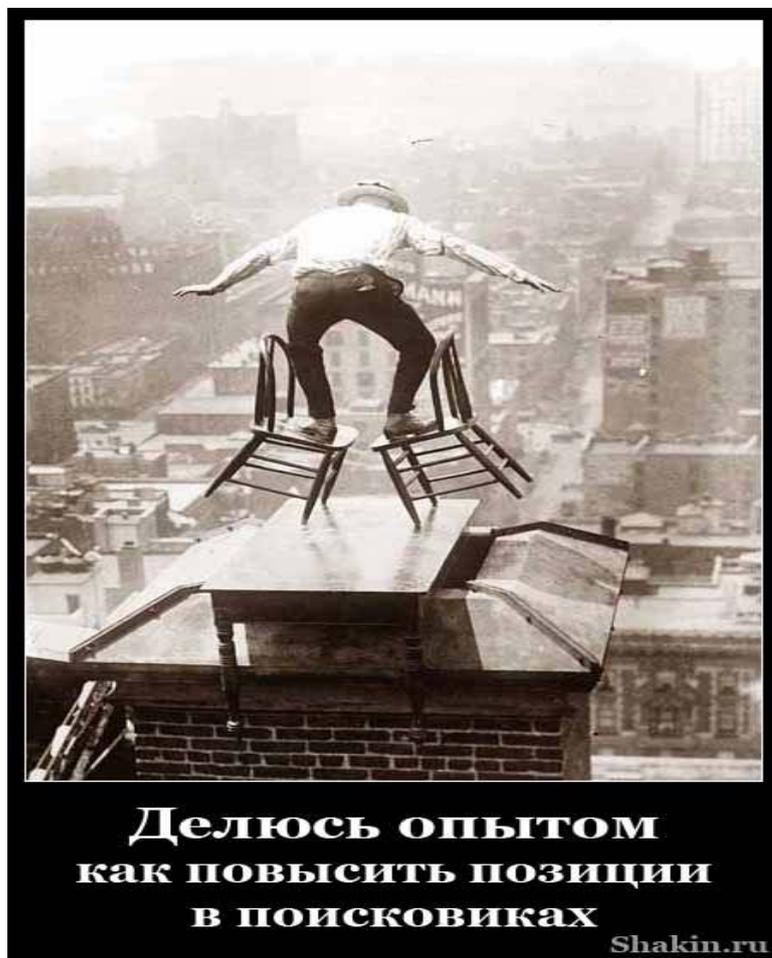
Также возможны другие причины падения позиций и ухудшения трафика на сайт. Для более подробного анализа необходимо использовать инструменты для вебмастеров ([Google Webmasters Tools](#), [Инструменты вебмастеров Яндекс](#)).

Если вы уверены, что ни один пункт не подходит к вашей проблеме, что ваш сайт белый и пушистый, и что позиции слетели незаслуженно, тогда вам стоит с проблемой обратиться в службу поддержки вебмастеров. В ПС Яндекс воспользуйтесь ссылкой в панели инструментов для вебмастеров **“Задать вопрос о сайте в службу поддержки”**, в Google Webmasters Tools это также ссылка справа в панели инструментов **“Запрос на пересмотр”**.

## Как повысить позиции в поисковиках

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

Этот пост является логическим продолжением статьи [Рост позиций и его зависимость от методов продвижения в примерах](#). Время идет, и я решил поделиться с вами своими новыми наблюдениями о том, какие способы сейчас хорошо работают для повышения позиций в поисковиках.



### Англоязычный туристический сайт

Молодой сайт московской туристической фирмы. Сайт специально создан для привлечения зарубежных посетителей на туры по Золотому кольцу и по Москве.

Задача была продвинуть сайт в максимально короткое время - фирме нужны англоязычные клиенты.

Главное тут - проскочить песочницу. Песочница - это фильтр для молодых сайтов, из-за которого они не могут попасть в топы по конкурентным поисковым запросам. Обычно песочница в англоязычном гугле длится от 6 месяцев до полутора лет.

Я посоветовал зарегистрировать домен сразу на несколько лет и выделить средства на добавление сайта в платные авторитетные директории. В итоге домен был зарегистрирован на несколько лет и платно добавлен в [Yahoo Directory](#) (\$299 в год, главная PR 8, подробнее [mym](#)) и [Business.com](#) (\$299 в год, главная PR 7, подробнее [mym](#)). Причем оплата не гарантирует добавление сайта, сумма взимается лишь за ускоренное рассмотрение заявки на добавление, как и в [яндекс каталоге](#). Но если сайт нормальный и заявка оформлена по правилам - сайт добавят без проблем. Также подал заявку в [dmoz.org](#), пока сайт еще не добавили.

Кроме этих самых жирных англоязычных каталогов, сайт был платно добавлен в другие директории:

[Botw](#), PR 6, \$69.95 в год

[Dirjournal](#), PR 6, \$59.95 в год

[Hotvsnof](#), PR 6, \$96.00 в год

[Kahuki](#), PR 6, \$19.95 в год

[Ezilon](#), PR 6, \$69.00 разово

[Joeant](#), PR 6, \$39.99 разово

[GreenStalk](#), PR 6, \$39.95 разово

[Splashdirectory](#), PR 6, \$24.95 разово

Мои ожидания оправдались. Спустя некоторое время по динамике позиций по конкурентным запросам стало понятно, что сайт стал “родным и близким” как для Google, так и для Yahoo, MSN, AOL, Ask и Altavista. Благодаря ссылкам из уважаемых поисковиками каталогов песочницы по сути не было.

В топе по конкурентным запросам сайт оказался через 2 месяца. Возможно, не всегда так получится, но я уверен, что жирные директории сыграли в этом не последнюю роль.

При движении этого сайта я открыл новый для себя способ привлечения целевых англоязычных посетителей - кросспостинг видеороликов. Обычный кросспостинг - это когда вы пишете статью на основном сайте, и она автоматически публикуется на нескольких других ваших сайтах. Если вы не знакомы с кросспостингом, можете почитать мои статьи [Кросспостинг - мое решение проблемы](#) и [Кросспостинг - подробная инструкция по настройке](#).

Кросспостинг видеороликов - это когда вы публикуете свой видеоролик на одном видеосервисе, и он автоматически публикуется на нескольких других сайтах. Экономится масса времени и ваш видеоролик увидит гораздо больше зрителей.

О том, что продвижение видеороликами очень перспективно и эффективно во многих тематиках можно не говорить - в англоязычном интернете этот давно метод давно используется для привлечения посетителей и получения клиентов.

Я подумал, что продвижение видеороликами отлично подойдет для привлечения англоязычных посетителей на продвигаемый мною сайт. Ролики покажут туры по Москве и Золотому кольцу гораздо нагляднее фотографий. Московская фирма заказала несколько видеороликов по 3-7 минут у профессионалов. В итоге получились классные ролики. Дальше я стал искать сервис, который предоставлял бы возможность кросспостинга видеороликов.

Из нескольких видеосервисов, предлагающих кросспостинг видео, я выбрал [Blip.tv](#), который позволяет организовать кросспостинг на такие сервисы, как:

[del.icio.us](#)

[iTunes](#) (нужна QuickTime версия видеоролика)

[archive.org](http://archive.org)

[flickr.com](http://flickr.com)

[facebook](http://facebook.com) (очень хороший трафик)

[video.yahoo](http://video.yahoo.com)

[mix.lycos](http://mix.lycos.com)

[video.aol](http://video.aol.com) (горячо любимый американцами)

[mefedia](http://mefedia.com)

[blinkx](http://blinkx.com)

[pando](http://pando.com)

Кроме этого, поддерживается кросспостинг видео на standalone блоги на движках Wordpress и MovableType и бесплатные блоги на сервисах [blogger](http://blogger.com), [wordpress.com](http://wordpress.com) и [typepad](http://typepad.com). Представляете, какое раздолье? Подробнее о кросспостинге на blip.tv вы можете прочитать [mym](http://mym.com).

Настроив кросспостинг, я опубликовал видеоролики. Красота - добавляешь видео на один сервис, а он автоматом публикуется на других. Забыл сказать, что в каждом видеоролике есть адрес сайта, то есть зрители, просмотрев его, могут зайти на сайт, набрав его адрес в браузере. Важно сделать интригующий заголовок. В результате на продвигаемый сайт идет стабильный трафик с видеосервисов в несколько сотен посетителей в день. Причем этот трафик не зависит от поисковиков, так как видеосервисы - это свой мир.

Эксперимент с кросспостингом видеороликов получился удачным. Готовятся новые ролики - впереди летний сезон.

Также сейчас изучаю видеосервис [tubemogul](http://tubemogul.com), там много интересных функций в плане распространения видео.

В плане повышения поисковых позиций я использовал классические методы: добавление статей в бесплатные каталоги статей (3-4 статьи в месяц), добавление пресс-релизов в [каталоги пресс-релизов](#) (в среднем 2 пресс-релиза в месяц), социальные сети ([stumbleupon](http://stumbleupon.com), [digg.com](http://digg.com), [mixx.com](http://mixx.com) и т.д.). По моим наблюдениям, [линзы squidoo](http://linkz.squidoo.com) не очень эффективны в туристической тематике, поэтому для продвижения этого сайта я их не делал.

Плюс ставил ссылки с тем Wordpress и купил ссылок на \$250 в месяц с тематических сайтов на англоязычных биржах [text-link-ads.com](http://text-link-ads.com) и [buy-text-links.biz](http://buy-text-links.biz).

Без покупных ссылок попасть в топ этой тематики не получилось бы, я это почувствовал в самом начале продвижения этого сайта, когда изучал конкурентов. Уж слишком лакомый топ этой тематики в англоязычном интернете, поэтому попасть в него молодому сайту без ссылочной массы нереально, тем более за короткий срок. В любом случае нужно подпитать покупными ссылками.

Приведу динамику позиций продвигаемого сайта в google.com за последние 2 месяца по основным поисковым запросам, данные сняты на 27 марта:

Запрос	Позиции	Итог
Moscow tourism	+134	топ 7
golden ring Moscow	+52	топ 5
Moscow golden tours	+72	топ 5
Moscow suburbs	+69	топ 10
Moscow travel	+34	топ 20

## Англоязычный сайт по перевозкам в США

Как я и предполагал, для продвижения этого сайта я смог отказаться от покупки ссылок на англоязычных биржах [text-link-ads.com](http://text-link-ads.com) и [buy-text-links.biz](http://buy-text-links.biz) благодаря тому, что спонсорство тем Wordpress моего знакомого индийского веб-дизайнера стало давать необходимое число ссылок и ссылочный вес. Всего я заказал у него спонсорские ссылки в 12 темах Wordpress (в среднем 1 ссылка в теме стоит \$25-40). Конечно, ссылки начинают появляться не сразу, нужно время. В итоге темы с моими ссылками установили более 900 блогов. Причем ссылки сквозные - для гугла вообще замечательно. Подробнее о том, как покупать ссылки в темах Wordpress, можете почитать в посте про [рост позиций](#).

Дальше хочу поэкспериментировать со спонсорством тем для других движков сайтов, css шаблонов и скинов для форумов.

Остальные методы, которые я применял для продвижения этого сайта - написание и публикация англоязычных статей в каталоги статей (4 статьи в месяц в 240 каталогов статей), социальные закладки (1-2 страницы 2-3 раза в неделю через [bposter](#)) и обмен ссылками (обменялся с 23 сайтами-соседями по [dmoz.org](#)).

Динамика позиций продвигаемого сайта в google.com за последние 4 месяца. Данные по позициям снимались 27 марта:

Запрос	Позиции	Итог
trucking companies	+38	топ 7
interstate motor carrier	+30	топ 5
freight transportation	+22	топ 10
interstate freight services	+19	топ 10
interstate trucking	+3	топ 20

## Женский онлайн журнал

В последние два месяца я решил поэкспериментировать и узнать давно интересующий меня момент - как влияют ссылки в виде адреса сайта на позиции? Ведь естественные ссылки в большинстве случаев какие? Адрес сайта плюс рядом небольшое описание, о чем сайт, то есть ключевые слова. Поисковики по логике вещей должны учитывать околоссылочный текст, даже если ссылка в виде адреса сайта. Только вот сколько символов текста они учитывают?

Я использовал платные статьи (\$100, биржи статей [Сеозавр](#) и [Миралинкс](#)) и ссылки с блогов через [блогун](#) (\$80). Сделал акцент на ссылки в виде адреса сайта - когда сайт в топе, можно поэкспериментировать для дальнейшего повышения позиций. Перед и после ссылки добавлял околоссылочный текст с использованием нужных поисковых запросов. То есть ссылки были такого вида:

*Вы можете посетить интересный женский онлайн журнал <a href="http://site.ru">http://site.ru</a>*

*Полезный сайт для женщин <a href="http://site.ru">http://site.ru</a>*

*<a href="http://site.ru">http://site.ru</a> - здоровый образ жизни*

Я выяснил, что ссылки в виде адреса сайта хорошо повышают позиции, причем гугл учитывает 32 символа текста до и после ссылки, яндекс - 24-30. То есть если поместить нужные ключевые слова близко к ссылке, то позиции будут повышаться именно по этим ключевым словам. Сам текст ссылки я не менял, то есть везде использовал адрес сайта. В целом планирую делать 20-30% таких ссылок и для других сайтов.

Приведу позиции женского онлайн журнала в яндексе на 27 марта в динамике за 4 месяца:

Запрос	Позиции	Итог
женские журналы	+14	топ 5
женская красота	+19	топ 7
женское здоровье	+4	топ 10
здоровый образ жизни	-3	топ 30
журнал красота	+4	топ 20
женские сайты	+36	топ 10
сайт для женщин	+37	топ 10
женский интернет	+6	топ 10

### Региональный портал стройматериалов

По этому сайту долю покупных сайтов на [cane](#) постепенно снижал, так как накопилось уже весомое количество постоянных ссылок. Я не люблю постоянно платить за ссылки, поэтому при продвижении сразу стараюсь нарастить постоянных ссылок, за которые не нужно постоянно платить.

Довольно много времени я потратил на сбор ссылок ведущих конкурентов через сервис [siteexplorer](#) и их обход, если попадались каталоги и доски объявлений - то добавлялся вручную. Конечно, можно легко выкачать все ссылки ведущих конкурентов и раскидать их фильтрами по типам адресов страниц, затем настроить автоматическую регистрацию и пройтись на автомате.

Ручная регистрация всегда эффективнее автоматической, тем более не так уж и много тематических каталогов и досок объявлений. Автомат может просто “проскочить” некоторые каталоги. Если попадались покупные ссылки (их было не так много) - собирал их адреса и потом собранный список вставлял в избранное [cаны](#) и покупал на них ссылки. В итоге экономится бюджет и ставятся работающие ссылки в плане роста позиций.

По сути, сайт сейчас прочно держится в топе постоянными ссылками, которые я поставил в результате ручной регистрации.

Позиции в яндексе на 27 марта, динамика за 4 месяца, выдача региональная:

Запрос	Позиции	Итог
стройматериалы	+22	топ 5
магазин стройматериалов	+4	топ 10
стройматериалы цены	+29	топ 5
продажа стройматериалов	+2	топ 7
сайт стройматериалов	+17	топ 10
купить стройматериалы	+19	топ 10

### Музыкальный блог

Как и в прошлые месяцы, продвигалась англоязычная версия этого музыкального блога. Ссылки в блогроллах на музыкальных англоязычных блогах постепенно ушли в прошлое, так как эффект стали давать спонсорские ссылки с тем моего знакомого индийца - за компанию я покупал такие ссылки и для музыкального блога.

Хороший приток целевых посетителей получился с музыкальных социальных сетей:

[last.fm](http://last.fm)  
[musocity.com](http://musocity.com)  
[flotones.com](http://flotones.com)  
[sellaband.com](http://sellaband.com)  
[mog](http://mog)  
[midomi](http://midomi)

Я продолжил создание музыкальных [пинз на squidoo](#) и страничек на [hubpages](#) и [gather](#), а также продолжил размещение подписей на зарубежных музыкальных форумах (\$70). Плюс закладки (2-3 раза в неделю).

Хотя в целом в последнее время эффект от закладок снижается. Это вполне объяснимо - сейчас сервисы закладок массово используются для добавления ссылок.

Также я стал активнее использовать статьи для продвижения этого музыкального блога. Стараюсь добавлять по 2-4 статьи ежемесячно в англоязычные каталоги статей.

Покупал немного постовых на [блогуне](#) (на \$50), а также договорился с несколькими музыкальными сообществами на [livejournal.com](#) о публикации двух постов с обзором новых альбомов со ссылками на продвигаемый мною музыкальный блог - еще \$80. Кстати, в плане трафика эффект получился хороший.

Не все получается, конечно. К примеру, я пока не научился получать хороший трафик с [yahoo groups](#) и [google groups](#). Ну ничего, буду учиться 😊. Это же так интересно!

Динамика позиций музыкального блога за 4 месяца в google.com на 27 марта:

Запрос	Позиции	Итог
lounge music	+29	топ 7
chillout	+21	топ 10
groovera	+2	топ 10
downtempo	+20	топ 20
easy listening	+7	топ 10

В целом я бы сказал, что в продвижении сайтов далеко не все решается деньгами. Главное - креативно мыслить и искать новые способы продвижения, чего я вам и желаю!

## Среднее время индексации

[Автор: belthazor](#)

### **belthazor:**

Добрый вечер всем, вообще я около двух недель назад увлекся темой сайтостроения, создал сайт на джумле и залил его где то 3 дня назад. Вроде бы придерживался советов из разных источников по внутренней оптимизации, хотелось знать примерное время индексации и повлияет ли как то на ускорение индексации если буду размещать ссылки на свой сайт на сайтах с высокой посещаемостью? Вы все люди опытные, помогите советом) Заранее благодарен за ответ.

### **Brabus:**

добавьте сайт в яндекс вебмастер, в панель управления гугл, прогоните по закладкам, ссылки с посещаемых сайтов это отлично, только помните, что аудиторию того сайта должно заинтересовать Ваше предложение (ссылка). В совокупности это обязательно поможет.

#### **belthazor:**

Если не трудно объясните что за закладки и по каким лучше проганять

#### **Chiliec:**

Загляните в тему [продвижение социальными закладками](#). 😊

#### **dlanego:**

Подскажите, пожалуйста, какая индексация займет меньше времени?

1. Создаю сайт из 20 страниц (если этого, конечно, достаточно для попадания в индекс яндекса. Есть тут минимум?), отдаю на индексацию и потом постепенно добавляю на сайт страницы, которые уже индексируются по мере приходов роботов.
2. Сначала полностью наполняю сайт основным содержимым (ну, 1000 страниц, например) и только после этого отправляю на индексацию.

#### **Sevab:**

Про 1000 страниц не понятно. Если это будет копипаст, то без разницы. Хоть так хоть так может не проиндексировать.

Создавайте сайт и постепенно наполняйте. Сделайте карту сайта. После изменений обновляйте ее.

Пропишите в роботсе путь к карте.

Прогоните сайт по соц. закладкам. Получите несколько ссылок со сторонних сайтов. Это ускорит индексацию.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

## Часто задаваемые вопросы по индексации страниц сайта new

*Автор: [Delorean](#)*

#### **Delorean:**

В связи с большим количеством вопросов по индексации, решил создать **FAQ** – вопросы и ответы, надеюсь, он будет полезен тем, кто собирается задать свой вопрос. В этом ФАКе рассматриваем индексацию двух наиболее популярных систем – **google** и **yandex**

#### **Что такое индексация?**

*Индексация - это обход поисковыми роботами интернет страниц и добавление их (страниц) в свою базу для последующей обработки, систематизации и вывода в результатах поиска.*

#### **Каков механизм индексации?**

*Механизм прост. Поисковой робот находит ссылку на ваш сайт, или на отдельную страницу, в интернете. Переходит по этой ссылке и начинает загружать страницы себе в базу. Робот будет переходить по ссылкам на вашем сайте и таким образом обойдет их все. Если страница или целый сайт недоступен, робот не будет задерживаться и пойдет дальше.*

#### **Как добавить мой сайт на индексацию?**

Для индексации сайта, достаточно разместить ссылку на ваш сайт на уже проиндексированном ресурсе. Но, стоит добавить сайт, непосредственно в аддурилки (панель добавления новых сайтов) поисковых систем -

<http://webmaster.yandex.ru/addurl.xml>

<http://www.google.ru/addurl/?continue=/addurl>

### **Что такое робот поисковой системы?**

Робот (англ. crawler) хранит список URL, которые он может проиндексировать, и регулярно выкачивает соответствующие им документы. Если при анализе документа робот обнаруживает новую ссылку, он добавляет ее в свой список. Таким образом, любой документ или сайт, на который есть ссылки, может быть найден роботом, а значит, и поиском Яндекса.

Какие бывают индексирующие роботы

В Яндексе есть несколько видов роботов, которые выполняют разные функции. Например, есть робот, который индексирует rss-ленту для поиска по блогам. Или робот, который индексирует только картинки. Самый важный — основной индексирующий робот, функция которого — поиск и индексирование информации для формирования базы основного поиска.

В помощь основному есть быстрый робот — он предназначен для оперативного индексирования свежей, актуальной на данный момент информации. Если среди проиндексированных страниц своего сайта вы видите две копии какого-либо документа — скорее всего это означает, что помимо основного робота документ также был проиндексирован и быстрым роботом.

Взято из хелпа яндекса - <http://help.yandex.ru/webmaster/?id=995324>

С более полным списком роботов ПС и тем, как они представляются в логах можно ознакомиться тут - <http://www.tengy.ru/bot.html>

### **Каково среднее время индексации сайта?**

Время индексации сайта может варьироваться от нескольких часов, до нескольких недель и даже месяцев, тут все зависит от вас и вашего ресурса.

### **Как ускорить процесс индексации?**

Для ускорения процесса индексации, нужно добавить свои ссылки в социальные закладки, которые любят ПС (поисковые системы) Приведу несколько наиболее любимых закладок у ПС:

<http://memori.ru/>

<http://zakladki.yandex.ru/>

<http://bobrdobr.ru/>

<https://www.google.com/bookmarks/>

<http://www.delicious.com/>

Другие закладки, можно посмотреть, например, [ТУТ](#)

Так же добавьте свой сайт в панели веб мастера ПС

<http://webmaster.yandex.ru/>

<http://www.google.ru/webmasters/>

*Позже они вам пригодятся не только для индексации, но и для анализа.*

### **Влияет ли качество хостинга на скорость индексации?**

*Да влияет, если ваш хостинг работает с перебоями и ваш сайт часто не работает, либо имеет длительное время отклика, то роботы ПС не смогут проиндексировать ваш сайт во время его недоступности. А это увеличивает время индексации сайта. Будьте внимательны и следите за постоянной доступностью сайта, ведь неизвестно, когда к вам заглянет робот.*

### **Влияет ли имя домена на качество индексации?**

*Вопрос спорный, но лучше не извращаться и присваивать своим сайтам понятные и не сильно длинные имена.*

### **Что такое Ап выдачи или когда ждать результатов индексации?**

*Ап - апгрейд, это обновление чего либо, в данном случае – это обновление результатов выдачи. После обработки загруженных роботом страниц при индексации, они появляются в поиске. Так вот, при каждом апе происходит обновления списка поисковой выдачи, списка ранжирования сайтов. У Яндекса такой ап происходит в определенные дни 1-2 раза в неделю. А другие дни поиск не обновляется. У гугла наоборот, ап происходит постоянно и в любое время ваши страницы могут быть проиндексированы и добавлены в поиск.*

### **Что такое ЧПУ?**

*ЧеловекоПонятный урл, то есть ссылки вида - [http://www.seobuilding.ru/seo-forum/indeksaciya\\_saita/](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/indeksaciya_saita/) - удобные для восприятия человеком. Эти ссылки помогают сайтам занимать более высокие места в поисковой выдаче, за счет дополнительного ключа в адресе страницы.*

### **Страницы были проиндексированы, но я поменял контент и дизайн?**

*Ничего страшного, со временем, все страницы в поиске обновятся на новые, но у яндекса это может затянуться на несколько месяцев, с гуглом должно быть быстрее.*

### **Почему поисковые системы не индексируют страницы сайта?**

Тут несколько вариантов:

*Flash и Java ссылки*

*Запрет в Robots.txt*

*Слишком большое количество ссылок на странице*

*Бан сайта поисковыми системами*

*Запрет в мета-тегах*

*Вход на страницы через заполнение форм*

*Неуникальный контент*

## Что такое карта сайта и для чего она нужна?

Карта сайта (Sitemap) – это содержание нашего сайта, аналогично содержанию любой книги. В файле карты представлены все разделы и материалы сайта. И служит карта для быстрого и полного индексирования сайта, а так же для удобства навигации пользователей. Для разных CMS (систем управления сайтом) существуют разные карты сайта, например на WordPress существуют специальные плагины для простоты создания.

Подробнее о создании карты -

<http://htmlweb.ru/analiz/sitemap.php>

## Как настроить robots.txt?

Robots.txt — специализированный файл, с его помощью мы ограничиваем доступ поисковым роботам к тому или другому разделу сайта. Любой поисковой робот сначала прочитает Robots.txt, а только потом начнет индексировать страницы сайта.

Так же с помощью файла robots.txt можно ограничить индексацию сайта, однако некоторые недобросовестные боты могут игнорировать наличие этого файла.

Тема довольно обширная, поэтому более подробно о robots.txt советую прочесть по этим ссылкам –

<http://ktonanovenkogo.ru/seo/uluchshaem-indeksaciyu-sajta-poiskovikami-robots-txt-dlya-joomla-smf-wordpress-chast-2.html>

<http://www.stasv.ru/articles/robotstxt/>

## Как узнать когда был поисковой робот на моем сайте?

Можно посмотреть логи, если робот был на сайте, там это будет зафиксировано, как представляются роботы ПС смотрите тут - <http://www.tengy.ru/bot.html>

А можно пойти, на мой взгляд, по более простому пути, а именно, добавить свой сайт в панель вебмастера ПС

<http://webmaster.yandex.ru/>

<http://www.google.ru/webmasters/>

## Что такое ранжирование?

Это процесс выстраивания найденных по запросу пользователя страниц в порядке наибольшего соответствия искомому запросу.

## Как попасть в топ по поисковой выдаче?

Очень обширный вопрос, это исследует и изучает такое понятие как **SEO**. Ответ на этот вопрос – это комплекс мероприятий направленных на поисковую оптимизацию. На это влияет большой ряд факторов. Этому посвящено множество тем на этом форуме.

## Что такое бан и за что его можно получить?

Своими словами на этот вопрос ответить не получится, потому как ПС банят за определенные провинности и для раскрытия этого вопроса обратимся к статье взятой из блога

<http://www.cavablog.pp.ua/seo/ban-sajta-ot-yandeksa-i-google/>

Бан сайта – выброс сайта из индекса поисковой системы и невозможность добавления сайта в индекс ПС.

Давайте разберемся, с помощью, каких действий можно попасть в бан.  
Я собрал “данные правила” в виде тезисов.

За что можно получить бан от Яндекса

- 1.Клоакинг (подмена содержимого сайта при обращении к ней ПС и пользователя);
  - 2.Высокая плотность ключевых слов (больше чем 7%);
  - 3.Большое количество исходящих ссылок;
  - 4.Низкий процент уникальности контента на сайте;
  - 5.Бессмысленный текст (генерируется в автоматическом режиме);
  - 6.Скрытый текст (текст, который совпадает с цветом фона);
  - 7.Большое количество рекламы;
  - 8.Участие сайта в линкфарме;
- Выше были приведены основные правила, по которым происходит бан сайта от Яндекса.

За что можно получить бан от Google

- 1.Чужой контент;
  - 2.Скрытый текст (белый текст на белом фоне довольно популярное явление);
  - 3.Частое использование ключевиков;
  - 4.Участие в линкфарме;
  - 5.Клоакинг;
  - 6.Исходящие ссылки в большом количестве;
  - 7.Распространение вирусов с вашего домена;
  - 8.Спам с домена;
- Только что привел основные “правила”, следуя которым можно получить бан сайта от яндекса и google.  
Разделение на бан от яндекса и google очень условное.  
Вы же понимаете, что это два топовых поисковика в RUS и UA.

#### Примечание\*

Линкфармы – сайты или группы сайтов, интенсивно ссылающиеся друг на друга

#### Что такое фильтры и какими они бывают?

Фильтры – это определенные алгоритмы, которые направлены на удаление из поиска ненужных страниц, хлама. Фильтром достаточно много, каждый я тут описывать не буду, а приведу лишь их названия, а описания уже прочтете по ссылкам.

Фильтры Яндекса:

Непот-фильтр

Редирект фильтр

Фильтр плотности ключевых слов

Фильтр «Ты последний»

АГС-30 и АГС-17

Аффилирование

Фильтры Google:

"Песочница" (sandbox)

Фильтр "Дополнительные результаты"

Фильтр Bombing

Фильтр Bowling

Фильтр "Возраст домена"

Фильтр "Дублирующийся контент"

Фильтр -30

Фильтр "Опущенные результаты"

Фильтр "Социитирование"

Фильтр "Links"

Фильтр "Много ссылок сразу"

Фильтр "Чрезмерная оптимизация"

Фильтр "Битые ссылки"

Общий фильтр "Степень доверия" (Google Trust Rank)

Подробнее о фильтрах можно прочесть тут -

<http://tytto.ru/Ссылки/2009-09-24-07-55-43.html>

<http://dlepro.com/310-filtry-ps-yandeks-i-google.html>

Так же занимательный видео семинар по фильтрам -

<http://rutube.ru/tracks/2573947.html?v=da0c25e363a81642bfeb53b3082aefa5>

### **Что делать если ничего не помогает и мой сайт не индексируется яндексом?**

Если вы все перепробовали и прошло уже достаточно времени, а ваш сайт так и не появился в поисковой выдаче Яндекса, остается одно – писать письмо Платону Щукину -

<http://feedback.yandex.ru/?from=webmaster> Подробно опишите суть вашей проблемы и вам в скором времени ответят и расскажут ваши дальнейшие действия.

### **Кто такой Платон Щукин?**

Это очень хороший вопрос и конкретного ответа на него нет, многие считают что это команда саппорта яндекса, кто-то говорит, что это один человек. Прочтите вот эту статью -

<http://www.terehoff.com/platot-schukin-living-person.html> может что-то проясниться для вас.

Если вы не нашли в этом сборнике ответ на ваш вопрос, пишите, с удовольствием ответим и добавим его сюда.

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

## **Роль окружающего текста в seo**

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

Все оптимизаторы знают, что продвижение сайта основывается на двух факторах: внутренних и внешних. Где под внешними подразумеваются ссылки с различных сайтов-доноров, в качестве анкоров (текстов ссылок) которых используются ключевые слова, по которым необходимо поднять позиции в поисковой

системе. Однако, мы забываем о таком важном факторе внешней оптимизации, как окружающий текст ссылки. Давайте рассмотрим подробнее, что это за текст и зачем его использовать при раскрутке сайта.

Окружающий текст или, по-другому, околоссылочный текст – это текст, используемый вокруг гиперссылки. Например,

Наше мебельное предприятие делает [мебель на заказ](#) по очень выгодной цене.

В данном случае “**мебель на заказ**” будет ссылкой, а остальной текст от границ предложения будет околоссылочным (“Наше мебельное предприятие выпускает” и “по очень выгодной цене”).

Чем этот анкор лучше обычного, не использующего околоссылочный текст? Например, можно ведь использовать анкеры такого вида (списком):

- [мебель на заказ](#)
- [инструменты вебмастеров](#)
- [качественное продвижение сайта](#)

Преимуществом первого вида анкоров является естественность. Когда вебмастера ставят ссылки, то установка их в виде списка, через запятую или знак “|” смотрится неестественным, но как только ссылка окружится в текст, то картина меняет вид. Также, окружающий текст позволяет отделить одну ссылку от второй. При покупке ссылок [на биржах](#) это важно, чтобы не создавать на доноре блок ссылок и, таким образом, маскировать покупные ссылки под естественные.

Четкое влияние околоссылочного текста на продвижение в общем случае довольно сложно заметить, однако, в некоторых случаях, рассмотренных ниже, это влияние существенно. Очень вероятно, что поисковые системы используют этот текст для определения схожести тематичности донора и акцептора, передавая больше веса тематическим ссылкам и, соответственно, подобными ссылками проще поднять тиц.

Помимо естественности и тематичности у окружающего текста имеется ещё одна важная роль, которую он играет при безанкорном продвижении сайта (когда в анкоре не используются ключевые слова). Пример ссылки такого вида может выглядеть таким образом:

Заказать посуду Цептер в Москве вы можете [здесь](#).

или же

Заказывайте услуги по seo на сайте <http://devaka.ru/>.

Экспериментальным путем доказано (после внедрения Снежинска), что околоссылочный текст попадает в анкор-лист и учитывается при ранжировании в Яндексе не при любых анкорах, а только вида URL и слова “здесь”. Примеры со словами “тут” и “отсюда” пока что не найдены. То же самое можно сказать и о поисковой системе Google, где в добавок используются другие языки и ссылки вида “click here”.

Если в этих случаях окружающий текст влияет на выдачу, то его можно использовать для таких целей, как:

- для разбавления анкор-листа;
- возможность легкой переориентации запросов для сайта;
- увеличение статического веса акцептора;
- увеличение траста (за счет естественности);
- легкое модерирование ссылок в сапе и других биржах, на форумах.

Примеры работы подобных анкоров можно посмотреть [здесь](#) и [здесь по ссылке](#).

Использовать или нет окружающий текст и безанкорное продвижение при раскрутке сайта это дело каждого оптимизатора. Но, если сегодня можно обойтись без околоссылочного текста, как например это делают некоторые из [известных seo-компаний](#), то в ближайшем будущем, возможно, поисковые системы будут совершенствовать свои алгоритмы и блокам ссылок не давать веса вообще. Переход на “естественность” гарантирует длительную работу проставленных ссылок.

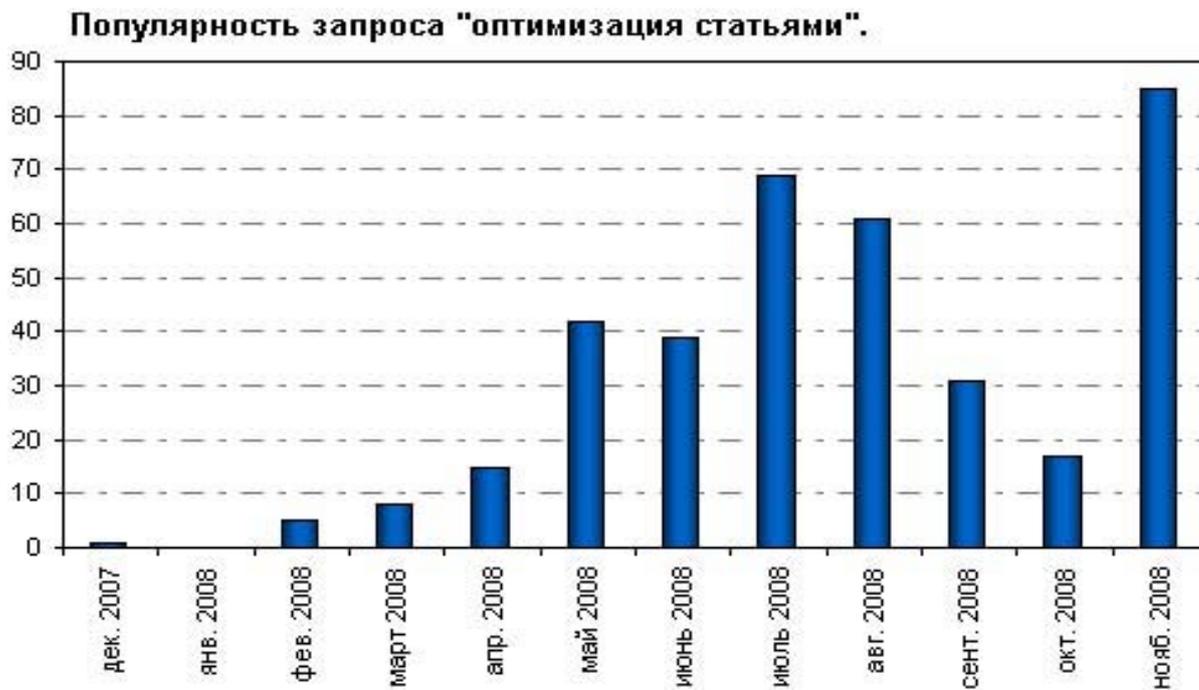
## Секрет продвижения статьями

*Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)*

Оптимизация статьями является одним из эффективных средств как для продвижения ресурса по необходимым запросам в поисковых системах, так и для привлечения дополнительной целевой аудитории из других источников. Знание этого инструмента необходимо каждому оптимизатору, однако что вы слышали о методе продвижении сайта статьями? Порядка 95% читателей ответят, что такой вид продвижения основан на размещении своих статей (сгенерированных или отретайтенных) на чужих площадках или в каталогах статей. Отчасти это верно, но лишь отчасти... В данной статье рассмотрен алгоритм применения подобной оптимизации, который, на взгляд автора, подходит для всех типов сайтов.

### Немного истории

Интерес к продвижению статьями начал появляться с конца 2007-го начала 2008-го года, когда на SEO форумах оптимизаторы начали говорить о том, что иметь ссылки со статей намного лучше, чем обычные в футере или где-либо в другом месте на сайте. В феврале 2008-го крупной [бирже ссылок](#) sape даже [пришлось ввести](#) поддержку покупки контекстных ссылок. Ниже на рисунке можно посмотреть возрастающий интерес к этой теме.



Однако, как год назад, так и сейчас не существует конкретного алгоритма для продвижения сайта статьями, каждый оптимизатор использует свою методику, в зависимости от целей и тематики сайта. Существует, например, способ, когда пишется одна статья нужной тематики (обычно заказывается у копирайтера) на 3-5 тыс. символов, потом из неё генерируется порядка 100 новых статей (вроде рерайта,

но не очень читаемый) и полученные статьи размещаются на разнообразных площадках с нужными ссылками в тексте.

Несмотря на эффективность метода, он имеет ряд недостатков: сеть Интернет засоряется множеством бесполезного материала, поисковые машины тратят свои ресурсы на их индексацию; пользователи, читающие подобные статьи, с очень малой вероятностью перейдут по ссылке на сам сайт; статья не размещается на продвигаемом сайте; метод можно причислить к серым (иногда даже к черным), так как работа проводится только для поисковых систем, не учитывая пользователей и на данный момент подобный подход малоэффективен, так как невозможно разместить некачественные статьи на качественных площадках.

## **Трафик и конверсия — главные цели продвижения сайта**

Люди, использующие описанный серый метод забывают важную деталь оптимизации — её цель, которая состоит в том, чтобы увеличить конверт своего сайта. Конвертация увеличивается за счет привлечения **заинтересованной аудитории** и создания всех удобных условий для конверта. Если первым методом вы работаете только на поисковых роботах, получая тем самым аудиторию только из поисковых систем, то описанным ниже способом вы также привлечете нужную аудиторию из других источников.

Помните известную фразу — “Контент – король!”? Контент, это самый важный составляющий элемент сайта, но во фразе не говорится, что все остальные факторы ранжирования не имеют значения и опубликовав потрясающий и уникальный контент вы взлетите в топ. Считаю это высказывание незаконченным и в правильном виде его стоит употреблять следующим образом:

Контент — король, если его предоставить публике!

Существует множество блогов и других сайтов с уникальнейшим и удивительным контентом, которые малоизвестны и их посещают единицы, радуясь тому, что как-то нашли этот сайт на сотых страницах поиска по низкочастотному запросу. В данном случае, в контексте раскрутки, контент не стал королем и его увидели лишь немногие. Вы же, если увлекаетесь SEO, хотите, чтобы, в первую очередь, ваш сайт посещали как можно больше заинтересованных людей.

А теперь вернемся к продвижению статьями и рассмотрим, как наиболее правильно раскручивать сайт этим методом.

## **Алгоритм продвижения статьями**

Термин “раскрутка сайта” всеми понимается по-разному и приводит, соответственно, к разногласиям в подходах к раскрутке. Вы поймете, как продвигаться статьями, если термин “раскрутка сайта” будете рассматривать, как “раскрутка контента сайта” или “раскрутка статей”.

На западе, кстати, не существует аналога термина “продвижение статьями”, там это называют “оптимизация статьями”.

Главная мысль в этом алгоритме это не размещать свои статьи на чужих площадках, принося вашим донорам ценный низкочастотный трафик и получая от них лишь ссылки, а публиковать хорошие статьи на своем сайте и продвигать их, публикуя различные анонсы на посещаемых ресурсах.

Поступая таким образом, не ваши доноры, а вы получите низкочастотный трафик, а также внешние естественные ссылки, если статьи будут действительно этого заслуживать. Схематически алгоритм выглядит так:

## Оптимизация статьями

Источник:  
<http://devaka.ru>

1 Включите содержимое <title> в тег <h1>



2 Используйте ключевые слова в названии страницы (URL страницы)  
[algorithm-prodvizheniya-statyami.html](http://algorithm-prodvizheniya-statyami.html)

3 Вставьте нужные ключевые слова в первый параграф

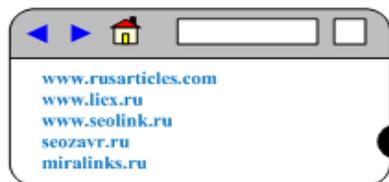
4 Опубликуйте статью на своем сайте



Проиндексирована поисковиками?

Да Нет

5 Подождите, пока поисковики проиндексируют статью



6 Опубликуйте статью на тематических сайтах, каталогах статей или биржах

Кроме того, что написать хорошую статью, её надо подготовить:

- правильно озаглавить, так как текст в заголовке имеет больший вес по сравнению с текстом в параграфах или списках и, соответственно, ключи, попавшие в заголовок, будут приносить вам нужных людей из поиска;
- название статьи поместить в теги <title> и <h1>
- в url (адрес) статьи поместить важные ключи (на транслите, если русский);
- опубликовать и дождаться индексации.

**Внимание!** Если вы опубликуете свою статью на более авторитетных ресурсах перед тем, как она была проиндексирована на вашем сайте, то ваша страница может попасть под фильтр неуникального контента и находиться лишь в дополнительных результатах поиска. Поэтому, прежде чем публиковать копии статей на других ресурсах, дождитесь индексации её на своем или же размещайте в статье ссылки на источник без nofollow и noindex.

Вот вы опубликовали статью, она проиндексировалась, но о ней ещё никто не знает. Если вы хотите, чтобы на статью кто-то ссылался, то нужно показать людям, что есть такой материал, что он полезен и заслуживает цитирования, иначе публика её не заметит, пройдя мимо. Вот некоторые из методов раскрутки статьи (продвижения её в массы):

1. Добавить статью в социальные закладки. Кто-то из пользователей сервиса закладочника, возможно, ища нужные термины, заинтересуется вашей статьей и придет к вам на сайт;
2. Добавить краткий обзор статьи в специальные социальные сервисы. Люди на таких сервисах для того и находятся, чтобы искать и читать популярные и интересные материалы. Подобными сервисами могут служить:
  - Новостные ([news2.ru](http://news2.ru), [vott.ru](http://vott.ru), [newsland.ru](http://newsland.ru), [smi2.ru](http://smi2.ru) и *множество других*);
  - Обзорные (для SEO блогов это [seominds.ru](http://seominds.ru), [grabr.ru](http://grabr.ru), [korica.info](http://korica.info), [sloger.net](http://sloger.net) и др.);

3. Разместить полную статью на тематических форумах. Найдите те форумы, на которых находятся люди, которые наиболее вероятно заинтересуются в ваших материалах и будут благодарить за публикацию и ставить на вас ссылки;
4. Найти хорошие статейные площадки. Критерием хорошей площадки для статей должна служить его посещаемость, так как вам нужна, прежде всего, аудитория. Тут вариантов множество, для каждой тематики есть свои площадки, ищите их и публикуйте там материалы (возможны платные варианты);
5. Использовать социальные сети. Очень важный элемент. В социальных сетях создаются различные группы “по интересам”. Найдите такую группу или создайте свою и даже одна ссылка “в тему” может привлечь на ваш сайт больше трафика и, соответственно, больше естественных ссылок;
6. Участвовать в ответах на [Google](#), [Mail.ru](#) или [Яндексе](#). Ищите вопросы на этих сервисах и отвечайте на них, ссылаясь на уже готовый материал. Этот способ будет приносить вам трафик очень долгое время.
7. Искать другие площадки. Ищите те места, где ходят люди, и где эти люди будут рады, если вы поделитесь с ними ссылкой. Это может быть [twitter](#), комментарии в блогах, обсуждение тем на форумах и многое-многое другое.

## Выводы

Продвижение статьями должно работать на аудиторию, а не на пузомерки сайта. Главная задача этого метода раскрутки — привлечение дополнительной целевой аудитории и вторичная цель — получение естественных обратных ссылок, которые помогут заработать [траст](#) и хорошие позиции в поиске.

Чтобы продвигать сайт статьями, рассматривайте “раскрутку контента”, а не “сайта”. Как можно больше взаимодействуйте с людьми, ориентация в своей области даст вам знать, где находятся ваши потенциальные клиенты и на каких площадках стоит размещать свои статьи.

## Продвижение сайта статьями

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

**Продвижение сайта статьями** является одним из эффективных способов. Для чего нужны статьи? С помощью статей можно продвигать не только главные страницы сайтов, но и внутренние. С помощью статей можно получить внешние ссылки на ваш сайт или на отдельные его страницы с нужными ключевыми словами, что положительно скажется на ссылочном ранжировании и позициях в поисковиках. Кроме этого, качественные статьи увеличивают количество уникального контента на сайте, привлекая посетителей и поисковиков.

Есть три основных направления при *продвижении сайта статьями*.

### 1. Статья публикуется только на продвигаемом сайте

Это увеличивает количество контента на сайте, увеличивает посещаемость и позиции сайта в поисковиках. Конечно же, я имею ввиду оригинальные и интересные для посетителей статьи. Я лично лучшие материалы публикую на продвигаемом сайте.

### 2. Статья размещается только на других сайтах

Статья специально создается для размещения на других сайтах. При этом она содержит одну или несколько ссылок с нужными ключевыми словами, которые ведут на продвигаемый сайт.

### **3. Статья сначала размещается на продвигаемом сайте, затем на других сайтах**

Сначала статья публикуется на продвигаемом сайте. После того, как она проиндексируется поисковиками, ее можно публиковать на других ресурсах.

По степени уникальности контента я бы разделил статьи на следующие категории:

#### **1. Оригинальные статьи**

Самый лучший вариант - это когда статья пишется с нуля. Для поисковиков такие материалы - самый привлекательный вид контента. Да и для посетителей тоже.

#### **2. Переводные статьи**

Если вы владеете иностранным языком, то можете переводить статьи с других языков. При этом не стоит забывать указывать источник и автора. Хорошим тоном считается сначала написать автору с просьбой разрешить опубликовать перевод его статьи. Если статья содержит иллюстрации, то сохраните их у себя на хостинге.

#### **3. Рерайтинг статей**

Берется статья и частично изменяется.

#### **4. Скопированные статьи**

Просто берутся чужие статьи методом “скопировать-вставить”. Поисковики очень не любят дублированный контент и часто сайты со скопированными статьями пессимизируются или даже банятся. Если со скопированной статьи нет ссылки на источник, то это лишь говорит о том, что владелец такого сайта ни на что большее не способен, чем своровать чужие материалы.

Вот некоторые русскоязычные каталоги статей:

[katalogstatei.ru](http://katalogstatei.ru)

[rusarticles.com](http://rusarticles.com)

[promoplace.ru](http://promoplace.ru)

[kata-log.ru](http://kata-log.ru)

Вы всегда сможете найти каталоги статей, введя запрос “каталог статей” в поисковик.

На статьях можно зарабатывать. Можно продавать и покупать их размещение. Для этого существуют биржи статей. В последнее время они появляются, как грибы после дождя.

Биржи статей:

[seozavr.ru](http://seozavr.ru)

[xmest.ru](http://xmest.ru)

[liex.ru](http://liex.ru)

[clx.ru](http://clx.ru) (биржа ссылок, есть сервис по статьям).

Кроме специализированных каталогов статей и бирж ссылок, вы можете разместить свои статьи других сайтах на платной основе или обменяться статьями.

Вот полезный ресурс с советами по написанию статей для сайтов:

[seotext.ru](http://seotext.ru)

Желаю вам успешного продвижения!

## Теги STRONG, EM, B и I в SEO

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

Какой тег лучше использовать с точки зрения SEO, `<strong>` или `<b>`, `<em>` или `<i>`? До сих пор ряд оптимизаторов считают, что использовать теги `<strong>` и `<em>` лучше при форматировании текста на сайте. Тут необходимо прояснить несколько моментов.

1. [W3C](#) рекомендует использовать **тег strong** вместо **b**, однако это всего-лишь рекомендации, не стандарты. То же самое по поводу тега *em*.

2. Поисковые системы и пользователи не видят разницы в тегах выделения жирным и наклонными шрифтами.

Для Google этот момент [прокомментировал Мэт Камс](#).

Недавно поднимался вопрос среди вебмастеров, в котором спросили, что лучше использовать, тег `<b>` или лучше было бы `<strong>`; ситуация неясна, так как раньше все использовали `<b>`, а W3C рекомендует использовать `<strong>`. Не стоит беспокоиться об этом!

Прелесть в том, что, фактически, инженер показал мне кусок кода, где я видел сам, что Google дает тегам **bold** и **strong** один и тот же вес (спасибо Паул, я весьма благодарен!). Вдобавок, я проверил, он также нашел код, который показал, что *em* и *i* обрабатываются также одинаково.

Теперь вы знаете что делать — верстайте так, как рекомендует W3C, делайте код семантически верным и не беспокойтесь о своих старых тегах, так как Google поддерживает их и обрабатывает абсолютно одинаково.

Более того, вы можете использовать и те и другие теги одновременно, выделяя их разными стилями с помощью CSS. Например, на страницах сайта [5pages.net](http://5pages.net) (к примеру стр. [200 лет Гоголю](#)) успешно используются и те и другие теги.

Для Яндекса официальной информации об этих тегах не найдено, однако, Константином Рощупкиным был [проведен эксперимент](#), в котором он утверждает, что **strong** и *em* лучше, чем **b** и *i*. С моей точки зрения, эксперимент не доведен до конца, так как стоило дождаться полной индексации, потом поменять теги в документах и посмотреть на результаты после переиндексации. Если бы страницы встали в той же последовательности, что и раньше, тогда можно было бы 100% утверждать приоритеты тегов, однако, на данный момент, по своему опыту, скажу, что разницы в этих тегах совершенно нет и для Яндекса тоже!

### Выводы

1. Выделяйте в теги ключи, а если необходимо просто выделить неключевую фразу жирным шрифтом, тогда используйте CSS стиль **font-weight:bold;**. Например на сайте [www.pereezd-master.ru](http://www.pereezd-master.ru) ([офисный переезд](#)) заголовки выделены с помощью **strong**.

(495) 923 81 50 — и дежурный менеджер с удовольствием даст вам ответ на любой вопрос.

#### Что ещё мы можем вам предложить?

Помимо офисных переездов наша компания оказывает любые другие услуги, связанные с транспортировкой вещей при квартирном или дачном переезде: эту работу мы легко выполним.

Каждый переезд, если он представляет особую сложность, может быть легко организован с максимальным качеством и кратчайшими сроками. Вам необходимо только согласовать и мы проведем без вашего участия: от составления плана переезда и согласования его с владельцем, до перевезённой мебели и тщательной уборки нового помещения. При необходимости предоставляем ответственное хранение с соблюдением наиболее благоприятного режима температуры и влажности.

Однако, правильной было бы выделить заголовки соответствующими тегами **Hx**, а **strong** использовать для ключевых фраз на странице, делая страницы более релевантными этим ключам.

(495) 923 81 50 — и дежурный менеджер с удовольствием даст вам ответ на любой вопрос.

#### Что ещё мы можем вам предложить? ← H2

Помимо офисных переездов наша компания оказывает любые другие услуги, связанные с транспортировкой вещей при квартирном или дачном переезде: эту работу мы легко выполним.

Каждый переезд, если он представляет особую сложность, может быть легко организован с максимальным качеством и кратчайшими сроками. Вам необходимо только согласовать и мы проведем без вашего участия: от составления плана переезда и согласования его с владельцем, до перевезённой мебели и тщательной уборки нового помещения. При необходимости предоставляем ответственное хранение с соблюдением наиболее благоприятного режима температуры и влажности.

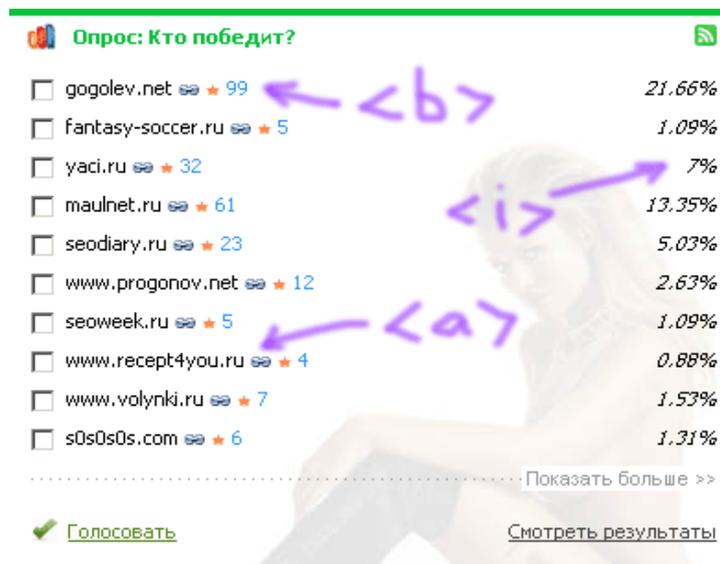
То же самое касается и тега *em*, — используйте его для ключевых фраз, а не для выделения текста типа “Добро пожаловать” или “только этой весной у нас скидки”.

2. Не используйте вложенные конструкции одинаковых тегов

**<strong><b>ключевое слово</b></strong>**

Это не увеличит релевантность страницы вашему ключевому слову, но будет считаться за спам и злые конкуренты обязательно пожалуются представителям поисковых систем на переоптимизацию ваших страниц с целью манипулирования выдачей.

3. Вы можете использовать теги в комбинациях, чтобы придать разный стиль разным участкам текста или элементам дизайна. Например на конкурсной странице [линкомаули](#) я для блока голосования использовал короткие (однобуквенные) теги, чтобы при большом количестве повторений эти элементы быстро подгружались (не занимали много места).



Но в тексте, чтобы выделить жирным ключи или нужные фразы, использовался **strong**.

4. Используйте strong и em по рекомендациям W3C, но не заморачивайтесь на изменении тегов своих старых страниц, так как это не стоит потерянного времени.

## Использование и оптимизация тега title

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*

Тег <title> является самой важной частью страницы любого сайта, поэтому стоит уделить большое внимание тому, как вы его составляете. Создание заголовков подобно искусству и не каждый может составить его нужным образом с первого раза, для этого требуется знать некоторые тонкости. Применяя для своих сайтов приведенные 12 советов по использованию и оптимизации тега title, вы избежите множества проблем в будущем.

### 1. Тайтл должен отражать суть страницы.

Этот пункт относится к юзабилити. Необходимо помнить, что тайтл показывается в результатах поиска во всех поисковиках и на него в первую очередь обращают внимание пользователи. От того, что вы поместите в тег <title> будет зависеть кликабельность и, соответственно, количество получаемого трафика.

Также тайтл используется при описании страницы (или сайта) в каком-нибудь каталоге сайтов, каталоге полезных ссылок, социальных закладках и других социальных сервисах. Если он не будет отражать суть контента, тогда страница не получит качественного целевого трафика. Для наглядности, сравните следующие примеры:

<title>Главная страница сайта</title>

и  
<title>NIGMA – интеллектуальная поисковая система</title>

или же внутренние страницы

<title>Тест</title>

и

<title>Тест: Настоящий ли ты блоггер?</title>

## 2. Включайте ваш бренд в тайтл страниц.

Используйте название вашего сайта или бренд в начале или конце в теге title на каждой странице для того, чтобы помочь пользователям понять, куда они будут переходить и повысить процент возврата. Некоторые пользователи поисковых систем пробегаются глазами вниз по выдаче для нахождения трастового бренда.

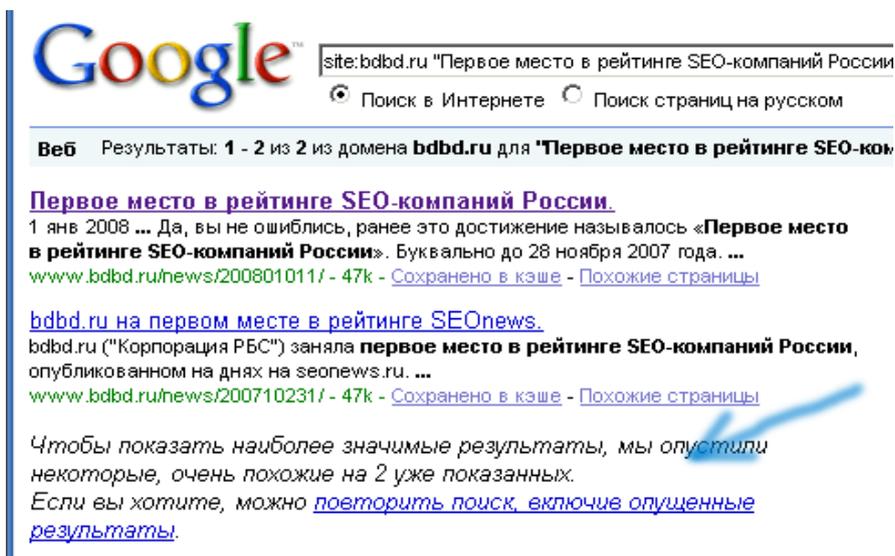
Вариант 1: Поисковая оптимизация

Вариант 2: Поисковая оптимизация — Википедия

Вариант 3: Optimization.ru: Поисковая оптимизация и продвижение сайтов

## 3. Используйте разные тайтлы на разных страницах.

Тег title должен быть уникальным на каждой странице, а также он должен быть уникальным во всей поисковой выдаче. Для уникализации тега внутри вашего сайта, используйте в нем названия статей, разделов, категорий и так далее. Если какая-либо статья разбита на страницы, тогда в конце тайтла добавьте текст **Страница 2 из 10** или просто **Стр. 2**. Для уникализации заголовков страниц по всему поисковому индексу удобно использовать имя бренда в тайтле. Одинаковые заголовки могут служить причиной появления дублированного контента и, соответственно, попадание некоторых страниц в “дополнительные результаты выдачи”.



## 4. Тайтл должен содержать в себе ключевые слова.

Ключи должны попадать в title естественным образом, этим словам поисковики будут присваивать наибольший вес из всех, что встречаются в тексте. Поэтому, оптимизируя страницу под определенную ключевую фразу, стоит её, прежде всего, включить в тайтл. Внутренние ссылки на определенную страницу чаще всего содержат её название в анкоре, также как и при естественных внешних ссылках люди ставят в анкор тайтл страницы, поэтому, если в этом теге не будет содержаться ключевых слов, тогда вы теряете большую возможность без затрат сделать страницу более релевантной для определенной ключевой фразы и продвинуть свой сайт по ней чуть выше в поисковой выдаче.

## 5. Не включайте в title слишком много ключевых слов.

Добавлять ключи в этот тег необходимо, но стоит знать меру и найти грань, между seo оптимизацией и юзабилити. При добавлении ключей в тайтл следите за тем, чтобы он оставался читаемым. Не стоит загонять в заголовок страницы более 2-3 ключевых фраз, оставляйте тайтл прежде всего читаемым и понятным для пользователей. При большом количестве ключевых слов, создайте несколько страниц на сайте, каждая из которых будет посвящена 1-2 ключу, таким образом вы укоротите заголовки и увеличите конверсию.

Примеры длинного и короткого заголовков:

Скачать музыку в mp3 формате: танцевальная, клубная, электронная, скачать клипы новинки песен – музыкальный портал Muz.ru

MP3collection.ru >> Танцевальная музыка, электронная клубная музыка

## 6. Не используйте стоп-слов в тайтле.

Поисковые системы не учитывают стоп-слова — те, которые встречаются в текстах так часто, что не могут быть значимыми для поиска. Как правило, это местоимения, предлоги и частицы. Поисковые машины [обычно игнорируют стоп-слова](#), даже если они встречаются в тексте запроса.

Среди русскоязычных стоп-слов можно выделить такие, как: **о, и, или, к, я, не, до** и т.д. Среди англоязычных это **a, about, an, as, are, but, be, or, and, for** и другие.

## 7. Каждое слово не должно повторяться более двух раз.

Лучше комбинировать слова, вставлять производные слов и т.д., ориентироваться в большей степени на пользователей. При встрече в тайтле слова более двух раз заголовок становится длинным, нечитаемым и спамным с точки зрения поисковиков. Например, вот этот заголовок:

Nokia 3410 – телефон, чехол для Nokia 3410, корпус Nokia 3410 аккумулятор для Nokia 3410

совсем не юзабельный, его избыточность напоминает спам, который так и норовит напомнить поисковым системам, чему посвящена страница. Лучше использовать в данном случае такой вид:

Телефон Nokia 3410 – чехол, корпус, аккумулятор, аксессуары

## 8. Не используйте слишком длинные заголовки страниц.

Ограничение на количество символов, учитываемых в теге title для **google** является **70** знаков, чтобы название в серпе уместилось в одну строку. В **яндекс**е учитывается в тайтле не более **15 слов**, а отображается не больше **80 символов**. Если ваш заголовок будет более максимального значения, поисковая машина автоматически обрежет его (google добавит троеточие в конце).

## 9. Делайте длину title не более 8 слов.

В 70-80 символов довольно сложно вместить больше 8 слов, однако, некоторые все равно делают title слишком длинным. Для google [количество учитываемых в тексте ссылки слов](#) равно восьми, для яндекса – 16. Помните, что пользователи, ссылаясь на ваши страницы, не любят менять тайтл, вставляя его в анкор ссылки. Ориентируясь только на яндекс и делая тайтл более 8 слов вы проигрываете в google.

## 10. Ставьте в начале заголовка наиболее значимые ключи.

Таким образом, даже при длинном заголовке, вы будете уверены, что ключи войдут в анкор внутренних и внешних ссылок и будут влиять на ссылочное ранжирование. Если вы любите длинные тайтлы, тогда ставьте бренд в конце, а не в начале тега. Обратите внимание, как делают заголовки различные компании и сервисы. Например, Википедия:

Википедия — свободная энциклопедия

однако, для внутренней страницы:

Федеральный конституционный закон — Википедия

## 11. Используйте паттерны.

Паттерн это шаблон. Если вам надо разместить несколько ключевых слов в тег title, либо использовать несколько модификаторов, тогда применяйте шаблоны, наподобие этого:

[модиф1 ключевик] + [ключевик модиф2] = [модиф1 ключевик модиф2]

Например, **Найти работу дома + Работа дома через интернет = Найти работу дома через интернет.**

Шаблоны могут быть разными, вот некоторые из них:

KW1, KW2, KW3

KW1, KW2 и KW3

KW1 | KW2 | KW3

Однако, стоит помнить, что при длинных ключевиках вы можете не уместиться в нужные ограничения по длине заголовка.

## 12. Не используйте специальных символов.

Поисковые системы поддерживают ряд специальных символов, которые вы можете поместить в тег title. Это следующие символы (не весь список):

Код	Символ	Название
&amp; &#38;	&	Амперсанд
&copy; &#169;	©	Знак копирайта
&reg; &#174;	®	Зарегистрированная торговая марка
&trade; &#8482;	™	Знак торговой марки
&bull; &#8226;	•	Жирная точка
&sect; &#167;	§	Знак параграфа
&mdash; &#8212;	—	Знак тире
&curren; &#164;	¤	Валютный символ
&pound; &#163;	£	Англ. фунты
&euro; &#8364;	€	Знак евро
&deg; &#176;	°	Знак градуса
&raquo; &#187;	»	Правосторонние двойные кавычки

&frac14; &#188; ¼ Простая дробь

В результатах поиска спецсимволы выглядят примерно так:

[Hysol® EA 9658™ Epoxy Film Adhesive](#)    
Hysol® EA 9658™ Epoxy Film Adhesive. High Strength and Durable Nacelle Film .  
state-of-the-art, high temperature and durable, epoxy-based film ...  
[www.hysolea9658.com/](http://www.hysolea9658.com/) - 11k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - 

Ранее, также поддерживались другие специальные символы, который на данный момент просто игнорируются. Среди неподдерживаемых символов можно выделить ASCII символы и следующие HTML сущности:

Код	Символ	Название
&#9650; &#9658;	▲ ►	Жирная стрелка вверх, вправо и др.
&#9786; &#9787;	☺ ☹	Светлый и темные смайлик
&#9788;	☀	Солнышко
&#9792; &#9794;	♀ ♂	Мужской и женский символы
&spades; &clubs; &hearts; &diamonds; ♠ ♣ ♥ ♦		Карточные символы: пики, трефы, червы, бубны
&#9834; &#9835;	♪ 🎵	Музыкальные символы

## Роль опечаток в SEO

[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)



Работать с конкурентными запросами в поисковых системах становится сложнее, так как конкурентность популярных поисковых терминов постоянно растёт и требуется затрачивать всё больше ресурсов для продвижения сайта на первую страницу результатов поиска.

В то же время, каждый день порядка 10% людей опечатываются при вводе поисковых запросов, даже самые грамотные иногда забывают переключать раскладку на клавиатуре.

Конкуренция по словам-опечаткам намного меньше и, поэтому, их намного проще продвинуть. Объём поиска по ним также мал, однако, до сих пор опечатки приносят достаточно трафика, учитывая, что в коммерческих тематиках борьба идёт за каждого потенциального клиента.

1	Слова	Показов в месяц
2	недвижимость	2162885
3	агентство недвижимость	226704
4	<u>агенство</u> недвижимость	58762
5	<u>недвижемость</u>	24170
6	<u>агенство недвижемости</u>	2651
7	<u>недвижность</u>	968
8	<u>нидвижимость</u>	467
9	<u>нидвижемость</u>	77
10	<u>агенство недвижности</u>	76
11	<u>недвижность</u> +и цены	8
12	<u>нидвижимость</u> +и цены	8

Конечно, 2600 показов в месяц для запроса “агенство недвижемости” это не так много, как 226000 для “агентство недвижимости”, однако, 2000+ посетителей в месяц это разве не хороший трафик?

Давайте разберемся, как же все-таки можно использовать эти опечатки и привлекать дополнительный тематический поисковый трафик к себе на сайт.

## Исследуйте ключевые слова

Для начала необходимо определить основные опечатки, которые могут иметь отношение к вашему сайту. Это можно сделать несколькими способами.

### 1. Проверьте логи вашего сайта

Обычно файл логов называется access\_log. На линукс-подобных системах найти его можно с помощью команды `locate access_log`. В нем можно найти, как люди опечатываются, когда ищут вас по названию бренда или по названию продукции.

Вместо логов более удобно использовать статистику, например, [Google Analytics](#) или [LiveInternet](#). Пользователи очень креативны при опечатках, о некоторых из них вам не приходилось даже и думать.

### 2. Найдите списки опечаток

Возможно, по вашей тематике уже кто-то подобрал список слов с опечатками. Поищите их в сети. Для английских слов можно воспользоваться [списком частых опечаток](#).

### 3. Попробуйте опечататься самостоятельно

Попробуйте быстро напечатать ваше слово на клавиатуре, попросите своего друга сделать это, переключите раскладку клавиатуры на другой язык, таким образом вы получите несколько вариантов подходящих слов.

### 4. Используйте генераторы опечаток

Генераторы используют примитивные алгоритмы формирования опечаток без проверки на используемость слов в поиске, однако, они часто помогают собрать нужный список.

Из русскоязычных генераторов можно использовать:

<http://www.raskruty.ru/tools/misspell/>

<http://www.tapogen.com/typos/li/russian/>

Англоязычный генератор опечаток:

<http://tools.seobook.com/spelling/keywords-typos.cgi>

## Анализируйте варианты

После того, как вы подобрали себе список опечаток, проанализируйте, стоит ли тратить время на оптимизацию сайта под них. Наиболее значимые факторы, на которые стоит обратить внимание, это

### 1. Количество показов по запросу

Используйте [wordstat Яндекса](#) или [Google Keywords Tool](#) и проверьте количество показов по каждому из выбранных запросов, удалите из списка те опечатки, которые практически никто не ищет.

### 2. Текущие результаты по опечатке

Введите слова в поиск и посмотрите, какие результаты выдаются поисковиком. Если поисковая машина автоматически исправляет ваше слово и в результатах нет того, что вы искали, то, вероятно, эту опечатку вам следует удалить из списка.

### 3. Конкуренция

Несмотря на то, что конкуренция по опечаткам намного меньше правильных слов, многие из них все же популярны и также весьма конкурентны. Вам следует знать вероятность попадания в топ по выбранным словам.

## Займитесь оптимизацией

После того, как вы определились со словами и проанализировали их, приступайте к оптимизации. Тактика продвижения по этим словам будет немного другой, чем при использовании нормальных слов.

Если просто использовать опечатки на страницах, в заголовках и урлах, то ресурс может потерять доверие и испортить переговоры. Кто из вас хочет иметь дело с теми, кто пишет неграмотно с ошибками? Поэтому, давайте рассмотрим приемы, которые увеличат трафик по опечаткам и не повлияют на репутацию ресурса.

### 1. Используйте отдельные страницы

Вы можете добавить список опечаток на отдельную страницу “Ошибки при поиске нашего сайта”, как, например, это сделали на сайте [www.avaria-auto.ru](http://www.avaria-auto.ru). Можно также сделать целый раздел на сайте, посвященный орфографическим ошибкам в вашей нише.

### 2. Размещайте опечатки на незаметных пользователям местах

В HTML коде имеются места, текст в которых не заметен пользователям сайта. Например, это альты картинок. Однако, не переусердствуйте :)

### 3. Добавьте слова с ошибками в генерируемых разделах

На блогах это могут быть комментарии, на форумах это посты (от анонимных пользователей). Такой подход не уменьшит репутации сайта, так как на блогах и форумах пользователи часто пишут слова с ошибками.

### 4. Составляйте анкеры с опечатками

Добавьте в ваш анкор-лист слова с опечатками. Так как ссылки размещаются на сторонних ресурсах, то доверие к вашему сайту останется в безопасности. Правда не каждый вебмастер захочет размещать у себя анкеры с ошибками, так же, как и вы.

## 5. Создавайте микросайты

Часто микросайты создают для значимых опечаток, например, опечаток вашего бренда. Для привлечения трафика по этим словам можно сделать микросайт с названием домена, похожим на ключевой запрос, таким образом получая большое преимущество перед другими ресурсами в этом слове.

Пример подобного сайта – [Linton Health](#) – австралийский бизнесмен, которого в реальности зовут Lintan Healt. Даже Google в целях сохранения трафика использует домены вроде [Googlr.com](#).

## 6. Используйте контекстную рекламу

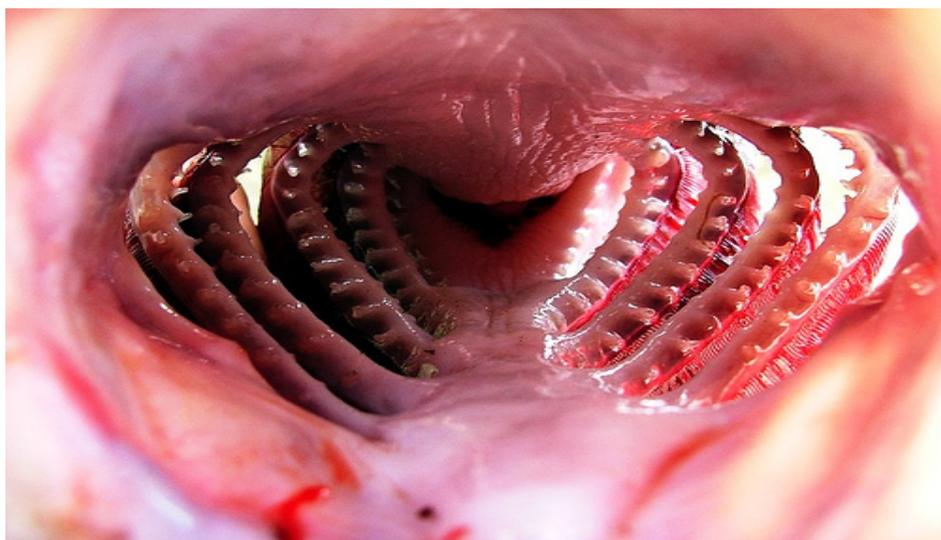
Добавьте опечатки в вашу рекламную кампанию в Яндекс.Директе или Google AdWords. В большинстве случаев конкуренция по опечаткам мала и стоимость коммерческих запросов будет также невелика, по сравнению с обычными словами. Создание рекламной кампании займет не много времени, а результаты можно получить в этот же день и протестировать трафик. Возможно, после тестирования какие-то из слов вы удалите из списка, а для каких-то, наоборот, будете использовать поисковую оптимизацию.

На этом список исчерпан. А вы практиковали использование опечаток на своем сайте? Можете поделиться опытом?

## Внутренние факторы ранжирования

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Сегодня продолжаю цикл статей по [теории SEO](#). В первой статье [Релевантность – как она рассчитывается поисковыми системами Интернет](#), я рассказал об общих принципах алгоритмов ранжирования в поисковых системах сети интернет. Во второй статье [ссылочное ранжирование](#), я детально остановился на таком факторе, как ссылочное ранжирование. В третьей статье цикла [авторитетность страницы](#), я описал еще один из факторов, прямопропорционально влияющих на выдачу, авторитетность страницы. Сегодня я хотел бы поговорить о внутренних факторах ранжирования, влияющих на релевантность выдачи.



О внутренних факторах или внутренней оптимизации написано немало постов, статей. Много сообщений написано на форумах. Есть пособия по составлению семантического ядра ресурса. Но сегодня я хотел бы остановиться на теоретической части, чтобы вы смогли уловить математическую зависимость организации документа и его релевантности определенному запросу.

Алгоритмы поисковых систем достаточно сложные и основаны в первую очередь на математике. Именно поэтому в данном цикле я публикую математические статьи, чтобы попытаться лучше понять принцип работы поисковых систем Интернет.

Условная формулы расчета релевантности, описанная в первой статье цикла, имеет вид:

$$R_q(x) = [k_1 \cdot T_q(x) + k_2 \cdot L_q(x) + k_3 \cdot C_q(x)] \cdot F(PR_q)$$

Значение величины  $T_q(x)$  – релевантности внутренних факторов ранжирования, определяется как релевантность исходного  $q$  кода документа запросу  $x$ . Исходный код страницы – это набор команд браузеру, используемых для отображения содержимого страницы, а так же текст и метаданные. Условная формула для расчета данного показателя может быть записана следующим образом.

$$T_q(x) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n k_i \cdot T_i$$

где  $T_i$  – релевантность  $i$ -го фактора внутреннего ранжирования;

$T_i = \frac{M_x}{N_x}$   $M_x$  – количество словоформ, совпавших с словоформами запроса  $x$  в  $i$ -м факторе внутреннего ранжирования;

$N_x$  – общее количество словоформ в  $i$ -м факторе внутреннего ранжирования;

$k_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го фактора внутреннего ранжирования;

$$k_i = \frac{|f_i|}{\left| \bigcup_{j=1}^n f_j \right|}$$

$f_i$  – множество словоформ, используемых в  $i$ -м факторе внутреннего ранжирования;

$|f_i|$  – количество словоформ, используемых в  $i$ -м факторе внутреннего ранжирования;

$\left| \bigcup_{j=1}^n f_j \right|$  – общее количество словоформ, используемых в  $n$  факторах внутреннего ранжирования;

$n$  – общее количество внутренних факторов ранжирования в коде страницы  $q$ .

На значение  $T_q(x)$  влияет расположение искомого текста на странице и частота встречаемости слов запроса в рассматриваемом документе, т.е. доля слов из текста запроса в общем количестве слов документа. Большой вес имеют слова, расположенные ближе к началу документа. Особо ценится точное вхождение текста запроса в текст документа. Следует отметить, что поиск по стоп-словам (союзы, междометия, предлоги, частицы) не производится, но они учитываются при ранжировании документов, что может серьезно влиять на результат выдачи.

То же самое можно сказать и о морфологии запроса. ПС отдают предпочтение одинаковой форме слов в тексте запроса и тексте документа. Для Google это имело принципиальное значение до тех пор, пока эта ПС не начала поддерживать русскую морфологию.

Другим внутренним фактором ранжирования является частота употребления слов в документе. Не существует определения «идеальной» плотности слов в документе хотя бы потому, что в каждой ПС она будет своя. Существуют лишь рекомендации о плотности ключевых слов на странице в пределах 3-7%. В теории поисковых систем это называют семантическим ядром.

К элементам форматирования текста относятся следующие **html**-теги:

- **<h1>,...,<h6>** – заголовки страниц;
- **<strong>** – акцентирование текста;
- **<b>** – выделение текста жирным;
- **<i>** – курсив.

Служебные теги **keywords** и **description** активно использовались многими поисковыми системами. Но в связи с тем, что их содержимое не видно пользователю на экране браузера, они стали действенным инструментом для обмана поисковых систем, что привело к тому, что в настоящее время влияние этих мета тегов незначительно или отсутствует. Например, Google при ранжировании документов их игнорируют вообще, но использует содержимое мета-тега **description** при построении сниппетов – фрагментов текста, содержащих слова из запроса, выдаваемых рядом со ссылкой на документ в результатах поиска. На сайте Яндекса указано, что он учитывает первые 50 слов из тега **keywords** при условии, что это слово присутствует в тексте страницы.

Наибольший эффект из страничных факторов даёт применение тэга **title** – заголовка страницы. Причём использовать в нём можно даже слова, которые не содержатся в тексте страницы – это тоже даёт эффект, хотя и меньший, но в некоторых случаях это оправдано. К тексту внутри этого тэга применимы те же понятия, что и для текста документа вообще: больший вес имеют слова, расположенные ближе к началу, очень эффективно точное вхождение искомой фразы. Судя по информации представленной на сайтах Яндекса, эта ПС не учитывает частоту вхождения слов из запроса в этом теге, а только факт их присутствия. Нецелесообразно делать очень длинные словосочетания в теге title, так как ПС могут накладывать ограничение на длину индексируемой части этого тега.

Атрибут **alt** тега **img**. – это текстовый комментарий к изображениям. Для Яндекса этот атрибут имеет значение только при поиске по картинкам, а при ранжировании документов в основном поиске не используется. Google учитывает содержимое этого атрибута только для изображений, являющихся ссылками.

В большинстве случаев при анализе позиций сайта в выдаче трудно выделить влияние как внутренних, так и других факторов. Но эффект каждого из факторов нетрудно проследить в крайних ситуациях, когда влияние других факторов крайне мало или отсутствует. Для начала можно поэкспериментировать с внутренними факторами ранжирования и проследить позиции, чтобы понять, как они влияют на позиции.

## Назначение и замена релевантных (целевых) страниц

*[Автор: Сергей Кокушаров \(Devaka\)](#)*

Перед продвижением сайта по заданным ключевым фразам необходимо выбрать для каждой из фраз целевую страницу, то есть ту страницу, на которую будет вести ссылка из результатов поиска. Поисковые системы называют эту страницу **релевантной** ключевой фразе, другими словами – она наиболее подходит для ответа на вопрос пользователя, введенный им в поиске.

Однако, целевая страница для запросов не задаётся вручную, – Яндекс, Google, а также другие поисковики определяют её автоматически, но иногда определение релевантной страницы происходит не совсем так, как этого хотел оптимизатор или вебмастер. А с другой стороны, бывают случаи, когда релевантные страницы для продвигаемых запросов в разных поисковых системах разные (например, в Google это может быть главная страница сайта, а в Яндексе – внутренняя).

В данной статье рассмотрены вопросы, касающиеся работы с целевыми страницами.

- Как помочь поисковику выбрать правильную релевантную страницу?
- Как сделать так, чтобы в разных поисковых системах релевантные запросам страницы были одинаковые для вашего сайта?
- Как поменять релевантную страницу в Яндексе или Google на другую?

Прежде, чем ответить на все эти вопросы, разберемся в факторах, влияющих на релевантность страницы определенному запросу.

## **Основные факторы, влияющие на релевантность страницы**

Среди основных факторов, влияющих на релевантность той или иной страницы сайта определенному запросу, можно выделить следующие (отсортированы по мере убывания их веса):

### **1. Релевантность контента страницы запросу**

Включает в себя вхождение запроса в той или иной форме в

- TITLE страницы,
- заголовки H1-H6,
- текст на странице,
- атрибут ALT для изображений.

### **2. Релевантность текстов ссылок запросу**

- внутренних ссылок сайта,
- внешних ссылок на сайт.

### **3. Взвешенный индекс цитирования (ВИЦ)**

[ВИЦ](#) страницы зависит от количества и качества ссылаемых на документ других документов сети (без учета текста ссылки, аналог модели [PageRank](#)).

### **4. Релевантность адреса страницы**

Вхождение ключевого слова (в оригинале или на транслите) в URL страницы.

### **5. Дата публикации документа (его свежесть)**

Если запрос не новостного характера, то более старые документы ценятся больше и при наличии на сайте двух одинаково релевантных по контенту страниц, выше будет страница более старая. С новостными и трендовыми запросами ситуация обратная, более свежие посты – выше в поиске.

## Как определить релевантную страницу?

Чтобы проверить, какую из страниц вашего сайта поисковик назначил целевой для интересующего ключевого запроса, можно использовать следующую конструкцию (работает и в [Google](#) и в [Яндексе](#)):

поисковые трюки site:devaka.ru

Первая страница сайта в результатах поиска по данному запросу будет наиболее релевантна (в нашем случае ключевой фразе “поисковые трюки”). Остальные страницы отсортированы по мере убывания релевантности.

## Как помочь поисковику выбрать правильную релевантную страницу?

Опираясь на указанные выше факторы, можно дать следующие советы для помощи поисковику правильно выбрать целевую страницу сайта по определенному ключу.

**1. Используйте ключевое слово** в TITLE, H1, тексте и ALT-атрибутах, а также по возможности в URL-адресе страницы.

**2. [Внутреннюю перелинковку](#)** организуйте так, чтобы она содержала в себе **ссылки с нужными [анкорам](#)** на нужные страницы. Также используйте нужные ключевые слова во внешних ссылках на целевую страницу.

**3.** Избегайте наличия других страниц на сайте, на которых используется заголовок TITLE или H1 такой же, как и на продвигаемой странице. Если такие страницы имеются, поменяйте их заголовки.

**4.** Избегайте наличия страниц на сайте, на которые ведут ссылки с текстом, по которому вы продвигаете другую страницу. Если такие страницы существуют, поменяйте адреса внешних ссылок на продвигаемую страницу.

Если вы по выбранному ключевому запросу **сделали акцент** на определенной странице, то поисковики это поймут и выберут в качестве целевой именно интересующий вас документ.

## Как сделать так, чтобы в разных поисковых системах релевантные запросам страницы были одинаковые для вашего сайта?

Если случилось так, что в разных поисковых системах релевантные страницы оказались разными, то проанализируйте эти страницы, проанализируйте все факторы, которые могли повлиять на их релевантность. После того, как вы проверите все факторы, упомянутые выше, вы поймете, что нужно исправить, чтобы поисковики под релевантной понимали одну и ту же страницу.

Чаще всего ошибкой является наличие внутренних (или внешних) ссылок с продвигаемым ключом на непродвигаемую страницу.

## Как поменять целевую страницу в Яндексе или Google на другую?

За время существования старой релевантной страницы, наверняка, остались ссылки на неё с интересующим вас текстом. Эти ссылки следует перенаправить на новую целевую страницу, если это возможно (минимум внутренние).

На старой странице желательно не использовать [прямое вхождение](#) ключевой фразы в заголовок, его необходимо поменять. А вот на новой такое использование пойдет только на пользу.

Если после грамотного изменений внутренних факторов сайта и назначения новой целевой страницы, поисковики до сих пор не определяют её релевантной запросу – не страшно. При продвижении и работе с

внешними факторами она со временем станет релевантней первой и заменит её в выдаче. Для ускорения процесса, если это допустимо, можно сделать [301 редирект](#) со старой страницы на новую.

## Заключение

При назначении по ключевой фразе релевантной страницы сайта, поисковые системы учитывают во внимание **мнение самого владельца сайта** (внутренние факторы) и **мнения других вебмастеров** (внешние факторы в виде ссылок). В большинстве случаев первого достаточно, чтобы правильно назначить целевую страницу, в то время как второе помогает дополнительно решить возникшие проблемы.

Несмотря на то, что описанные в начале статьи факторы просты и их использование для решения проблем с целевыми страницами многим вебмастерам понятно, было замечено, что на некоторые из них мало обращают внимания, особенно на анкоры внутренних ссылок.

## Чему я научился при продвижении сайтов

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Начинаю понимать, что пришла пора делиться своим каким-никаким но, опытом. Интересно будет посмотреть на этот свой опыт через год, еще интереснее через два. Опять же, жизненные ситуации из оффлайна, связанной с работой в онлайн.



Предыстория. Есть у меня один хороший знакомый, который хорошо делает различные сайты, он один из лучших web программистов Рязани, но не суть. Недавно общались с ним на тему продвижения одного сайта – большого регионального портала, за который мне предложили взяться. Данный сайт сейчас разрабатывается, но [продвижением уже пора заниматься](#).

У него есть свои собственные интересные проекты, продвижением которых он в том числе занимается, а я в свою очередь периодически ему помогаю с продвижением (что да как да через что), советами по оптимизации и т.д. И зашел разговор о продвижении сайтов. Сам он непосредственно продвижением клиентских сайтов не занимается, но что называется в теме от и до касательно механизма работы. Ему не обязательно разбираться в тонкостях покупки ссылок в сапе или блогуне, не обязательно быть в курсе всех нововведений ранжирования яндекса, зато он точно знает, на какую страницу из какого поисковика ему надо привлечь посетителя, чтобы дальше отправить его через так называемый «маркетинговый тоннель» и побудить к действию, которое в итоге принесет прибыль клиенту.

Возьмем простой пример. К вам обращается клиент, которому нужно продвижение сайта. Если сайт про деревянные двери в Рязани, по которому надо вылезти в топ яшки по региональному запросу «деревянные двери Рязань», «купить деревянные двери в Рязани», «деревянные двери в Рязани» и т.д., то это одно. Ваша работа состоит в том, чтобы составить инструкцию по составлению странички (скорее

всего главной), красивой как поисковых систем (яшки прежде всего), так и для посетителей, чтобы попав на эту страницу они сразу увидели контакты, адрес, ценники и фотографии с примерами продукции т.е. все то, чтобы это подстегнуло их набрать номер и через час приехать за покупкой. В данном примере обязательством является продвижение по необходимым запросам и нахождение сайта по ним в топе – все просто и понятно.

Возьмем сложный пример. К вам обращается представитель того же крупного регионального портала, который в данный момент разрабатывается и будет запущен через месяц. Клиенту в итоге через год нужен динамично посещаемый проект, на котором он будет зарабатывать и начнет отбивать деньги, вложенные в его создание и раскрутку. Это он может вам сказать совершенно четко. От вас же он хочет слышать, сколько денег ему потребуется вам платить, чтобы было так.

Сначала опишу не совсем правильный вариант, по которому я мог бы пойти месяцев 8-9 и ошибиться. Начитавшись форумов и блогов о продвижении сайтов и не имея за спиной **практического** опыта продвижения сайтов иду в любимый мною [webeffector](http://webeffector.ru). Прямо сразу у клиента спрашиваю, по каким запросам ему хотелось бы видеть свой сайт в топе, выбираем десяток-другой, просим эффектор еще нагенерить тематически и семантически схожих (а на выходе он дает примерно таковое) и получаем следующую или аналогичную картинку. Картинка кликабельна, URL замазан, хотя принципиальной разницы нет, так как сайт совсем молодой и еще нигде не «засвечен».

Ключевое слово	URL	Яндекс	G.ru	Треб.	Бюджет*, руб.	Посещ.
рязань		100	100	1	1400	4288
жк рязань		100	100	1	50	377
сауны рязани		100	100	1	50	271
банки рязани		100	100	1	50	463
цены рязани		100	100	1	50	512
авто рязань		100	100	1	400	346
авто в рязани		100	100	1	50	155
рязань инфо		100	100	1	50	400
7 инфо рязань		100	100	1	50	288
клубы рязани		100	100	1	50	282
кафе рязани		100	100	1	50	200
сайты рязани		100	100	1	50	299
карта рязани		100	100	1	300	2642
рязань карта		100	100	1	50	621
карта рязани с домами		100	100	1	50	29
карта рязани с улицами		100	100	1	50	468
карта рязани с номерами домов		100	100	1	50	562
интерактивная карта рязани		100	100	1	50	31
спарк рязань		100	100	1	50	3772
афиша рязань		100	100	1	50	465
кинотеатры рязани афиша		100	100	1	50	0
товары рязань		100	100	1	50	519
товары цены рязань		100	100	1	50	506
детские товары в рязани		100	100	1	50	506
товары для детей в рязани		100	100	1	50	498
такси рязань		100	100	1	50	330
фирмы рязани		100	100	1	50	147
люксор рязань		100	100	1	50	8028
люксор в рязани		100	100	1	50	351
люксор рязань афиша		100	100	1	50	1124
кинотеатр люксор рязань		100	100	1	50	788
люксор рязань расписание		100	100	1	50	400
работа рязань		100	100	1	50	1464
рязань работа		100	100	1	300	384
работа в рязани		100	100	1	600	5691
работа в рязани b2 ru		100	100	1	50	320
работа рязань вакансии		100	100	1	50	338
ищу работу в рязани		100	100	1	50	241
работа в рязани вакансии		100	100	1	50	1301
работа для студентов в рязани		100	100	1	50	243
работа в рязани для студентов		100	100	1	50	193
погода рязань		100	100	1	50	2091
погода в рязани		100	100	1	50	3941
погода в рязани на неделю		100	100	1	50	579
погода в рязани на 10 дней		100	100	1	50	1117
услуги рязань		100	100	1	50	561
исскур рязань		100	100	1	50	429
мебель рязань		100	100	1	300	233
ярмарка рязань		100	100	1	50	25498
рязань ярмарка		100	100	1	50	631
газета ярмарка рязань		100	100	1	50	6506
ярмарка газета рязань		100	100	1	50	637
ярмарка рязань газета		100	100	1	50	435
газета ярмарка в рязани		100	100	1	50	465
ярмарка рязань автомобили		100	100	1	50	395
новости рязани		100	100	1	50	1151
рязань новости		100	100	1	50	244
магазины рязань		100	100	1	50	1168
единство рязань		100	100	1	50	568
вакансии рязань		100	100	1	50	274
вакансии в рязани		100	100	1	50	430
рестораны рязани		100	100	1	50	192
аквапарк рязань		100	100	1	50	283
аквапарк в рязани		100	100	1	50	311
гостиницы рязани		100	100	1	1100	928
рязань гостиницы		100	100	1	300	251
автосалоны рязани		100	100	1	50	821
автосалоны в рязани		100	100	1	50	191
автошколы рязани		100	100	1	50	348
домострой рязань		100	100	1	50	970
мисс рязань 2009		100	100	1	50	318
квартиры в рязани		100	100	1	800	533
снять квартиру в рязани		100	100	1	50	316
поплажа квартир в рязани		100	100	1	50	226

Что нам выдал webeffector? 13.5 килорублей и 100 запросов, по которым сайт должен вылезти в топ и получать ежемесячно по прогнозам много-много регионального трафа. Глянем серп Яшки по рязанской выдаче (замечу, что траф по подобным запросам идет в подавляющем большинстве с яшки, в то время как в гугле вылезти по подавляющему большинству запросов не просто, а очень просто).

поиск [печать](#) [карты](#) [маркет](#) [новости](#) [компании](#) [блоги](#) [видео](#) [картинки](#) [rss](#)

**Яндекс**  
 Нашлось  
 22 млн страниц

Рязань  
 в найденном  в Рязани

**Рязань** местное время 15:10



**Погода** ☀️ +6°C [прогноз](#)

**Работа в городе** 124 вакансии [Продажи](#)

**Новости** Новые правила приема в детсады: [очередь отменили, но она осталась](#)

**Сайты Рязани**  
 Телефонный код: +7 (491, 4912)

**W Рязань** — Википедия

[Топонимика](#) [История](#) [География](#) [Административное деление](#) [Население](#)

**Рязань** — город в России, административный центр Рязанской области. Население на 1 марта 2009 г. — 510 тыс. жителей (в 2007 — 512,2 тыс., в 2005 — 515,9 тыс., в 1975 — 419 тыс., в 1970 — 350 тыс., в 1959 — 214 тыс. [ru.wikipedia.org/wiki/Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**tr Город Рязань**. [Вся Рязань на одном сайте](#).

[Веб-камеры](#) [Справочник телефонов](#) [Фотоальбом Рязани](#) [Фотографии Рязани](#)

Мы рады Вас видеть на рязанском региональном сайте "Город **Рязань**", на котором представлена наиболее полная информация как о **Рязани** так и о Рязанской области, которая была бы полезной не только гостям города **Рязань**, но и местным жителям.

[www.gorod.ryazan.ru](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Администрация г. Рязани**

[Торги и конкурсы](#) [Жителям](#) [Власти города](#) [Город Рязань](#)

В преддверии этого события, в большом зале администрации города чествовали лучших представителей сферы ЖКХ. Собравшихся поздравили глава администрации **Рязани** Олег Шишов и его заместитель, курирующий данное направление работы, Андрей Савичев.

[adm1zn.ru](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**«Рязань» в картинках**



**ry Рязань в сети** — новости города **Рязань**, погода в **Рязани**, афиша, доска...

26 марта 2010, 15:56 | 29 марта текущего года в **Рязани** стартует месячник по благоустройству города.  
 26 марта 2010, 13:05 | Рязанская городская Дума приглашает **Рязань** принять участие в «Часе Земли»  
[www.rzn.info](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Город РЯЗАНЬ и её окрестности**

29 февраля 1778 года Указом Екатерины II была образована Рязанская губерния. Тогда же Переяславль был переименован в **Рязань**. Рязанский край – один из постоянных объектов туризма. Город не разочарует никого.  
[rmb-avia.narod.ru/ryazan/ryazan.htm](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Хоккейный Клуб "РЯЗАНЬ"**

Хоккейный клуб "Рязань" провел последние матчи регулярного сезона в г.Твери в гостях у "ТХК". Первый матч наша дружина начала очень уверенно и уже на второй минуте Александр Попков открыл счет. Однако хозяева его сравняли и вышли вперед.

[www.hcryazan.ru](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**№12 - Родной город Рязань - Город Рязань, Новости Рязани, Рязань погода**

Боиетесь ли вы того, что **Рязань** зальет весной? Еще бы. Вода почти у порога моего дома!  
 Я живу на горе в двенадцатизатжке. До нас не дойдет. А что, в **Рязани** будет половодье?

[www.rzn.rodgor.ru](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Рязань** — Яндекс.Города

Хотите узнать, с какими определениями ассоциируется город **Рязань** у жителей Рунета? Дорогой он или дешевый, прекрасный или ужасный? Взгляните, только не воспринимайте результаты излишне серьезно :) Какой Рунет видит **Рязань**.

[goroda.yandex.ru/ryazan.xml](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Я Рязань, газета Ярмарка. Работа в Рязани. Недвижимость Рязани. Частные...**

**НЕДВИЖИМОСТЬ В РЯЗАНИ:** Земельные участки: Продаю. ЗЕМ. УЧАСТОК 12 сот, район Строители, рядом автобусная остановка 50м, по границе с двух сторон асфальт, Цена 1200000р.  
 Газета Ярмарка. Частные объявления г. **Рязань**. **НЕДВИЖИМОСТЬ В РЯЗАНИ.**

[www.yarmarka-ryazan.ru](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Мг Народная энциклопедия "Мой город". Рязань (Рязанская область)**

В 1787 г. в **Рязани** открыт театр - один из старейших в России. В 1856 г. в губернском городе **Рязань** Рязанской губернии насчитывалось 29 церквей, 1341 домов, 259 лавок. Во второй половине 19 в. **Рязань** - крупный транспортный узел.

[www.MojGorod.ru/rjazansk\\_obl/rjazan/](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Магазины Рязани, Предприятия, телефоны, фирмы Рязани и Рязанской области...**

Мы выпустили очередной телефонный справочник ЖЕЛТЫЕ СТРАНИЦЫ **Рязань** и Рязанская область. Самый полный справочник предприятий можно заказать по тел. 25-84-24, или просто дождаться нашего курьера ( справочник как и всегда бесплатный)

[www.062.ru](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

**Достопримечательности Рязани | История, культура и традиции Рязанского края**

Город **Рязань** находится в центре европейской части России, в двухстах километрах от Москвы. **Рязань** – административный центр области с населением в пятьсот тридцать пять тысяч человек. Река Ока делит территорию области на две части: северную...

[www.history-ryazan.ru/node/2224](#) [Рязань](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Рассмотрим ТОП 5, который наиболее трафикоемкий в плане переходов.

1. Первая старушка Wiki <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8F%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%8C/>, с ней смысла тягаться не вижу, будет очень дорого...
2. Втором месте <http://www.gorod.ryazan.ru/>, поддомен старого трастового guzan.ru. По большей части сидит за счет траста и внутренней оптимизации, не думаю, что его специально двигали.
3. Почетное третье место – <http://admrzn.ru/> – администрация города Рязани, ну ей грех не сидеть за счет того же траста и ЯК. Кроме того, на этот сайт наверняка есть ссылки с других правительственных сайтов, в том числе и из Москвы, и уж наверняка словоформа «Рязань» проскакивает в текстах этих ссылок.
4. На 4м месте находится сайт <http://rzn.info/>, сайт на домене 2003г, всякие там ЯКи, релевантные тайтлы, регулярное обновление, большой количество страниц делают свое дело.
5. Самое интересное 5е место, вылезла внутренняя страница сайта на **narod.ru** – <http://mmb-avia.narod.ru/ryazan/ryazan.htm>. Вот как раз этот сайт с выдачи «подвинуть» можно будет попытаться, возможно и в рамках 1400 рублей в месяц, озвученных сервисом webeffector.

Рассмотрим внутреннюю оптимизацию страницы, находящейся на 5м месте:

- title – «Город РЯЗАНЬ и её окрестности»;
- h1 – отсутствует;
- h2 – отсутствует;
- <h3> я насчитал аж 4 штуки;
- словоформа «Рязан» на странице встречается от около 50 раз;
- перелинковку с других страниц смотреть не стал, диагноз и так понятен, что сайт вылез по большей части за счет естественных ссылок (а их на этот сайт думаю достаточно, т.к. по сути дела это хороший справочник, а целевая страница является хорошим справочником по Рязани), за счет возраста

В теории вылезти в ТОП 5, точнее на 5ю позицию в Яшке можно месяца за 4-5. Дальше пробираться в топ 4 и выше будет сложно. И это при условии, что у вас будет хороший домен с хорошим трастом (надоело это понятие, которые однозначно нигде не определено, но по-другому не скажешь). Только тогда его можно будет помочь эффектором «подтолкнуть» его выше.

Скажу больше, чтобы за 13,5 килорублей попасть в топ 10 Яшки по озвученным запросам, нужно получить как минимум то количество естественных и близких к естественным ссылок (сапа тут не самый лучший вариант), чтобы получить достаточную долю этого мифического траста, чтобы в топ пролезть.

Отвлекаясь, теперь по теме поста. То что представил эффектор в цифрах позициях и ключевиках – это не та цифра, которую стоит продвижение по этим запросам хоть в яшке, хоть в Google. Это всего лишь ежемесячная сумма, которую надо добавить к «основному» бюджету, куда входит и работа оптимизатора, и бюджет на постовые с блогов, и бюджет на «вечные» ссылки со статей и страниц через биржи Miralinks и GogetLinks, без которых полноценный региональный портал не должен продвигаться да и развиваться в принципе.

Если брать только бюджет, предложенный эффектором для молодого сайта, то я больше чем уверен, что даже за полгода вы в топ 5 не вылезете по запросу «рязань», как бы эффектор не старался. Да и не сможет он полностью заменить работу оптимизатора, он может лишь помочь, так же как и другие автоматизированные сервисы. Помню часть цитаты [Сергея Чаботько](#), в которой говорится примерно о следующем: «чтобы продвинуть сайт, нужны не только автоматизированные сервисы, но и прямые руки». Т.е. одними автоматизированными сервисами вы в топ не пролезете.

На этом думаю закончить первую часть, потому что она и так получилась объемной. Во второй части расскажу о том, как из продвижения сайтов извлекать выгоду прежде всего владельцам сайтов, т.е. как и куда грамотно направить бюджет, выделенный на раскрутку сайта. Естественно, сайты будут «белые», которые клиентские, а не сателиты. Конечно, сайтов много, и варианты извлечения прибыли при помощи

сайтов различные. Я остановлюсь на тех, которые встречались в моей практике и практике моих знакомых. Расскажу, какие идеи пришли к нам в голову, как сделать из сайта хороший маркетинговый инструмент, применив знания и умения в области продвижения сайтов.

## [часть 2](#)

Первую часть можете прочитать по [этой ссылке](#). Сегодня поговорим о том, как из сайта выгоду извлекать и как при этом оптимизировать не разбрасываясь ссылочным бюджетом.



По сути дела любая монетизация на сайте сводится к тому, чтобы что-то продавать: ссылки, трафик, рекламные места, товары, услуги. Немного уточню, что трафик на белых проектах не столько продается, сколько монетизируется, например в те же продажи через партнерские магазины.

Чтобы что-то продавать с сайта, нужны посетители. Вот тут как раз на помощь приходит такая полезная штука как SEO или оптимизация сайтов под поисковые системы, которую в народе называют продвижением сайтов.

Продвижение сайтов требует денег – это факт. Но эти затраты можно неплохо минимизировать. Например грамотно провести внутреннюю оптимизацию вы можете самостоятельно, достаточно немного поэкспериментировать и вы поймете, как это надо делать. Хороший индикатор грамотной внутренней оптимизации – топ 10 поисковых систем по НЧ запросам для страниц вашего сайта. Можете так же прочитать мою статью [внутренние факторы ранжирования](#), в которой я рассказываю про внутреннюю оптимизацию страниц.

В статье [как раскрутить сайт](#), которая больше всего пригодится новичкам, я рассказывал, что для достижения топа выдачи поисковых систем необходима не только внутренняя оптимизация, но и внешние

ссылки. Ссылки можно покупать, а можно получать бесплатно, например, как описано у Сергея Сосновского – [бесплатные жирные ссылки с сайтов](#).

Это если в двух-трех словах о раскрутке сайта в теории. На практике все выглядит несколько по-другому, точнее с другого ракурса. Возьмем довольно интересный запрос «хостинг», с недавнего времени занимаюсь этим запросом для одного из сайтов.

Есть главная страница, на которой рассказывается про хостинговую компанию в целом, слово «хостинг» встречается в title. Есть страница, оптимизированная под запрос «хостинг», естественно там есть необходимый текст для людей, ссылки на основные виды хостинговых услуг, страница оптимизирована и под поисковые системы. Вопрос, какую страницу под запрос «хостинг» продвигать?

С точки зрения SEO проще и дешевле «вытащить» главную страницу по этому запросу, потому что у нее прежде всего больше веса за счет внутренних и внешних ссылок, которых на главную страницу гораздо больше, чем на внутреннюю.

С продвижением понятно, теперь необходимо оптимизировать целевую страницу для людей (юзабилити), чтобы попав на нее, посетитель задержался на ней и в итоге стал клиентом. Это главная задача продвижения данного сайта, а если точнее – это тот самый положительный результат, когда средства, вложенные в раскрутку начинают возвращаться в виде целевых клиентов, приносящих компании прибыль.

Немного поясню вышесказанное. Есть целевая страница, так называемая точка входа на сайт, куда приходят посетители. По большому счету не важно, откуда они приходят: с поисковых систем, с контекста, с других сайтов. Сегодня в качестве источника я рассматривал поисковые системы. Посетитель пришел. Надо сделать все, чтобы он остался – грамотно предложить ему спектр услуг на одной странице.

С точки зрения SEO есть смысл целевой страницей сделать главную, чтобы не переплачивать или сэкономить на ссылочном бюджете. Это реально и это работает.

В следующей части я планирую поподробнее остановиться на точках входа на сайт и так называемых маркетинговых туннелях. Кроме того, веду переговоры о том, чтобы для terehoff.com написали гостевой пост о том, как красиво и абсолютно белыми методами монетизируется портал по энергосбережению. Когда я узнал детали, я был восхищен. Удачной рабочей недели.

## Методы прикормки поисковых роботов

*[Автор: Алексей Терехов \(Terehoff\)](#)*

Я думаю нет смысла рассказывать, кто такие поисковые роботы и для чего они нужны. Скажу только, что частое посещение поисковыми роботами ваших сайтов является залогом хорошего целевого трафика с поисковых систем.



После того, как робот первый раз посетил ваш сайт и нашел там интересное для себя, то он вернется снова. Интересным для него в первую очередь является уникальный и полезный контент. Во время следующего визита робот смотрит изменения на сайте с момента последнего посещения и оценивает изменения на сайте. Если изменения есть и значительны, робот вернется на сайт снова через меньший промежуток времени. Если есть хорошая тенденция обновления вашего сайта и сроки обновления достаточно небольшие (например я на блоге пишу почти каждый день), то поисковый робот будет навещать вас настолько же часто, насколько часто вы обновляете свой сайт. Это если на пальцах.

Характерным примером часто обновляемых сайтов является сервис [LiveJournal.com](http://LiveJournal.com), на котором поисковые роботы просто живут. Поэтому для блогов советуют делать кросспостинг, чтобы ускорить индексацию страниц самого блога. Другим примером таких сайтов являются социальные закладки, которые большинство оптимизаторов использует для ускорения индексации.

Ну а теперь постараюсь перечислить все известные мне способы прикормки поисковых роботов, чтобы каждый раз им приятно было приходить на ваш сайт и находить что-то новое.

1. Регулярное обновление/добавление контента, чем чаще, тем лучше. Собственно говоря за новым контентом поисковые роботы и приходят.
2. Пинг поисковых систем при обновлении контента – характерно для блогов. При публикации нового поста происходит пинг (сообщение) поисковым системам о том, что на данном блоге появилась новый контент и его желательно проиндексировать. [Сервисы пинга, которые я использую](#).
3. Использование технологии RSS для передачи Feed с обновлениями вашего сайта на RSS агрегаторы ([feedburner.com](http://feedburner.com)) и RSS каталоги (неплохая [база RSS каталогов](#) от Kareg'а). Для блогов полезным будет добавление RSS в сервисы поиска по блогам [blogsearch.google.com](http://blogsearch.google.com) и [blogs.yandex.ru](http://blogs.yandex.ru).
4. Создание карты sitemap.xml для удобства индексации поисковым роботом. Об этом говорил [Джон Позаджидес в интервью](#) моему блогу. Правильно приготовленная карта сайта для поискового робота является вкусной и полезной пищей.
5. Постинг в социальные закладки, с которых поисковые роботы переходят на ваш сайт. О том чем лучше прогонять по закладкам я сравнивал в посте [Bposter u Sapiient Submitter](#). Кстати говоря, [Жук](#) выпустил новую версию своего [Жукладочника 2.0](#), можете использовать и его.
6. Кросспостинг в блог-сервисы. Последнее время про этот способ высказываются различные мнения, как положительные, так и отрицательные. Но как способ прикормки роботов остается актуальным.
7. Создание на страницах сайта блоков с постоянно обновляемым текстом. Есть предположение, что текстовый блок с постоянно обновляющимся контентом, будет очень «вкусным» для поискового

робота и у него будет больше стимула посещать ваш сайт чаще. Реализация данного способа для блога мне видится в создании блоков с последними комментариями и последними сообщениями с twitter. Повторюсь, это всего лишь предположение, основанное на практике. Если практикой оно будет доказано, я с удовольствием расскажу об этом на блоге.

8. Комментирование других блогов со ссылкой на свой блог, как ни странно, это по-прежнему работает. Каждый новый комментарий – это по сути дела обновление контента. На известных и раскрученных блогах, где поисковые роботы бывают очень часто, поэтому оставив в комментарии ссылку на свой блог вы тем самым сможете привлечь поисковых роботов с другого блога.

## Обзор автоматических систем продвижения сайтов

*Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)*

За прошлый год многое изменилось в сфере [seo](#), в том числе и в ход пустили новые сервисы, которые теперь сами продвигают сайты. И это набирает постоянно популярность среди пользователей. Давайте рассмотрим, что нам на рынке seo нынче предлагают по автоматическому продвижению сайтов.



**Seopult** – хорошая система продвижения сайтов. Созданная компанией UnMedia. Под поисковую систему Google очень легко выводит практически любые запросы, под Яндекс по сложнее, но работает.

Мне не нравится сервис тем, что над продвижением мало контроля. Система продвигает сайт за вас. Она сама генерирует описания под ссылки, что очень удобно, там можно выбрать топ, какой вам необходим, и система покажет приблизительно, сколько нужно за это будет платить в месяц.

Среди автоматических сервисов продвижения – эта система однозначно лидер в этой нише. У ребят действительно хороший подход к данному сервису. Думаю, он еще будет расти в будущем по спросу, самое главное внедрять новое, например как ввод white list – нормальные площадки для размещения ссылок, для тех, кто использует SeoPult +.

**Maremoto** – система автоматического продвижения сайтов от компании Ашманов и партнеры. Они решили не быть прямым конкурентом seopult, и сфокусировались на СЧ и НЧ запросы. Так же у них присутствует оплата по факту нахождения в топ 10 поисковых систем. Система крутая по функционалу, и рассчитана на малобюджетное продвижение сайтов.

Они дают рекомендации по тому, как нужно улучшить сайт, что бы продвижение его было более эффективным. А так же фишка в том, что можно продвигать большое количество запросов за небольшие деньги. Как мы все знаем НЧ запросы дают больше результата для продаж. ВЧ запросы эта система не продвигает, согласно правилам .

**ВебЭффектор** – это ответ Михаила Райцина сервису SeoPult. Сервис новый, но в нем уже зарегистрировано почти 4 тысячи пользователей. Думаю, у него есть потенциал догнать сервис SeoPult и теперь делить бабло вместе. То есть этот сервис может отнять не малую долю рынка автоматического продвижения у SeoPult.

Тут дают рекомендации по тому, что стоит делать, что бы не попасть под фильтры и продвижении шло более продуктивно, например:

Уважаемые пользователи! В связи с последними нововведениями Яндекса мы настоятельно рекомендуем на продвигаемых страницах закрыть в NOINDEX фрагменты текстов, содержащие высокую концентрацию ключевых слов. Как показывает опыт, в период обучения алгоритмов выдача остается нестабильной 1-3 месяца. Мы продолжим изучение нововведений Яндекса и обязательно сообщим вам об актуальных методах оптимизации контента.

Думаю, все системы будут активно развиваться, и привлекать новых клиентов на продвижение, а так же оперативно реагировать под все изменения поисковых алгоритмов.

Я не продвигаю сайты свои в системах автоматического продвижения, по той причине, что можно продвигать и дешевле и лучше, имея при этом полный контроль и получать лучше результат. Использую только SeoPult для продвижения партнерских сайтов по секс знакомствам и другим тематикам. В данном случае это круто, поскольку система сама ищет сайты, которые размещают такие ссылки, а далеко не все сайты размещают адалт ссылки.

## Разное. Расширенная оптимизация

В этом разделе обсуждаются темы, не вошедшие в предыдущие разделы. Как работают поисковики, операторы ботов, поисковые запросы и так далее.

### Как попасть в DMOZ — советы редактора

*[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)*

[DMOZ](#) — широко известный открытый каталог Интернет-ресурсов (open directory project (ODP)). Вебмастеров этот каталог привлекает своей авторитетностью и высокими показателями:

- Google PR — 8.
- Yandex тИЦ — 4700.

Если вы твердо решили добавить свой сайт в этот каталог и намерены добиться цели, тогда эта статья для вас.

Это не свод законов, а лишь видение правил DMOZ глазами редактора каталога, т.е. мной. Не стоит воспринимать данные рекомендации как гарантию добавления сайта в каталог, однако они определенно помогут вам должным образом подготовить ресурс и снизят вероятность отказа.

Итак, основные требования:

1. Сайт должен быть закончен и наполнен информацией. Это значит, что все ссылки должны быть рабочими, никаких сообщений о “реконструкции” и т.п. Если редактор при просмотре сайта найдет такие страницы, в регистрации вам, скорее всего, будет отказано.
2. Понятная и логичная навигация без java-скриптов и флеша — большой плюс для вашего ресурса в глазах редактора.
3. Пару слов о дизайне. В большинстве случаев редактор не одобрит сайт с убогим дизайном, но сильно заморачиваться этим не стоит. Для большинства разделов каталога это не главное.
4. Реклама... Сайтов без рекламы становится все меньше, даже блоги тинэйджеров пестрят баннерами. Поэтому не стоит убирать всю рекламу перед добавлением в каталог, а потом ставить ее обратно. Чревато =>

Но некоторые рекомендации по поводу рекламы я все же дам. Редактор добавляет в каталог не рекламную площадку, а полезный для рядового пользователя сайт, поэтому постарайтесь организовать показ баннеров и контекстной рекламы так, чтобы она не мешала восприятию информации. Это значит, что никаких pop-up и pop-under, редиректов и прочих прелестей назойливой рекламы быть не должно.

5. Контент. Это то, ради чего ваш сайт добавляется в каталог. В идеале он должен быть уникальным и востребованным. Свежесть информации также приветствуется. Требуемая частота обновлений во многом

зависит от тематики ресурса, т.е. сайт-визитка в принципе не может обновляться часто, в то время как для новостного сайта последняя новость за май 2005 года будет смотреться странно.

В любом случае редактор сам решит, насколько актуален, полезен и уникален ваш контент. Пару слов про уникальность: главная задача каталога — широкое представление той или иной тематики, поэтому сайты с одинаковым содержанием и направленностью не должны присутствовать в каталоге.

6. Правильно выбранная категория и грамотное описание увеличивают ваши шансы на появление в DMOZ. Для начала убедитесь в том, что ваше описание не повторяет уже существующие и обладает уникальными чертами. Помните, что редактор может отредактировать описание по своему усмотрению.

Теперь, собственно, про добавление сайта в каталог. Никаких уведомлений о том, что ваш сайт прошел или не пошел модерацию, вы не получите. Единственным исключением может быть письмо от редактора с просьбой кое-что отредактировать и подправить, но это скорее исключение, чем правило.

Проверить наличие сайта в каталоге можете только вы сами, воспользовавшись поиском по каталогу. Учитывайте также то, что минимальное время добавления сайта в каталог составляет около двух суток, т.к. заявка к редактору поступает примерно в течение 24 часов после добавления. Утвержденный сайт тоже не сразу поступает в каталог, должно пройти около суток. Максимальное время ничем не ограничено =)

Сразу после подачи сайта на рассмотрение я советую написать редактору этого раздела лично на e-mail. Это может ускорить рассмотрение вашей заявки. Если не последовало никакого ответа и/или ваш сайт в течение месяца не появился в каталоге, есть смысл обратиться к редактору родительского раздела.

Если же вам никак не удастся пополнить один из разделов каталога своим сайтом, а очень хочется, последняя возможность сделать это — самому стать редактором DMOZ =)

Полезные ссылки:

- Куда добавлять: <http://www.dmoz.org/World/Russian/>
- Где почитать о дmoz: <http://www.russiandmoz.ru/>
- Куда пожаловаться: <http://report-abuse.dmoz.org/>
- Официальный блог дmoz: <http://blog.dmoz.org/>
- Публичный форум дmozа: <http://www.resource-zone.com/forum/>

## Как добавить сайт в каталоги Яндекс, Google (DMOZ), Mail ru, Рамблер (Rambler Top100), Апорт

*[Автор: Димитрий КтoNaNovenkogo](#)*

Сегодня будет статья про **регистрацию в каталогах** поисковых систем Яндекс, Рамблер, Google (DMOZ), Mail.ru и Апорт. Вообще, поисковые системы, как правило, предлагают два варианта поиска информации - посредством введения поискового запроса и посредством поиска в тематическом каталоге. Естественно, что в первом случае пользователь получит несомненно большее количество результатов поиска, ибо данные собирались [посредством поисковых роботов](#).



Попробовав искать нужные вам ресурсы через какой-либо из каталогов поисковых систем (наиболее известны и популярны каталоги **Яндекс, Рамблер, Google, Mail.ru** и **Апорт**) вы получите гораздо меньшую выборку, чем при введении поискового запроса. И это в первую очередь связано с тем, что в каталоги поисковых систем сайты добавляются людьми (редакторами разделов каталога), а следовательно и возможности каталогов по поиску информации весьма ограничены.

### **Зачем добавлять свой сайт в каталоги Яндекс, Рамблер, Google (DMOZ), Mail.ru**

Зато сайты в каталогах поисковых систем вследствие того, что они проходят обязательную модерацию перед добавлением, наверняка будут являться качественными и соответствующими заявленной тематике. Но это все лирическое отступление на тему того, зачем поисковые системы используют каталоги. Нас же с вами интересует шкурный вопрос - как добавить свой сайт (пройти регистрацию) в каталоги Яндекс, Рамблер, Google (DMOZ), Mail.ru и Апорт.

Перечисленные выше каталоги поисковых систем являются самыми популярными в рунете и именно в них стремятся добавить свои ресурсы практически все вебмастера. Дело в том, что нахождение сайта в одном или нескольких из перечисленных выше каталогов поисковых систем, говорит прежде всего о качестве данного ресурса, ибо он смог пройти ручную модерацию при добавлении в каталог.

Кстати, особых диссидентов в виде серьезного увеличения посещаемости или значительного роста [трастовости и авторитетности](#) ждать от добавления своего сайта в каталоги поисковых систем не стоит. Равно как и свиста в ушах от увеличившейся скорости [продвижения сайта](#) в поисковых системах вы тоже не услышите. Эффект от **регистрации в каталогах Яндекс, Рамблер, Google (DMOZ), Mail.ru**, конечно же, будет, но на фоне других применяемых вами аспектов продвижения вы его вряд ли отчетливо прочувствуете.

Прежде всего регистрация в каталогах поисковых систем (успешная регистрация, когда ваш ресурс будет добавлен в каталог) носит скорее рекомендательный характер. Ибо попасть в один или несколько каталогов поисковых систем Яндекс, Рамблер, Google, Mail.ru является желательным условием для успешного продвижения проекта, но вовсе не гарантирующим, что после этого у вас все пойдет как по маслу.

Исключением из общего правила, пожалуй, является *каталог Яндекса*, ибо попадание в этот каталог может привести к существенно более быстрому росту такого показателя, как [ТИЦ](#), который, кстати говоря, и был придуман для ранжирования ресурсов в Яндекс каталоге. Но попасть в этот самый популярный

каталог рунета на бесплатной основе реально только для тех тематик, где наблюдается явный дефицит претендентов.

В популярных же тематиках Яндекс каталога находятся только те ресурсы, владельцы которых не пожалели за это отвалить кругленькую сумму (12 500 руб). Причем, оплачиваете вы не факт **добавления сайта в каталог Яндекса**, а только лишь его внеочередное рассмотрение. И вовсе не факт, что ваш ресурс примут в каталог Яндекса, даже за деньги. Во как все сложно.

Но давайте рассмотрим процесс добавления в каждый каталог поисковых систем (Яндекс, Рамблер, Google (DMOZ), Mail.ru и Апорт) в отдельности со всеми подробностями и нюансами, которые могут иметь значение. Особенно это важно при *добавлении сайта в DMOZ*, ибо в русскоязычном сегменте этого каталога наблюдается явный дефицит редакторов (модераторов) и, как следствие, возникают трудности при регистрации.

## Как добавить сайт в каталог DMOZ (Google)

Давайте тогда и начнем рассмотрение с **каталога DMOZ**, который, кстати, по совместительству выполняет роль каталога поисковой системы Google. Проще говоря, **каталог Google** полностью копирует структуру DMOZ и все добавленные в него сайты. Правда, с некоторой задержкой. Например, меня совсем недавно (после полутора лет попыток и ожидания), наконец-то, добавили в DMOZ в довольно престижный, с моей точки зрения, [раздел SEO блогов](#), но в [каталоге Google в разделе SEO блогов](#) упоминаний о блоге KtoNaNovenkogo.ru пока что нет.

В каталоге DMOZ теперь я соседствую с такими признанными мастерами SEO блогинга как Девака, Сосновский, Амерханов, Голопогосов (Димок). Хотя вряд ли мой блог KtoNaNovenkogo.ru можно на сто процентов считать SEO блогом, ибо пишу я не только о продвижении, да и не подхожу к этому вопросу профессионально, а всего лишь делюсь собственным опытом. Ну да ладно, главное, что наконец-то **приняли в DMOZ**, после полутора лет ожидания.

Но отчасти в том, что блог KtoNaNovenkogo.ru так долго не был добавлен в DMOZ виноват оказался я сам. Дело в том, что достаточно было повнимательнее присмотреться к тем разделам каталога DMOZ, в которые я пытался зарегистрировать KtoNaNovenkogo.ru, чтобы увидеть, что они не имеют редактора. После того, как я написал редактору раздела более высокого уровня и очень вежливо спросил о причинах не приема в DMOZ моего блога, проблема была быстро и успешно разрешена.

Итак, что нужно сделать для **добавления сайта в каталог Google (DMOZ)**? Да, собственно, ничего особенного - сущие пустяки. Я, кстати, уже приводил в одной из своих ранних статей ссылки на [регистрацию в основных каталогах поисковых систем](#), но сегодня я хочу поговорить об этом чуть подробнее. Думаю, что кому-то это сможет помочь и ускорить процесс добавления и принятия сайта в каталоги поисковых систем.

Теперь давайте поговорим непосредственно про то, что непосредственно касается добавления в DMOZ. Для начала вам нужно будет зайти в [русскоязычный сегмент этого каталога](#) и попытаться найти наиболее подходящий вашему ресурсу раздел русского DMOZ. Но при этом я советую вам обращать внимание на то, имеет ли этот раздел DMOZ редактора или нет. Дело в том, что при отсутствии редактора рассмотрение вашей заявки на добавление в каталог может затянуться на годы.

Определить, модерируется тот или иной раздел каталога DMOZ или же не модерируется достаточно просто. В самом низу каждого раздела DMOZ будет приведена либо ссылка на контактную информацию редактора данного раздела (Редактор раздела такой-то), либо ссылка на возможность самому стать редактором данного раздела каталога (Вы можете подать заявку на редактирование раздела). Вот именно в такие разделы DMOZ, не имеющие редакторов, я бы не советовал подавать заявку.



Лучше, наверное, будет попробовать подать заявку на добавление в родительский раздел DMOZ имеющий редактора (в тот раздел, внутри которого заключен нужный именно вам). Думаю, что редактор сам решит куда уместнее будет разместить ваш ресурс, если он ему понравится. Вот на какие крайности приходится идти ради достижения цели.

По поводу не принятия блога KtoNaNovenkogo.ru в каталог DMOZ я писал в одной из [веток форума mastertalk](#), где мне как раз и посоветовали написать редактору раздела. Там же говорилось и о том, что в некоторых случаях приходилось самому стать модератором каталога DMOZ, для того, чтобы добавить свой сайт в нужный раздел.

По прошествии некоторого времени после подачи вашей заявки на **добавление сайта в каталог DMOZ** (пару месяцев), можно будет попробовать написать редактору интересующего вас раздела (или более высоко стоящего раздела) и вежливо поинтересоваться причинами отказа или задержки в рассмотрении вашей заявки.

Да, описывая нюансы выбора раздела DMOZ совсем забыл описать алгоритм добавления сайта в этот каталог. Так вот, находите нужный раздел в [русскоязычном каталоге DMOZ](#), имеющего редактора и в верхнем меню щелкаете по ссылке "предложить URL".



В результате откроется страница с полями, в которые вы должны будет ввести информацию о своем ресурсе (Url, заголовок, описание и контактный E-mail). Не пытайтесь преувеличивать и писать продающий текст - просто как можно более емко и просто опишите ваш ресурс. Дальше все будет зависеть от редактора DMOZ и его хорошего или плохого настроения.

После того, как ваш ресурс примут в каталог DMOZ, вы получите [открытую для индексации поисковыми системами](#) жирную обратную ссылку с [трастового ресурса](#):

- [Devaka](#) - Статьи о поисковой оптимизации, контекстной и работы поисковых систем. Информация об авторе.
- [KF-web](#) - Заметки Федора Комышова о SEO и блогосфере для CMS Wordpress.
- [Ktonanovenkogo.ru](#) - Обучение созданию, продвижению сайтах

[-] Alexa: 492 | dmoz.org Google: 3 Yandex: 2 800 | 5

Вот вам еще один способ бесплатного получения обратных ссылок с жирных ресурсов, о которых я рассказываю в рубрике [Бесплатные обратные ссылки](#). Кроме самого каталога DMOZ, ссылка на ваш сайт со временем появится и в **каталоге Google**, что тоже, наверное, принесет свои небольшие дивиденды в плане поискового продвижения.

## Каталог Mail ru

В принципе, добавить свой ресурс в каталог Mail ru не так уж и сложно, во всяком случае, у меня, да и у большинства других блогеров это заняло не более недели с момента регистрации. Правда, существует ограничение, что в **каталог Mail ru** коммерческие и политические сайты принимаются только на платной основе (12 т. р.). Если ваш проект не относится к данным тематиками, то платить за регистрацию в каталоге Mail ru вам не потребуется.

Для бесплатной **регистрации в каталоге Mail ru** вам нужно будет на [главной странице](#) пройти по ссылке "Добавить сайт" (расположенной в правом верхнем углу), а на открывшейся странице перейти по ссылке, показанной на скриншоте:

После зачисления денежных средств плательщика на р/с н рабочих дней.

[Прислупить к регистрации »](#)

Сайты благотворительных, образовательных и подобных им гуманитарными целями, не содержащие рекламы и предло: редакция не дает обязательства познакомиться с вашим сай: ваш сайт, пройдите по этой ссылке

Далее вам потребуется ввести URL своего сайта и на следующей странице заполнить все предлагаемые поля. Опять же не старайтесь особо писать продающий текст (хотя это тоже было полезно для привлечения посетителей со страниц каталога), тем более, что, например, описание моего блога было серьезно переработано редактором раздела.

Во время регистрации в каталоге Mail ru вам так же будет предложено, после заполнения всех данных о своем сайте, выбрать нужную вам категорию каталога, а так же территориальную принадлежность добавляемого ресурса (регион). По окончании регистрации вас поблагодарят и останется только ждать сообщения об успешном добавлении вашего сайта в каталог Mail ru на указанный при регистрации почтовый ящик.

Хотя мне сообщение на почту, по-моему, так и не пришло. Обнаружил я то, что блог KtoNaNovenkogo.ru **добавлен в каталог Mail ru** через программу [Site-Auditor](#).

http://

Данные по сайту Дата и время проверки: 11/0

<b>Индекс цитирования</b>	
ТИЦ [?]:	60 (бар)
PR [?]:	4 (4)
<b>Проиндексировано</b>	
Яндекс [?]:	333 (332)
Рамблер:	↑354
Google:	↑1060
Yandex[?]:	571

<b>Наличие в каталоге</b>
Яндекс: <u>нет</u>
Рамблер: <u>есть</u>
Апорт: <u>нет</u>
Dmoz: <u>есть</u>
Mail.ru: <u>↑есть</u>

Статистика

При проведении [экспресс анализа в Site-Auditor](#), в правой области под названием "Наличие в каталогах" можно отслеживать положение дел с этим аспектом продвижения. Если щелкнуть по ссылке "Есть" в окне программы, то вы попадете на страницу каталога с описанием вашего сайта:



Но в любом случае попытка не пытка, поэтому ничего вам не мешает подать заявку на [бесплатную регистрацию ресурса в Яндекс Каталог](#). Заполняете все приведенные на этой странице поля, отправляете заявку и начинаете усиленно надеяться на чудо - **бесплатное добавления в Яндекс каталог**.

Если в чудеса вы не верите, а вот дивиденды предлагаемые Яндекс каталогом вам получить все же хочется (престиж, быстрый [рост Тцц](#), трафик со страниц каталога), то вам нужно будет пройти на страницу [платного добавления сайта в Яндекс Каталог](#). Но еще раз напомним, что Яндекс оставляет за собой право изменить созданное вами описание сайта, а так же и отклонить вашу заявку на регистрацию в каталоге, несмотря на уплоченные 12 500 рублей.

Если ваш сайт не примут в Яндекс каталог с первого раза, то никто вам не запрещает попробовать пройти регистрацию еще раз, заплатив повторно 12 500 рублей. Кстати, [изменение описания своего ресурса в Яндекс каталоге](#) тоже возможно, но опять же на платной основе (4 500 руб), но некоторые моменты в описании ресурса все же можно будет изменить бесплатно.

Хотите живой пример известного блогера, решившегося расстаться с оговоренной суммой денег и добавившего свой блог в Яндекс каталог? Я, кстати, о нем уже писал - это [Сергей Сосновский](#) (великий экспериментатор в области SEO). [Тцц](#), после добавления его блога в Яндекс Каталог начал расти так, словно ему дали хорошего пинка.

Тех денег, что у меня [стянули с моего WebMoney кошелька](#) как раз бы хватило на **платное добавление в Яндекс каталог**, но увы и ах. Как бы заранее знать и потратить эти, уже ставшие чужими, электронные деньги на благое дело. Не уважаемые воры, может быть вы мне их вернете, а? Обязуюсь честно их отдать Яндексу за регистрацию в каталоге.

Осталось только рассказать про добавления в каталог такой малоизвестной поисковой системы, как Апорт. Собственно, здесь совсем все просто. [Форма для добавления в каталог Апорт](#) является общей и для добавления сайта в поисковую систему Апорт. За полтора года ожидания блог KtoNaNovenkogo.ru так и не попал в каталог Апорт, но зато мне предлагают сделать это на платной основе:

Ресурс <http://ktonanovenkogo.ru/> уже зарегистрирован в Апорт-Каталоге и находится на стадии проверки. Воспользуйтесь платными услугами Апорт-каталога по адресу

Расценки в каталоге Апорт более гуманные, нежели в Яндекс каталоге, но все же у меня нет достаточно мотивации на трату этих денег. Наверное, существуют и еще достаточно крупные каталоги ориентированные на рунет, в которые было бы неплохо добавить свой сайт. Но это уже будут, скорее всего, тематические каталоги по направлению вашего ресурса.

## Как индексирует Google

*[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)*



Google стал более разборчивым в поисковой выдаче. Но очень интересно посмотреть в чем же? Очень много людей уже изучали процесс индексации Google, даже экспериментировали над [ранжированием](#) и факторами влияющими на него, но мы до сих пор удивляемся тому насколько умен Googlebot сам по себе.

Для начала мы познакомимся с некоторыми теориями и принципами работы **Googlebot**. Некоторые результаты представленных ниже исследований под вопросом и должны быть проверены на сотнях доменов, но все же это должно натолкнуть вас на некоторые идеи.

## Скорость работы поискового паука

Первое, что мы решили протестировать, это утверждение Мэтта Каттса: "*... количество страниц, которые мы просматриваем напрямую зависит от PR вашего сайта*".

Это привело нас к одной из самых главных проблем многостраничных сайтов — к проблеме индексации всех страниц.

Представьте, что сайт Amazon.com новый сайт, тогда сколько же времени потребуется [Google](#) чтобы проиндексировать все 48 миллионов страниц. И тут утверждение Мэтта Каттса о том, что это было бы не возможно, если у сайта не было бы бэклинков, является правдой.

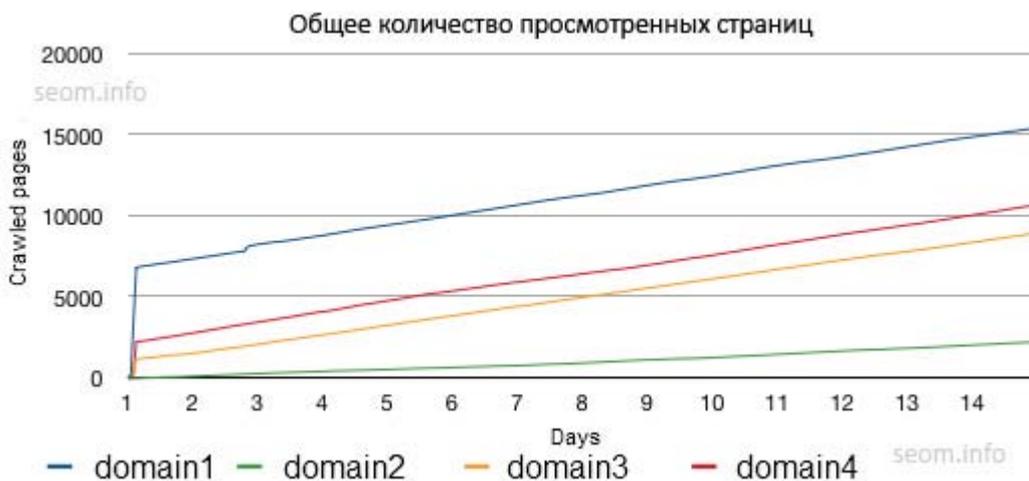
Для эксперимента мы взяли домен без истории (никогда нигде ни регистрировался, ни одного бэклинка). Затем на этом домене мы создали страницу с 250 ссылками, ведущими на страницы с еще 250 ссылками и т. д. Ссылки и URL были пронумерованы от 1 до 250 в таком же порядке, как они идут в исходном коде.

Мы добавили URL в поисковик с помощью "addurl". Так как домен не имеет ни одной обратной ссылки (бэклинка) следовательно у него нет PR, либо он совсем ничтожен. Если же слова Мэтта Каттса действительно являются правдой, Googlebot должен практически сразу же остановить [индексацию](#) данного домена.



Как видно из диаграммы, Googlebot начал просмотр сайта со скоростью примерно в 2500 страниц в час. Через три часа он замедлился до 25 страниц в час и с такой же скоростью продолжил просматривать сайт на протяжении последующих месяцев.

В подтверждение данных результатов мы проделали то же самое с двумя другими доменами. Повторные тесты показали примерно похожие результаты. Единственное различие — меньшая скорость просмотра вначале.



## Влияние карты сайта

Во время тестов, карта сайта показала себя как мощный инструмент влияния на поискового паука. Мы добавили карту сайта с 50 000 не просмотренными поисковиком страницами. Googlebot поместил ссылки из карты сайта выге всех остальных в очереди на просмотр роботом.

Это означает, что эти страницы будут просмотрены быстрее всех остальных. Также карта сайта увеличивает скорость просмотра страниц в час. Вначале, скорость просмотра была 20-30 страниц в час.

После того, как была загружена карта сайта скорость увеличилась до 500 в час. Через несколько дней, скорость увеличилась до 2224 страниц в час. Средний рост скорости просмотра страниц сайта

поисковиком составил 4630.27%. Причем, увеличилась скорость просмотра страниц не только из карты сайта, но и всех не включенных в нее страниц.



Нужно отметить, что Google внезапно увеличил скорость просмотра страниц сайта. Google, возможно, придает большее значение ссылкам на страницы, расположенным в карте сайта.



А теперь давайте вернемся к утверждению Мэтта Каттса.

Всего лишь за 31 день, Googlebot просмотрел 375 000 страниц. Если данное число должно быть пропорционально PR домена (который у нас был 0), тогда это означает, что с PR = 1 Googlebot просмотрит 140 625 000 000 страниц за 31 день.

Помните, что PR увеличивается в геометрической прогрессии (ссылки, необходимые для получения следующего уровня PR). Другими словами, не задумывайтесь о PR, даже если у вас огромный сайт. А еще лучше сказать — не воспринимайте близко к сердцу все, что говорит Мэтт.

## Количество ссылок

Вот что говорит Рэнд Фишкин: "... вы можете пренебречь рекомендациями Google, использования максимум 100 ссылок на странице, а использовать вплоть до 250-300 ссылок".

Вокруг этого совета в 100 ссылок на странице всегда разгорались жаркие споры. Изначально, такой совет был дан вследствие того, что Google индексировал 100 кб страницы. На 100 кб страницы как раз подходит около 100 ссылок. Если страница была больше, шансы того, что Google проиндексирует оставшуюся ее часть были малы. Сегодня же Google индексирует более чем 1,5 мб и в своих алгоритмах в большинстве своем опирается на "полезность" пользователю. Поэтому сейчас правилом 100 ссылок можно пренебречь.

Как было сказано выше, Google может увидеть около 250 ссылок даже на сайтах, не имеющих ни одного бэклинка. Но действительно ли есть такое ограничение? Мы провели эксперимент, только поставив на странице не 250 ссылок, а 5 000. Когда Googlebot зашел на сайт произошло что-то интересное. Он запросил следующие страницы:

- [example.com/1/](http://example.com/1/)
- [example.com/10/](http://example.com/10/)
- [example.com/100/](http://example.com/100/)
- [example.com/1000/](http://example.com/1000/)

На каком бы уровне Google не находился, он постоянно запрашивал эти страницы. Это выглядело так, как будто поисковик не знал, как просмотреть такое количество ссылок и пытался решить эту проблему как компьютер.

## Семантический интеллект

Еще одним из [SEO мифов](#), который применяется почти на каждом хорошо оптимизированном сайте — это размещение ссылок в тегах заголовков. Если Google "уважает" форматирование, тогда он обязательно должен придать больше веса ссылкам, стоящим в тегах заголовков.

Данный эксперимент был проделан на страницах, находящихся на разных уровнях отдаленности от главной страницы. Мы брали страницы с 250 ссылками и некоторые из них выделяли как заголовок. Спустя несколько недель нечего не изменилось и не указало на то, что Googlebot придает большее значение ссылкам в заголовках.

Это не говорит о том, что Google никак не использует семантические алгоритмы, это говорит лишь о том, что он никак не выделяет ссылки в заголовках среди других.

## Просмотр JavaScript

По заявлению представителей, Google улучшил алгоритмы чтения и распознавания JavaScript. JavaScript не является лучшим методом, если вы хотите заставить Google следовать ссылкам.

Данный способ наоборот хорош для их скрытия. В целях сохранения PR страницы, используют JavaScript для того, чтобы ссылки были видны пользователям, но не видны поисковику. Для того, чтобы проверить способности Googlebot на чтение JavaScript мы взяли код JavaScript как описано в инструкции профессионала по оптимизации PR.

Единственный код, который Googlebot разобрал и последовал ссылке это был простой "document.write". Это никак не означает, что Google может распознавать и читать более продвинутый JavaScript.

## Просмотр "Хлебных Крошек" (Breadcrumbs)

Хлебные крошки являются базовым элементом любого сайта сделанного для людей. Иногда их используют так же для [улучшения структуры сайта](#). В прошлом месяце у нас возникали некоторые проблемы с их индексацией ботом, поэтому мы решили провести тесты.

Мы создали страницу в нескольких кликах от главной, наполнили ее контентом и на ней поставили ссылки на предыдущие страницы ([example.com/lv11/lv12/lv13/](http://example.com/lv11/lv12/lv13/)). На страницу мы поставили несколько

бэклинков и начали ждать Googlebot. Самая дальняя от главной страница была посещена 3 раза, а предыдущие ей страницы ни одного.

Тест 1 - просмотренные страницы		Тест 2 - просмотренные страницы	
Date	URL	Date	URL
2010-04-17 00:17:33	/lv1/lv2/lv3/	2010-04-23 19:00:01	/lv1/lv2/lv3/lv4/lv5/
2010-04-21 16:33:51	/lv1/lv2/lv3/	2010-04-24 08:18:54	/lv1/
2010-04-23 00:19:25	/lv1/lv2/lv3/	2010-04-27 23:05:24	/lv1/lv2/lv3/lv4/lv5/
		2010-04-29 07:23:13	/lv1/lv2/
		2010-04-29 13:30:38	/lv1/lv2/lv3/lv4/lv5/
		2010-05-02 05:29:09	/lv1/
		2010-05-03 16:29:57	/lv1/lv2/

Для того, чтобы убедиться в результатах теста мы проделали его на другом домене. На этот раз страница находилась еще дальше от главной (example.com/lv1/lv2/lv3/lv4/lv5/ ). На этот раз Googlebot перешел по нескольким ссылкам, ведущим на более близкие страницы к главной. Не смотря на то, что Googlebot и прошел по некоторым из ссылок, хлебные крошки не являются хорошим методом улучшения структуры сайта.

Даже спустя несколько недель, Google так и не просмотрел все оставшиеся страницы. Googlebot скорее проходит по ссылкам в хлебных крошках от главной в "глубину", чем наоборот.

## Выводы о работе Google

Вкратце, тесты показали, что на ускорение просмотра поисковиком страниц действительно влияет карта сайта. Это не означает, что вы обязательно должны загружать ее. Вы ускорите просмотр страниц поисковиком если некоторая часть страниц уже проиндексирована.

Поисковик чаще всего возвращается на уже проиндексированные страницы. Если же ваши страницы были просмотрены поисковиком, но выпали из индекса, это означает, что вам нужно получить больше [бэклинков](#) на каждую из них, прежде чем прибегать к карте сайта.

Необходимо постоянно следить за тем, когда поисковик в последний раз заходил на страницу. Придерживаясь данного метода, вы всегда сможете определить проблему.

Источник: [New Insights into Googlebot](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

## SEO плагины под FireFox

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)

Небольшой список инструментов для **SEO-оптимизатора**, я думаю будет полезен (хотя это не полный список):

- [SEO for Firefox](#)
- [Rank Checker](#)

- [SEO Link Analysis](#)
- [SeoQuake](#)
- [SEOpen](#)
- [SearchStatus](#)
- [ShowIP](#)
- [User Agent Switcher](#)
- [Lynx Viewer Tool](#)
- [DT Whois](#)
- [Вебмастер SAPE](#)

## Список поисковых ботов для User-agent в robots.txt

*[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)*



Для запрета индексации вашего сайта или определенных разделов ресурса поисковыми ботами используется два метода: добавление мета тегов на страницу либо создание файла robots.txt. Часто вебмастера сталкиваются с вопросом о юзер-агенте ботов той или иной поисковой системы. Зная значения User-agent для поисковых ботов, можно запретить, либо наоборот, открыть доступ тому или иному боту, например следующими строками:

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

```
User-agent: Mediapartners-Google  
Disallow:
```

Верхние строки запретят всем ботам индексировать контент, кроме бота AdSense (если на сайте показываются объявления AdSense).

Ниже приведен список наиболее часто встречаемых ботов, принадлежащих известным поисковым системам.

Поисковик	URL	User-agent
-----------	-----	------------

Google	<a href="http://www.google.com">http://www.google.com</a>	Googlebot
Yahoo!	<a href="http://www.yahoo.com">http://www.yahoo.com</a>	Slurp Yahoo! Slurp
AOL	<a href="http://www.aol.com">http://www.aol.com</a>	Slurp
MSN	<a href="http://www.msn.com">http://www.msn.com</a>	MSNBot
Live	<a href="http://www.live.com">http://www.live.com</a>	MSNBot
Ask	<a href="http://www.ask.com">http://www.ask.com</a>	Teoma
AltaVista	<a href="http://www.altavista.com">http://www.altavista.com</a>	Scooter
Alexa	<a href="http://www.alexa.com">http://www.alexa.com</a>	ia_archiver
Lycos	<a href="http://www.lycos.com">http://www.lycos.com</a>	Lycos
Яндекс	<a href="http://www.ya.ru">http://www.ya.ru</a>	Yandex
Рамблер	<a href="http://www.rambler.ru">http://www.rambler.ru</a>	StackRambler
Мэйл.ру	<a href="http://mail.ru">http://mail.ru</a>	Mail.Ru
Aport	<a href="http://www.aport.ru">http://www.aport.ru</a>	Aport
Вебальта	<a href="http://www.webalta.ru">http://www.webalta.ru</a>	WebAlta WebAlta Crawler/2.0

#### Примечание:

У некоторых крупных поисковых систем помимо основных поисковых ботов существуют также роботы для индексации блогов, новостей, изображений и т.д. Вот некоторые из них:

**Googlebot-Mobile** выполняет обход страниц для включения их в индекс для мобильных устройств.

**Googlebot-Image** сканирует страницы для включения в индекс картинок.

**Mediapartners-Google** сканирует страницы для определения содержания AdSense объявлений.

**Adsbot-Google** сканирует страницы для определения качества целевых страниц AdWords.

**MSNBot-NewsBlogs** – сканирует для поиска новостей в сети Интернет.

**MSNBot-Products** – сканирует для поиска продуктов, которые можно приобрести в Интернете.

**MSNBot-Media** – сканирует страницы для поиска мультимедийных файлов.

#### Ссылки по теме поисковых ботов:

[List of Robot Agent Strings](#)

[Robots Database](#)

## Поисковые запросы Google

*[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)*

**Поисковые запросы Google** позволяют сделать поиск нужной информации более совершенным и целевым. Я составил список основных операторов языка поисковых запросов Google. Надеюсь, он будет вам полезен.



### Толковый словарь Google

[define:rss](#)

Толковый словарь от Google. Выводит энциклопедическое значение указанного запроса. Для русского языка пользуйтесь google.ru, для английского - google.com

### Проверка грамматики

[spell:дизайн](#)

проверка грамматики указанного запроса. Если запрос содержит ошибки, то google подскажет правильный вариант.

### Поиск по типам файлов в Google

[реферат экономика filetype:doc](#)

[rammstein filetype:mp3](#)

Если вам нужен поиск по типам файлов (doc, mp3, pdf, html, rtf и др.), используйте оператор filetype.

### Поиск точного запроса

["как хорошо на свете жить"](#)

Для поиска точного запроса в Google заключите запрос в кавычки.

### Исключение слова

[paris hilton -hotel](#)

Для того, чтобы при поиске исключить ненужную информацию, используйте оператор "-" (минус). Например, при обычном поиске [Paris Hilton](#) в результатах будет информация о сети отелей Hilton. Чтобы ее исключить, сделайте запрос [paris hilton -hotel](#).

### Принудительное включение слова в поиск

[туры +florida](#)

Когда нужно принудительно включить слово в поиск, используйте оператор "+" (плюс). Например, при обычном запросе [туры](#) будут показаны слишком общие результаты, а при запросе [туры +florida](#) результаты будут ограничены только турами по Флориде (кстати, это мой самый любимый штат).

### Сокращение слова в Google

[лучший \\*пляж](#)

[горящие туры в \\*](#)

### [\\*квартиру в Москве](#)

Если нужно найти фразу с неизвестным словом или фразой, то вместо неизвестных элементов используйте оператор \*.

### **Диапазон**

[телефон Samsung 5000...30000](#)

Поиск товара определенной марки в указанном ценовом диапазоне цен (от 5000 до 30000 рублей).  
Нужные цифры диапазона разделяйте многоточием.

### **Безопасный поиск в Google**

[safesearch: половое воспитание](#)

Поиск по указанному запросу без эротических сайтов в результатах поиска.

### **Поиск синонимов в Google**

[~коса](#)

Если поставить знак “~” (тильду) перед искомым запросом в окне поиска Google, то, помимо обычного поиска, Google выведет и результаты с его синонимами.

### **Сохраненная копия страницы из кеша Google**

[cache:shakin.ru](#)

Выводит сохраненную страницу указанного сайта из кеша Google. Очень удобно, когда нужный сайт временно недоступен.

### **Список ссылающихся сайтов**

[link:maxsite.org](#)

Теоретически выводит список сайтов, которые ссылаются на указанный сайт. На практике Google показывает далеко не все сайты. Для более полного вывода списка ссылающихся сайтов рекомендую пользоваться оператором [linkdomain:maxsite.org](#) в yahoo. Разница в количестве ссылающихся сайтов значительна.

### **Список похожих сайтов в Google**

[related:google.com](#)

Данный оператор языка *поисковых запросов Google* выводит список сайтов, которые похожи по содержанию и тематике на указанный сайт.

### **Информация о сайте**

[info:shakin.ru](#)

Показывает информацию, которая есть у Google об указанном сайте.

### **Список проиндексированных страниц на сайте**

[site:shakin.ru](#)

Этот оператор поисковых запросов Google выводит список всех проиндексированных страниц на указанном сайте.

### **Поиск только по одному сайту**

[продвижение сайтов site:shakin.ru](#)

Поиск запроса только на указанном сайте.

Например, если ввести в окно поиска Google запрос: [продвижение сайтов site:shakin.ru](#), то будут получены страницы, содержащие запрос “продвижение сайтов” только на сайте “[shakin.ru](#)”.

### **Поиск только в текстах сайтов**

[allintext:кровососущие клопы](#)

Поиск указанного запроса в текстах сайтов (не в заголовках или ссылках).

### Поиск только по заголовкам

[allintitle:снутники самурна](#)

Этот оператор языка поисковых запросов Google выдаст страницы, в которых все слова запроса содержатся в заголовках (внутри тега title).

[intitle:снутники самурна](#)

Этот оператор выводит страницы, в которых только то слово, которое расположено сразу после оператора intitle, содержится в заголовке, а остальные слова запроса могут быть в любом месте текста. Посмотрите результаты для allintitle и intitle, и вы увидите разницу.

### Поиск только по ссылкам

[allinurl:mercedes 600](#)

Находит страницы, в которых все слова запроса содержатся только в ссылках (url).

[inurl:mercedes 600](#)

Этот оператор похож на предыдущий. Слово, которые расположено сразу после оператора inurl (в моем примере mercedes), будет найдено только в адресе страницы, а остальные слова могут быть в любом месте текста. Данный оператор выводит больше результатов, чем allinurl.

### Поиск по текстам ссылок (анкорам)

[inanchor:пластиковые окна](#)

Поиск указанного запроса в анкорах (текстах) ссылок.

### Поиск по книгам в Google

<http://print.google.ru>

Поиск книг. Данный сервис пока в бете.

Также рекомендую пользоваться *расширенным поиском в Google*, ссылка на который находится справа от основного окна поиска Google.

## Операторы запросов Яндекс

[Яндекс](#)

### Памятка по использованию языка запросов

Пример	Значение
"К нам на утренний рассол"	Слова идут подряд в точной форме
"Прибыл * посол"	Пропущено слово в цитате
полгорбушки & мосол	Слова в пределах одного предложения
снаряжайся && добудь	Слова в пределах одного документа
глухаря   куропатку   кого-нибудь	Поиск любого из слов
не сможешь << винить	Неранжирующее "и": выражение после оператора не влияет на позицию документа в выдаче
я должен /2 казнить	Расстояние в пределах двух слов в любую сторону (то есть между заданными словами может встречаться одно слово)
государственное дело &&/3 улавливаешь нить	Расстояние в 3 предложения в любую сторону
нешто я ~~ пойму	Исключение слова <b>пойму</b> из поиска

при моем /+2 уму чай ~ лаптем	Расстояние в пределах двух слов в прямом порядке Поиск предложения, где слово <b>чай</b> встречается без слова <b>лаптем</b>
щи /(-1 +2) хлебаю	Расстояние от одного слова в обратном порядке до двух слов в прямом
!Соображаю !что !чему получается && (+на   !мне) !!политика	Слова в точной форме с заданным регистром Скобки формируют группы в сложных запросах Словарная форма слова
title:(в стране)	Поиск по заголовкам документов
url:ptici.narod.ru/ptici/kuropatka.htm	Поиск по URL
беспременно inurl:vojne	Поиск с учетом фрагмента URL
host:lib.ru	Поиск по хосту
rhost:ru.lib.*	Поиск по хосту в обратной записи
site:http://www.lib.ru/PXESY/FILATOW	Поиск по всем поддоменам и страницам заданного сайта
mime:pdf	Поиск по одному типу файлов
lang:en	Поиск с ограничением по языку
domain:ru	Поиск с ограничением по домену
date:200712*	Поиск с ограничением по дате
date:20071215..20080101, date:>20091231	Поиск с ограничением по интервалу дат
cat:11000051	Поиск по рубрике Яндекс.Каталога

### Документные операторы

Яндекс позволяет вам искать как в отдельных элементах внутри страницы, так и в относящейся к ней служебной информации (внутри заданного домена, типа документа и т.п.) или в связанной с ней информации. Поиск можно вести как по самим хостам, так и по словам, находящимся на заданных страницах. Во втором случае достаточно указать искомый хост или URL после слов запроса через пробел.

Синтаксис оператора	Что означает оператор	Пример запроса
<b>title:</b> запрос	Поиск текста в заголовке страниц (title)	<a href="#">Максвелл title:биография</a> <a href="#">title:(княжна Тараканова)</a>
<b>url:</b> www.url.ru/cat/*	Если текст состоит из нескольких слов, возьмите их в скобки. Поиск ограничивается группой страниц с заданным URL. Если в конце адреса стоит *, то учитываются страницы, адрес которых начинается с	<a href="#">url:"ru.wikipedia.org/wiki/Эрмида (Кашт ру-Дайре)"</a> <a href="#">url:exler.ru/*</a>

заданного URL.

Если URL содержит один из символов ' ', " ", ( , ), то его нужно искать в кавычках.

**site:**url

Поиск по всем поддоменам и страницам указанного сайта.

[городские легенды site:narod.ru](http://www.google.com/search?q=городские+легенды+site:narod.ru)

**inurl:**url

Поиск ограничивается группой страниц, URL которых содержит заданный фрагмент.

[inurl:exler](http://www.google.com/search?q=inurl:exler)

**host:**www.host.ru

Оператор аналогичен url с именем хоста.

[host:www.yandex.ru](http://www.google.com/search?q=host:www.yandex.ru)

**rhost:**ru.url.\* или **rhost:**ru.url.www

Оператор аналогичен host, но имя хоста записывается в обратном порядке — вначале домен верхнего уровня, затем второго и т.д. Если в конце указано .\*, то поиск идет по всем поддоменам заданного домена (но не включая домен ru.url).

[новостям rhost:com.livejournal.\\*](http://www.google.com/search?q=новостям+rhost:com.livejournal.*)

**mime:**тип\_файла

Поиск ограничивается определенным типом файла:

[\(анкета заграничный паспорт ~- биометрический\) \(mime:pdf | mime:doc\)](http://www.google.com/search?q=(анкета+загранпаспорт+биометрический)+(mime:pdf|mime:doc))

- **PDF** (Adobe Portable Document Format),
- **DOC** (Microsoft Word),
- **PPT** (Microsoft PowerPoint),
- **XLS** (Microsoft Excel),
- **RTF** (Rich Text

- Format),
- **SWF**  
(Macromedia  
Flash).

**lang:**язык

Поиск  
ограничивается  
страницами на  
определенном  
языке:

[BBC lang:en](#)

- русском  
(**ru**),
- украинском  
(**uk**),
- белорусско  
м (**be**),
- английском  
(**en**),
- французско  
м (**fr**),
- немецком  
(**de**),
- казахском  
(**kk**).
- татарском  
(**tt**).

**domain:**домен

Поиск по  
страницам,  
которые  
расположены в  
заданном домене.

[domain:yandex /+1 domain:ru](#)

**date:**ГГГГ{\*|ММ{\*|ДД}}

Поиск только по  
страницам, дата  
которых  
удовлетворяет  
заданному  
условию.

[date:200310\\*](#)

**date:**ГГГГ{\*|ММ{\*|ДД}}..**date:**ГГГГ{\*|ММ{\*|Д  
Д}}

Поиск только по  
страницам, дата  
изменения которых  
находится в  
заданном  
интервале.

[xum-napaд date:20090901..20090915](#)

**date:**<

Поиск только по  
страницам,  
измененным  
раньше указанной  
даты. Допустимы  
также операторы  
:>, :<=, :>=.

[вакансиu date:>20091101](#)

**cat:**ID региона или **cat:**ID темы

Поиск только  
страниц сайтов,

[зяблик cat:11000051](#)

зарегистрированны  
х в  
Яндекс.Каталоге,  
тематическая  
рубрика или  
регион которых  
совпадают с  
заданным.  
Идентификатор  
региона можно  
получить,  
прибавив к [коду](#)  
[региона](#) смещение  
11000000.  
Идентификатор  
тематической  
рубрики  
получается  
прибавлением к  
[коду темы](#)  
смещения 9000000.

Обратите внимание, что при использовании операторов, где в качестве параметра задается имя хоста (таких как [url](#), [host](#) и [rhost](#)), в качестве имени должно указываться главное зеркало сайта, иначе ничего не будет найдено. Например, нужно писать [host:lib.ru](#), а не [host:www.lib.ru](#). Как узнать главное зеркало сайта? Попробуйте [добавить хост](#) в базу Яндекса. Если он не является главным зеркалом, вы получите сообщение: "Добавленный вами сайт не индексируется, так как является "зеркалом"  
<http://www.domain.ru/>."

## Яндекс.Маркет атакует поисковую выдачу!

[Автор: Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#)

В последнее время в поисковой выдаче Яндекса наблюдается интереснейшая картина, когда наряду с рекламными блоками спецразмещения между второй и третьей позицией выдачи располагается блок Яндекс.Маркета, замаскированный под обычные результаты выдачи.

Буквально перед последним апдейтом Яндекс.Маркет наблюдался на третьей позиции по многим коммерческим запросам. На данный момент по ряду запросов его снова убрали. Скорей всего Яндекс тестирует (пользователей) и эффективность размещения маркета на разных позициях.

О подобном наблюдении также писали другие вебмастера, например, в статье [платный поиск становится реальностью](#). Напомним, что сайты, зарегистрировавшиеся в Яндекс.Маркете платят Яндексу за клики по их рекламным объявлениям (особого рода Яндекс.Директ, но каталогизированный).

Наверняка, многие из вас тоже наблюдали эту картину. Сейчас, например, Маркет можно увидеть по запросам: [d-link](#) (3-ья позиция), [пылесос kirby](#) (1-ая позиция), [ванны с гидромассажем](#) и др.

Стоит заметить, что при наличии маркета в выдаче, не отрицается и наличие в ней википедии, таким образом усложняя коммерческим сайтам стать более видимым в органическом поиске. Маркет и раньше наблюдался в поиске, но у него было четко определенное место, которое не конкурировало с органическими результатами поиска и не маскировалось по ним. Некоторые оптимизаторы на форумах назвали это явление “читтерством” со стороны Яндекса.

## Послесловие

Вот вы и прочитали нашу книгу.

Рекомендую постоянно к ней возвращаться и использовать не только как учебник, но и как справочник (энциклопедию). Здесь очень много информации, которую нельзя сразу запомнить, и к которой нужно постоянно обращаться.

Советую периодически проверять версию книги, так как она будет переиздаваться почти ежемесячно.

Последнее издание вы всегда сможете скачать с этой страницы.

<http://www.seobuilding.ru/seo->

[forum/poiskovaya\\_optimizaciya\\_v\\_obshih\\_chertah/seo\\_poiskovaya\\_optimizaciya\\_ot\\_a\\_do\\_ya/](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/)

Еще раз хочу поблагодарить соавторов нашего учебника, и замечательных людей, без которых книга никогда бы не увидела свет. Вот они:

[Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#), [Александр Люстик \(MyOST\)](#), [Михаил Шакин \(Globator\)](#), [Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#), [Дмитрий КtoNaNovenkogo](#), [Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#), [Алексей Терехов \(Terehoff\)](#), [Дмитрий Голополосов \(Dimok\)](#), [Алексей Скорняков \(seo2z\)](#), [Игорь Иванов \(Sevab\)](#).

Дизайн обложки книги выполнен [Русланом Алетдиновым \(Michie\)](#).

Замечу еще раз, что все **зарегистрированные пользователи** нашего сайта получают извещение об обновлении издания книги **в тот же день**.

Поэтому, если вы хотите быть в курсе изменений seo учебника, пожалуйста, **зарегистрируйтесь [на этом форуме](#)**, либо почаще навещайте [эту страницу](#).

Если вы считаете некоторые статьи SEO энциклопедии **устаревшими**, или даже **вредными**, пожалуйста выскажите [свое мнение в этой теме](#).

Если ваше мнение найдет поддержку читателей, **такие статьи будут исключаться** из новых изданий книги, что поможет нам, с одной стороны давать читателям самую актуальную информацию по поисковой оптимизации, а с другой сохранить размер книги в разумных пределах.

До скорых встреч на страницах SEO учебника!

[Иванов И.И.](#)