ПОИСКОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ от А до Я

Базовая поисковая оптимизация
Оптимизация страниц
Продвижение сайта
Инструменты

СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ

SEOBUILDING.RU СЕНТЯБРЬ 2013

Глава I. Введение

Часть I/1. Вступление

Это вторая часть **бесплатного** трехтомника «**SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я»**, которая называется «**Средний уровень**». Две другие части, «**Основы**» и «**Продвинутый уровень**», вы можете скачать по ссылке ниже:
http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

Книга является периодическим изданием, постоянно дополняется, изменяется и выходит в свет почти **ежемесячно**. Данная версия учебника от **30 сентября 2013** 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/

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 незаконным.
При перепечатке каких-либо материалов этого издания, ссылка на *первоисточник* **обязательна**.
Книгу нельзя изменять, дополнять, переиздавать, без согласования с автором (*И. Иванов*).

Внимание! Если у вас не работают ссылки в **PDF** документе, нужно проделать следующие шаги:
1) Проверьте настройки адоба (привожу на английском) - `Preferences => Documents => PDF/A view mode>`**`Never`**.
Т.е. должно стоять "**Never**" или "**Никогда**" на русском.
2) Если первый пункт не помог, работаем дальше с настройками. По этому поводу *смотрите это сообщение*.
3) Если ничего не помогло, читайте *это сообщение*.

Если вы хотите поделиться свежим изданием учебника со своими знакомыми и друзьями, **вы можете оставить ссылку** на основную презентацию книги (где всегда можно скачать самую последнюю версию) как на своих, так и на сторонних ресурсах.

Вот сама ссылка на страницу учебника:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

HTML код ссылки:

```
<a target="_blank" href="http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/" title="Скачать последнее издание учебника SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я">Учебник "SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я"</a>
```

Ссылка на учебник для форумов:

```
[url=http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/]Учебник SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я[/url]
```

Авторы книги будут вам очень благодарны как за саму ссылку, так и за возможность прямого контакта с вашими друзьями, что безусловно поможет дальнейшему развитию и распространению учебника.

Часть I/2. 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 Кокшаров (Devaka)*, *Александр Люстик (MyOST)*, *Елена Камская (Digital Helen)*, *Михаил Шакин (Globator)*, *Богдан Глушак (Profit Hunter)*, *Дмитрий KtoNaNovenkogo*, *Сергей Сосновский*, *Виктор Карпенко (SeoProfy)*, *Дмитрий Голополосов (Dimok)*, *Алексей Скорняков (seo2z)*, *Александр (Hodinar)*, *Александр Борисов (boricov)*, *Денис Тумилович (CLASSIK)*, *Дмитрий Сидаш (sidash)*, *Александр Бобрин*, *Александр Карташев*, *Петр Александров*.

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 (Chiliec), *Роман (Brabus)*, *Владимир (Владимир75)*, *Александр (Delorean)*, *Анжела (Ametist)*, *dreadful*, *Антон (orochimaru6)*.

Дизайн обложки книги выполнен *PhotoShopRND*.

Часть I/3. Предисловие

Идея этой книги возникла после того как составил подробный SEO учебник на *нашем форуме*.
Я и раньше читал любимые блоги наших лучших оптимизаторов, но к сентябрю месяцу 2010 г. пришла идея систематизировать знания, на благо всех пользователей сети.

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 ознакомится с комментариями на сайте автора статьи.

Книга является периодическим изданием. 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/

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.

Часть I/4. Содержание

Глава I. Введение ... 2
Часть I/1. Вступление ... 3
Часть I/2. Благодарности ... 4
Часть I/3. Предисловие ... 5
Часть I/4. Содержание ... 6
Глава II. Цифры, числа... Берем врага количеством ... 9
Часть II/1. 5 способов увеличить продажи при продвижении сайта ... 10
Часть II/2. 5 советов по созданию практичной 404-ой страницы ... 16
Часть II/3. 5 привычных методов поискового продвижения, от которых лучше отказаться new ... 19
Часть II/4. 7 секретов успешного сайта ... 25
Часть II/5. 7 способов превратить Ваш сайт в Линкомагнит ... 27
Часть II/6. 8 рецептов для молодого сайта new ... 30
Часть II/7. 9 экспертных SEO советов для маленького бизнеса ... 34
Часть II/8. 10 самых популярных SEO мифов ... 36
Часть II/9. 10 правил внутренней перелинковки страниц ... 40
Часть II/10. 10 актуальных способов получить бесплатные ссылки на сайт ... 42
Часть II/11. 10 способов доказать ценность вашей SEO работы ... 44
Часть II/12. 10 заповедей SEO-оптимизатора ... 48
Часть II/13. 11 советов по составлению успешных URL адресов ... 51
Часть II/14. 13 факторов оценки конкуренции по запросу ... 55
Часть II/15. Как заставить ссылки работать? 15 принципов наращивания ссылок ... 57
Часть II/16. 15 советов по раскрутке сайта или блога ... 61
Часть II/17. 17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки ... 65
Часть II/18. 32 самых важных SEO подсказок ... 76
Часть II/19. 44 каталога статей ... 78
Часть II/20. Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить ... 80
Часть II/21. 100 новых способов получения внешних ссылок ... 83
Часть II/22. 101 совет по покупке текстовых ссылок ... 92
Часть II/23. 149 англоязычных каталогов статей ... 97
Часть II/24. Как я увеличил посещаемость этого блога с 350 до 1000 человек ... 101
Часть II/25. Как из одной статьи сделать тысячи ... 104
Часть II/26. Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год ... 109
Глава III. Продвижение ссылками ... 114
Часть III/1. Искусство покупки ссылок ... 115
Часть III/2. Как правильно покупать ссылки на блог? Часть 1 ... 117
Часть III/3. Как правильно покупать ссылки на блог? Часть2! ... 123
Часть III/4. Естественные и неестественные (SEO) ссылки ... 126
Часть III/5. Как выглядит естественная ссылка. 10 признаков new ... 130
Часть III/6. 11 типов ссылок, которые не любит Google. Официальная информация new ... 132
Часть III/7. Как не купить ссылку с плохого сайта? ... 135
Часть III/8. Понимание методов выявления ссылочного спама ... 142
Часть III/9. Описание поискового спама ... 151
Часть III/10. Непот фильтр: особенности и методы определения ... 159
Часть III/11. Как создать ГС и попасть под АГС? ... 161
Часть III/12. Что делать с сайтом под АГС? ... 163
Часть III/13. Фильтры Яндекса и Google — за что можно получить пессимизацию new ... 167
Часть III/14. Как выйти из-под фильтров Google? ... 176
Часть III/15. Как вывести сайт из-под фильтра ... 181
Часть III/16. Пессимизация сайта за смысловую неуникальность контента new ... 189
Часть III/17. Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов ... 193
Часть III/18. Обратные ссылки с профилей трастовых ресурсов за бесплатно ... 200
Часть III/19. Вечные ссылки, трафик, околоссылочный текст ... 207

Часть III/20. Околоссылочный текст и анкор-листы ... 210
Часть III/21. Как разместить бесплатную ссылку на сайт ... 215
Часть III/22. Внешние ссылки из профилей ... 222
Часть III/23. Инструкция по покупке ссылок в подписях на форумах ... 226
Часть III/24. Секрет ссылочного обмена, или почему обмен ссылками держит сайты в Топе ... 230
Часть III/25. Ссылки с футера все еще работают!! ... 231
Часть III/26. Внутренние ссылки: сколько ссылок слишком много? ... 234
Часть III/27. Вспоминаем главное свойство ссылок ... 239
Часть III/28. Вопрос Sevab - польза от nofollow ссылок ... 240
Часть III/29. Методы получения обратных ссылок на Интернет-магазин ... 242
Часть III/30. Плановая раскрутка интернет-магазина ... 244
Часть III/31. Как добыть ссылки в трудных нишах ... 247
Часть III/32. Разбавляем ссылки при продвижении сайта ... 254
Часть III/33. Практические советы по наращиванию ссылочной массы ... 256
Часть III/34. 33 способа привлечения ссылок на сайт ... 267
Часть III/35. Почему все так боятся исходящих ссылок? ... 272
Глава IV. Грамотное составление анкоров ссылок ... 274
Часть IV/1. Составляем анкоры и описания для продвижения сайта ... 275
Часть IV/2. Анкор — что это такое и насколько важны анкор листы в продвижении сайта ... 278
Часть IV/3. Советы по грамотному составлению анкоров ... 284
Часть IV/4. Составляем анкоры ссылок – 5 ключевых моментов ... 288
Глава V. Сервисы по анализу и получению ссылок ... 290
Часть V/1. Сервис комплексного SEO анализа от SEObuilding.RU new ... 291
Часть V/2. Лучшие SEO сервисы ... 316
Часть V/3. Биржи ссылок ... 328
Часть V/4. Обзор англоязычных бирж, где можно взять ссылки с разовой оплатой ... 330
Часть V/5. Сервисы покупки постовых и контекстных ссылок ... 333
Часть V/6. 30 полезных инструментов для SEO-аналитики ... 335
Часть V/7. Сервисы определения ссылочного бюджета ... 340
Глава VI. Индексация сайта ... 344
Часть VI/1. Часто задаваемые вопросы по индексации страниц сайта ... 345
Часть VI/2. Nofollow и noindex или как закрыть от индексации ссылки и не потерять статический вес ... 351
Часть VI/3. 10 проверенных методов ускорить индексацию сайта ... 356
Часть VI/4. 15 советов по ускорению индексации сайта и блога! ... 359
Часть VI/5. Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов ... 366
Часть VI/6. Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить ... 370
Часть VI/7. Улучшаем индексацию сайта поисковиками – Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress ... 376
Часть VI/8. Robots.txt – правильный robots для WordPress, dle, joomla, smf ... 387
Глава VII. Продвижение в буржнете ... 396
Часть VII/1. Где брать ссылки для англоязычного сайта ... 397
Часть VII/2. Продвижение сайта в США ... 406
Часть VII/3. Продвижение сайтов в США – выжимаем поисковой трафик ... 411
Часть VII/4. Продвижение англоязычного сайта - часть 1 ... 422
Часть VII/5. Продвижение англоязычного сайта – часть 2 ... 426
Часть VII/6. 42 бесплатных инструмента для подбора ключевых слов в буржнете ... 435
Часть VII/7. Свежая база англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8 ... 457
Часть VII/8. Свежая база белых англоязычных каталогов с PR 4-8 ... 460
Глава VIII. Блоги, форумы, движки. Использование, оптимизация, раскрутка ... 464
Часть VIII/1. Как сделать блог-многотысячник ... 465
Часть VIII/2. Сладкий зефир — моя схема продвижения блога ... 469
Часть VIII/3. Сладкий зефир — схема продвижения блога! Часть 2 ... 475
Часть VIII/4. Как легко и быстро найти рекламодателя для блога ... 482
Часть VIII/5. Особенности развития и продвижения форумов ... 484
Часть VIII/6. Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блоги ... 492
Часть VIII/7. Куда добавить блог - мой список полезных ресурсов ... 495

Часть VIII/8. Использование блогуна для раскрутки сайтов 500
Часть VIII/9. Платные посты в западных блогах 503
Часть VIII/10. Лучшие плагины Wordpress - 103 плагина 505
Часть VIII/11. Внутренняя поисковая оптимизация блога на WordPress, установка и настройка плагина All in One SEO Pack 515
Часть VIII/12. Внутренняя оптимизация uCoz 522
Часть VIII/13. SMF: Удаляем мусорные слова 526
Часть VIII/14. SEO настройка joomla - соберем мозги в кучку 527
Глава IX. Послесловие 531

Глава II. Цифры, числа... Берем врага количеством

В этом разделе обсуждаются количественные методы раскрутки сайтов. В каждой статье приведены несколько (десятков) способов продвижения ресурсов.

Часть II/1. 5 способов увеличить продажи при продвижении сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

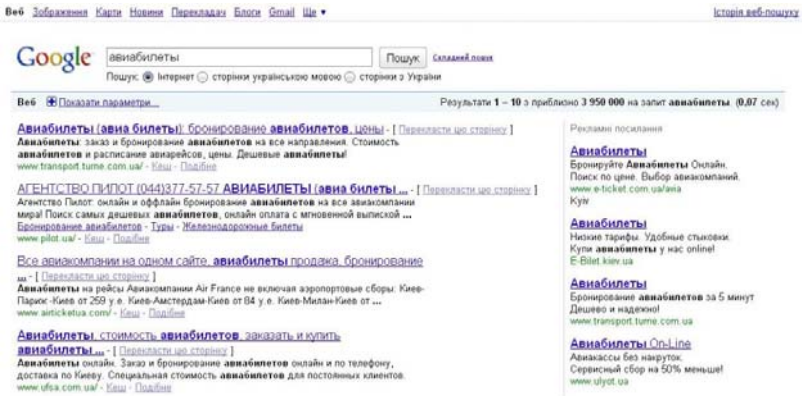
Этот пост про то, **как можно увеличить продажи** с продвигаемого сайта.

Такие методы ориентированы на сайты, которые продают услуги или товары. Довольно часто приходиться 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 относиться 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.

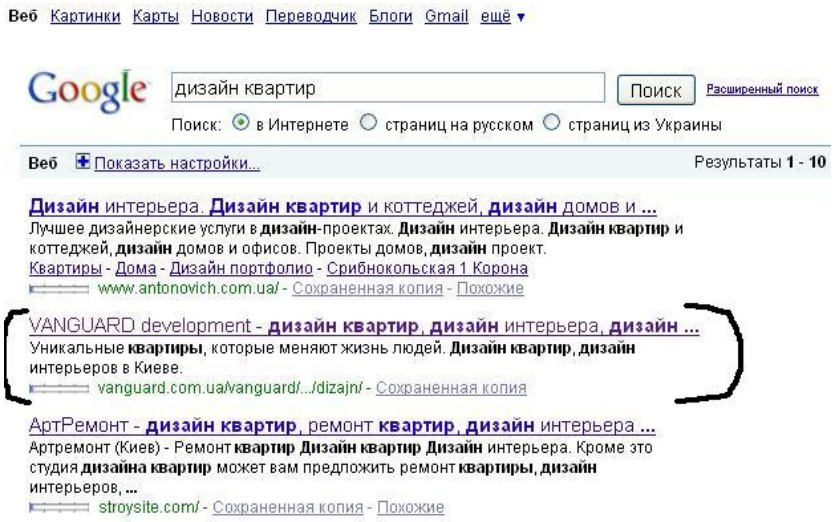
Но как показывает практика **только 20-30% пользователей Украины и возможно чуть больше России делают заказы онлайн**, остальные звонят, что бы заказать по телефону.

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.

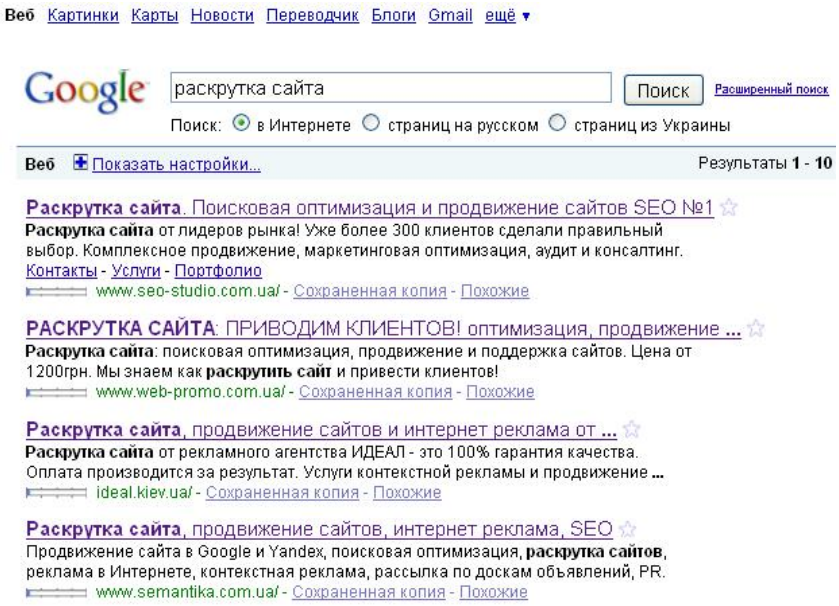
Выглядит это примерно так:



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:



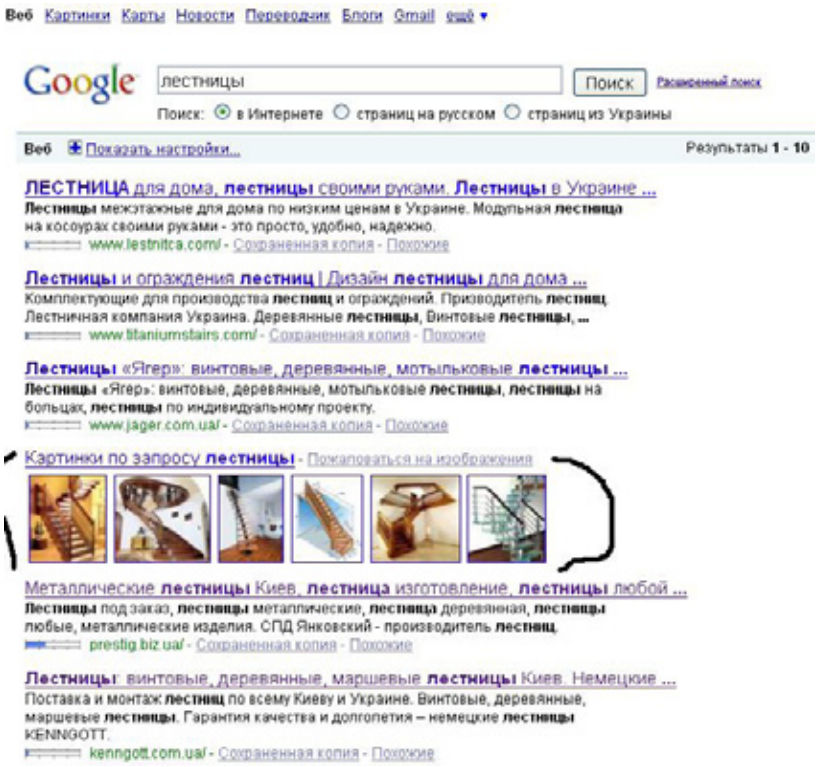
Обычно в description пишут конкурентное преимущество, или уникальное предложение компании. Про это не стоит забывать. Так же можно еще поставить номер телефона и в самом теге description. Лишним это не будет, а шансы повысить продажи это дает.

3. Продвижение картинок в основную выдачу

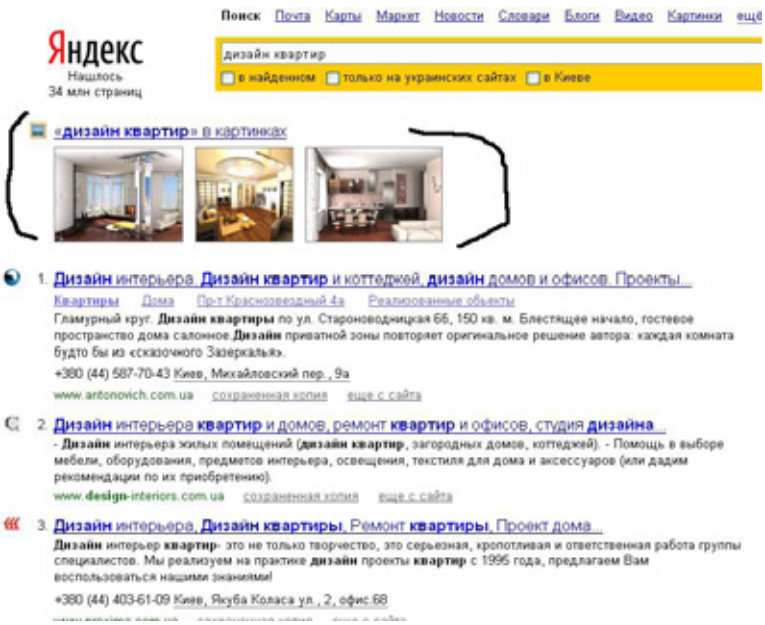
Я уже писал про *продвижение картинок*, и про то, *сколько это занимает вывести их в топ*, но не так давно протестировал для одного сайта по продаже услуг.

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:



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:

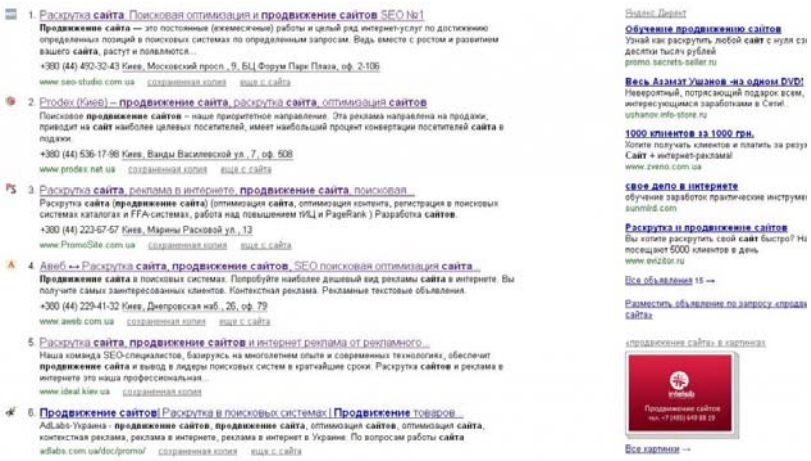
- красивую картинку, которую отображает ваш товар

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:

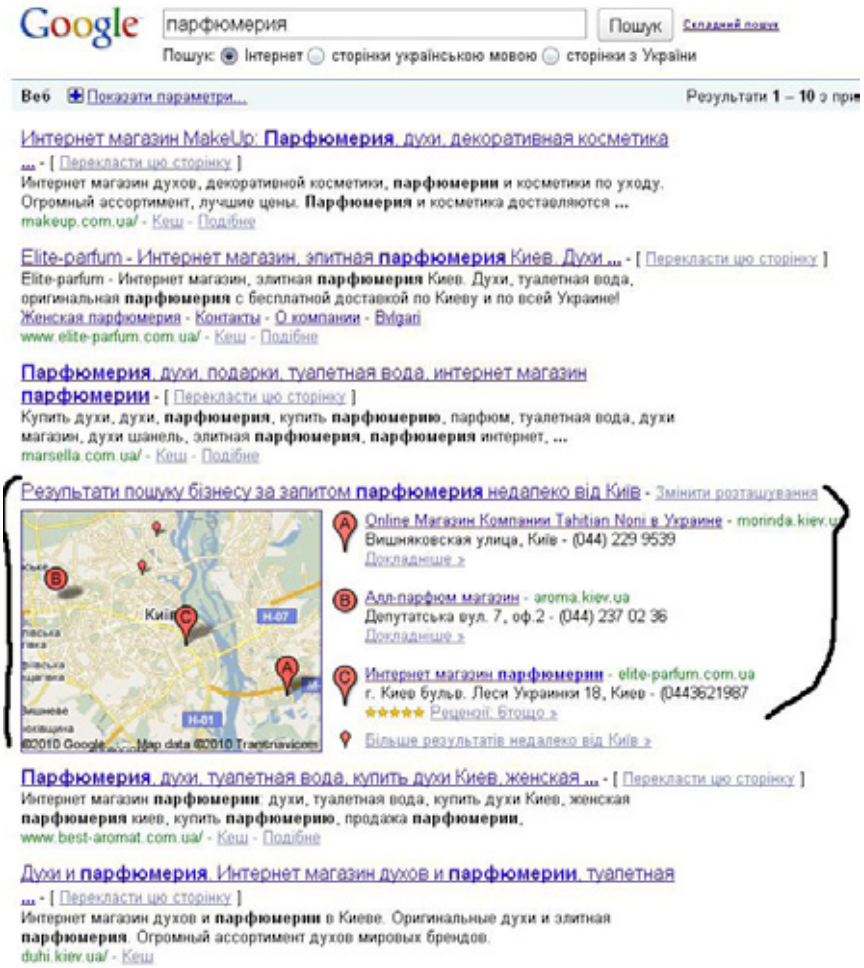


Сейчас сам тестирую вывести в топ картинку с номером телефона по очень сложно коммерческому запросу в Google, и будет интересно отследить эффект.

4. Добавляем сайт на Google Maps

Это касается поисковой системы Google, так как они выводят результаты в основную выдачу поисковика.

Выглядит это примерно так:

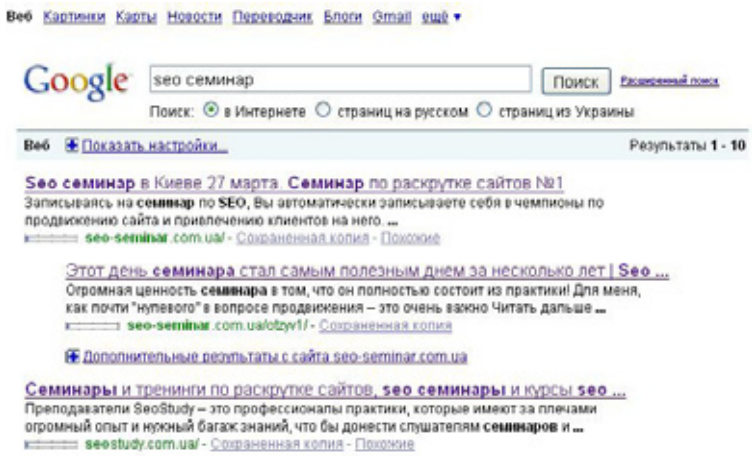


Как видите еще один способ добавить телефон и информацию о компании. А это дает еще шансы на увеличение звонков и соответственно продаж. Там так же можно добавить отзывы об услугах и товарах компании.

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.



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.

Часть II/2. 5 советов по созданию практичной 404-ой страницы

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

Данный пост содержит в себе советы о том, как сделать 404-ую страницу более практичной и является переводом одноименной статьи *5 Tips to Make Your 404 Page More Usable*, автор которой Мэтью Каммерер (Matthew Kammerer) — участник комьюнити *UX Booth* и специалист в таком направлении, как юзабилити.

В некоторых случаях 404-ая страница может быть первой, на которую попал посетитель и, соответственно, может формировать первое впечатление о вашем сайте. Применение шагов, указанных ниже, может улучшить опыт пользователя (user experience), их следует применить для каждого разработанного вами сайта.

1. Избавьтесь от стандартных сообщений

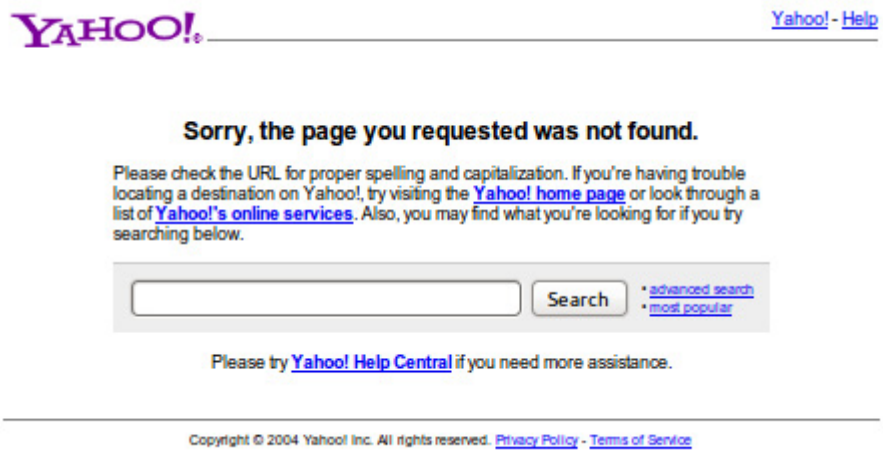
Для начала необходимо настроить 404-ую страницу. Стандартное сообщение об ошибке бесполезно. В большинстве случаев, попадая на страницу со стандартной 404-ой ошибкой, посетители могут лишь вернутся на предыдущую загруженную ими. Если ваш посетитель пришел к вам по внешней ссылке, тогда у вас уже не будет шанса удержать его. Не ожидайте от посетителя, что он приложит много усилий, если их не приложили вы для создания более дружественной страницы.

Процесс настройки весьма прост и может изменить всё! Здесь можно найти руководства для создания собственных 404-ых страниц для *WordPress* и *Apache*.

2. Оставьте страницу узнаваемой

Когда посетитель попадает на 404-ую страницу и она выглядит совсем не так, как остальные страницы вашего сайта, то он может подумать, что это совсем другой ресурс.

Оставьте на 404 странице основную структуру сайта или, на крайний случай, узнаваемый баннер или логотип. Видеть знакомую графику для многих будет утешением.



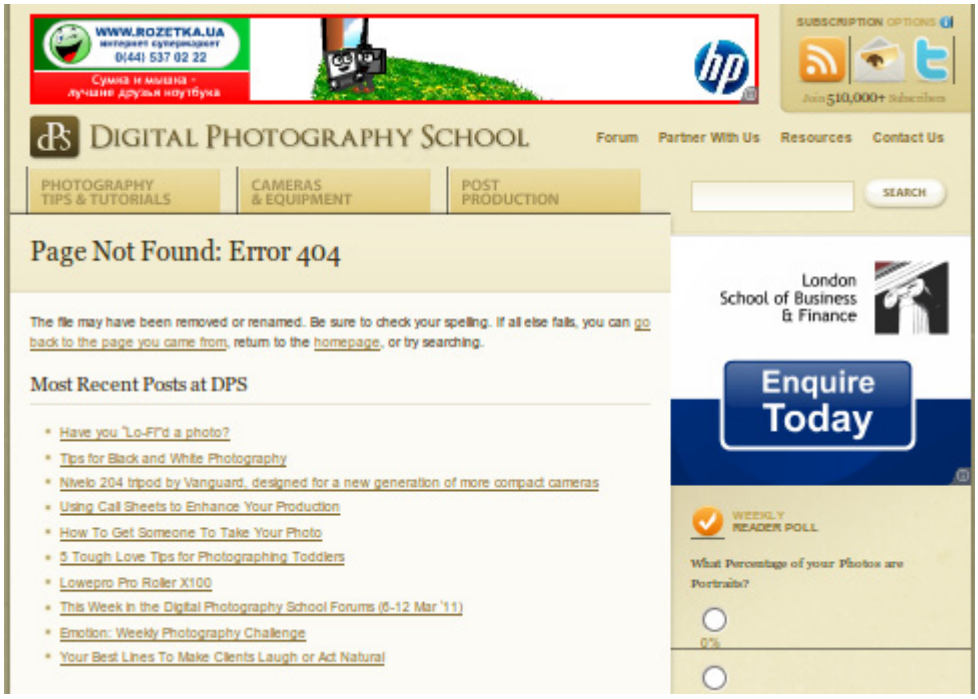
Yahoo! придерживается простого и краткого стиля на своей 404-ой странице и посетителям очевидно, что они находятся на странице, являющейся частью Yahoo!

3. Стремитесь к простоте

Несуществующая страница должна быть простой, чтобы не запутать посетителя окончательно. Факт в том, что люди, спотыкающиеся об ошибки, уже сконфужены. **Главная цель вашей 404 страницы — направить посетителя на искомую им страницу как можно быстрее.**

Эта цель должна удовлетворять потребности разной аудитории, но при этом слишком много опций снизят эффективность. Предлагая ссылки на наиболее популярные страницы сайта, вы поможете большей части посетителей. Для некоторых сайтов можно включить лишь основную навигацию, а на блогах и больших сайтах можно также добавить ссылки на наиболее популярные материалы.

Так как невозможно перечислить все страницы сайта, удобно будет использовать поиск по сайту. Если основной выбор, который вы думали решит проблему посетителя, не удовлетворил его, тогда предложите им поискать самим нужную страницу.



Блог "школы цифровой фотографии" очень хочет взаимодействовать с посетителями, попавшими на несуществующую страницу, предлагая им ссылки на свежий контент сайта.

4. Укажите посетителю направление

Даёте ли вы направление посетителям, попавшим на несуществующую страницу вашего сайта или они полностью на ней теряются? Ваша 404 страница должна предложить несколько ключевых ссылок и направлений, среди которых посетитель мог бы выбрать интересующее. Одна из наиболее необходимых ссылок — "Главная страница". Это быстрый и дружественный способ направить посетителя в самое начало. Многие пользователи выберут главную страницу, но лучше предложить ещё несколько опций, например, основную навигацию, с которой, возможно, посетитель уже знаком.

Повторюсь, что весьма рекомендуется включить на 404 страницу форму поиска. Некоторые посетители знают, что именно они ищут и им будет намного проще ввести ключевое слово, чем искать материал через навигацию.

При всём этом, старайтесь не переборщить с вариантами выбора: предложите ссылку на главную страницу, а также на 2-3 других важных страниц вашего сайта.

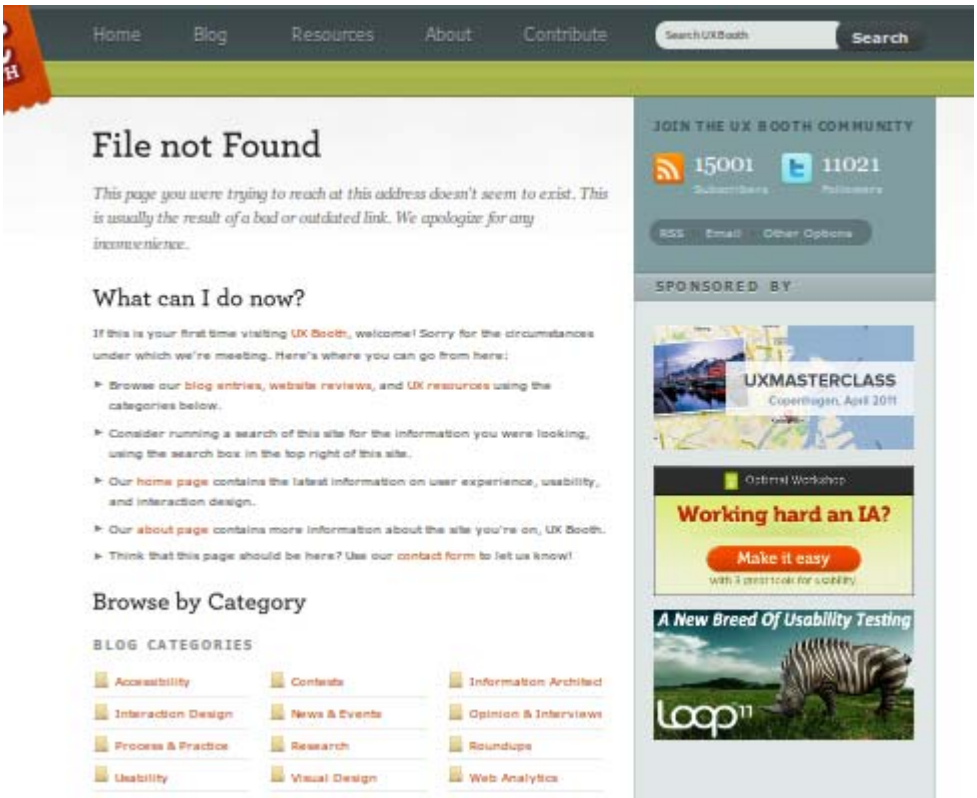
5. Используйте творчество, но не переусердствуйте

Немного креатива на сайте обычно приветствуется, однако, есть разница между креативом и оригинальностью. То же самое касается и 404-ых страниц. Слишком креативные страницы могут оказаться менее полезными для посетителей, чем стандарное сообщение об ошибке.

Вы можете на странице ошибки оставить структуру сайта и главную навигацию, можно разместить там красивое изображение, по которому будет понятно, где находится посетитель, а также оставить сообщение, что возможно страница была перемещена. Необычным будет использование короткого видеоролика с участием владельца сайта, который предлагает вам продолжать искать нужную страницу.

Если взять, к примеру, известную синюю страницу в качестве 404-ой, то несмотря на наличие ссылок на главную и контакты, у нас нет визуального представления о том, где мы сейчас находимся. Никакого поиска, никаких логотипов, ничего…

Взгляните также на страницу 404 ошибки самого сайта **UXBooth**, владельцы которой ею гордятся.



Вот такие советы нам поведал Мэтью.

Часть II/3. 5 привычных методов поискового продвижения, от которых лучше отказаться new

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

В этой статье я расскажу о широко известных методах поискового продвижения, которые почти всегда дают быстрый и вполне заметный эффект в виде повышения позиций и трафика. Почему же от этих методов стоит отказаться? Потому что в большинстве случаев эффект этот весьма шаткий и непродолжительный. После нескольких недель успеха может наступить разочарование – сайт попадет под фильтр, и о посетителях из топа останутся только воспоминания.

Речь пойдет сугубо о стратегических решениях поискового продвижения, а не технических приемах, как-то выделение запросов стронгами или использование спамовых конструкций в текстах. Поскольку такие методы не решают задачу комплексно, а только создают видимость решения, и то – временного, я называю их “костылями”. Несмотря на массовое осознание необходимости ориентироваться на посетителей при оптимизации сайтов, я все еще получаю вопросы от читателей, как правильно использовать тот или иной костыль (правильный ответ – никак). Этот пост послужит мне в будущем универсальным и расширенным ответом на подобные вопросы. Итак, поехали.

1. Создание отдельных страниц под поисковые запросы с одинаковым смыслом

Как бы Вы поступили, будь в вашем семантическом ядре 3-5 фраз, разных по звучанию, но совершенно одинаковых по смыслу?

Пример:
“курсы английского онлайн”
“обучение английскому online”
“учить английский онлайн”
“онайн курсы английского языка”
“английский язык учить онлайн”
и т.д.

С точки зрения здравой логики обычного посетителя, все эти фразы несут абсолютно идентичную смысловую нагрузку, и было бы, мягко говоря, странно создавать под каждую из них отдельную страницу.

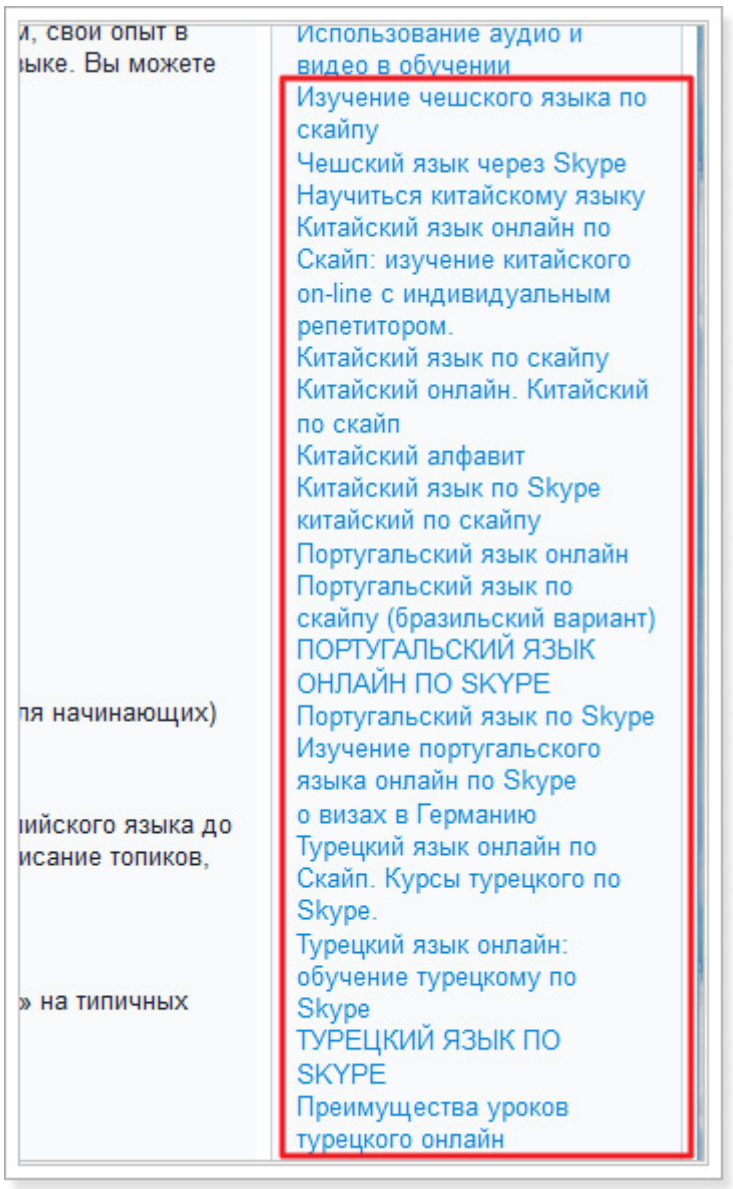
Но *некоторые SEO-специалисты уверены в существовании некого канона*, согласно которому каждый ключевик должен обязательно находиться в Title, URL, H1 и первом абзаце текста продвигаемой страницы. Понятное дело, что при таком раскладе без создания отдельной страницы под каждый запрос не обойтись, и послушный канону оптимизатор начинает клепать страницы под одинаковые по смыслу запросы.

Содержание таких страниц, как правило, имеет высочайший процент технической уникальности, но в действительности является переливанием одной и той же сути из пустого в порожнее.

И поскольку оптимизатор обычно не стесняется выводить ссылки на весь скоп пустопорожних страницы в меню, бедному пользователю сначала может показаться, что у компании очень много похожих услуг.

Но уже через 1-2 минуты у него возникнет вопрос, чем отличается услуга обучения английскому *в Skype* от услуги обучения английского *в скайпе*?

Пример меню со ссылками на пустопорожние страницы:



Опасаясь окончательного коллапса своего серого вещества, пользователь покинет сайт, ухудшив ПФ одной или нескольких псевдопосадочных страниц. После того, как таким по такому же сценарию пройдут сотни посетителей, у сайта начнутся проблемы. В лучшем случае низкий ПФ потянет позиции вниз, в худшем – антиспам-алгоритмы сделают свое дело и сайт попадет под фильтр.

Пессимизация в таком случае отнюдь не смертельна и лечится ампутацией лишних конечностей, то бишь пустопорожних страниц. С такими случаями *в нашей практике аудитов* мы сталкиваемся постоянно, один из кейсов по лечению я уже *описывала* на блоге ранее.

Альтернатива

Как же угодить и посетителям, и поисковикам одновременно? **Нужно следовать здравому смыслу и оптимизировать одну страницу под все одинаковые по смыслу запросы.** При этом ни в коем случае не следует пихать все запросы через запятую в заголовки и URL. Если в title у вас будет одна формулировка, в h1 – другая, а в тексте – третья, релевантность вашей страницы не пострадает. Поисковики, понимающие русский язык (особенно Яндекс), отлично распознают синонимы и учитывают их при ранжировании.

Конечно, если речь идет о похожих запросах, имеющих разный смысл (например, “курсы английского языка” и “курсы немецкого языка”), разные посадочные страницы создавать можно и нужно – это не только упростит продвижение, но и повысит конверсию.

2. Оптимизация текста под запросы, на которые страница не дает полноценного ответа

Иногда с целью привлечь поисковый трафик по “околотематическим” запросам, оптимизаторы добавляют их в текст и выделяют усиливающими атрибутами. Но сам факт нахождения какого-либо запроса в тексте страницы не говорит о том, что эта страница дает на нее ответ.

Допустим, на неком портале о сотовых телефонах есть страница описанием технических характеристик Samsung Galaxy Note и фотографией сего девайса в черном цвете. Чтоб малыми силами привлечь как можно больше посетителей, поверхностно мыслящий оптимизатор добавляет в текст как можно больше фраз, связанных с этой моделью – *“Samsung Galaxy Note черный”*, *“Samsung Galaxy Note белый”*, *“Samsung Galaxy Note отзывы”*, *“Samsung Galaxy Note продажа”* и т.д. Как правило, критерием выбора фраз в таких случаях является частота (чем частотней – тем лучше), а не соответствие контенту страницы.

В итоге многие “околотематичные” запросы, которые находятся в тексте, имеют очень косвенное отношение к контенту. Трафик, который генерируют эти запросы – нецелевой и потенциально опасный для здоровья сайта.

Например, любому адекватному пользователю, попавшему на сайт из выдачи по запросу *“Samsung Galaxy Note отзывы”*, хватит и 5 секунд, чтоб понять, что никаких отзывов на сайте нет. Посетитель закроет сайт и вернется обратно в выдачу, а сайт получит минус в ПФ-карму и привлечет внимание антиспам-технологий.

Пример несоответствия страницы запросам, под которые она явно оптимизирована:

Кстати, такая схема раньше работала на ура, особенно для старых трастовых сайтов. Добавляешь в текст фразу – сайт в топ 10 сразу после переиндексации. Выделяешь эту фразу стронгом – после очередного апа сайт в Топ-3. “Посыпались” такие страницы в ноябре 2011 года, после первой волны фильтра за переоптимизацию.

Альтернатива
Не стоит рисковать текущим целевым трафиком, пытаясь расширить семантику за счет популярных запросов, на которые сайт не дает ответ в принципе. **Лучше найти менее популярные, но вполне целевые ключевые слова, дополняющие основное ядро.**

Бывает, что от запросов с сомнительной релевантностью отказаться невозможно (например, на их наличии в списке настаивает клиент). Тогда нужно в обязательном порядке добавить на сайт контент, соответствующий этим запросам (доп. фотографии, места продаж, диапазон цен).

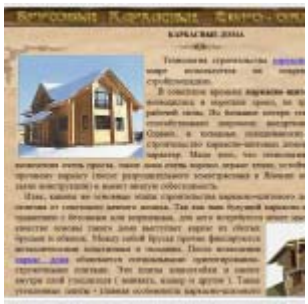
3. Добавление малоинформативных разделов в рамках внутренней оптимизации

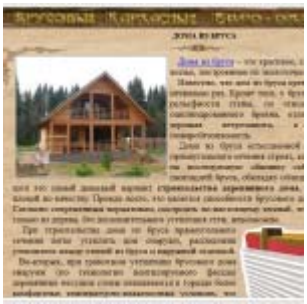
В данном случае речь идет прежде всего о сайтах с коммерческим уклоном, которые что-то продают или представляют какую-либо компанию.

Чтобы иметь дополнительный материал для проставления внутренних ссылок на посадочные страницы, чтобы увеличить общее число страниц или еще с кто знает какими целями, оптимизатор начинает добавлять на сайт так называемый инфоконтент. Обычно это статьи, новости, обзоры и прочая информация, написанная удаленными копирайтерами под заказ и очень косвенно соприкасающаяся с деятельностью компании.

Пока псевдоинфораздел не превысит в несколько раз основное содержание сайта, особой угрозы сайту в плане пессимизации нет. Но что касается пользы, то ее тоже нет. Обычно весь инфоконтент строгается копирайтером по одному шаблону (например: заголовок, картинка, текст строго определенного объема, одна ссылка на посадочную). Это существенно упрощает поисковикам задачу исключить такие страницы как кластер из числа влияющих на релевантность сайта.

Примеры шаблонных статей для внутренней перелинковки (нажмите на картинку, чтобы увеличить):





Но если инфораздел раздуется до немыслимых пределов, Яндекс может воздать оптимизатору за его труды не трафиком, а фильтром (АГС).

Альтернатива
Я не считаю, что инфоразделы – это плохо в принципе. Плохо, когда они создаются по шаблону и с единственной целью покрыть какие-то SEO-задачи. **Если раздел создается с основной целью помочь посетителям, и по совместительству выполняет какие-то SEO-задачи, с большой вероятностью сайт получит желаемый бонус.** Важный момент – каждая статья в инфоразделе должна иметь непосредственную связь с деятельностью самой компании.

Примеры качественных инфоразделов на коммерческих сайтах:
– *наш Блог*
– раздел *Как выбрать* на ИМ Holodilnik.ru,
– *статьи* на сайте юридической компании;
– *новостной раздел* на сайте UI-компании

4. Создание малоинформативных поддоменов для продвижения сайта по регионам

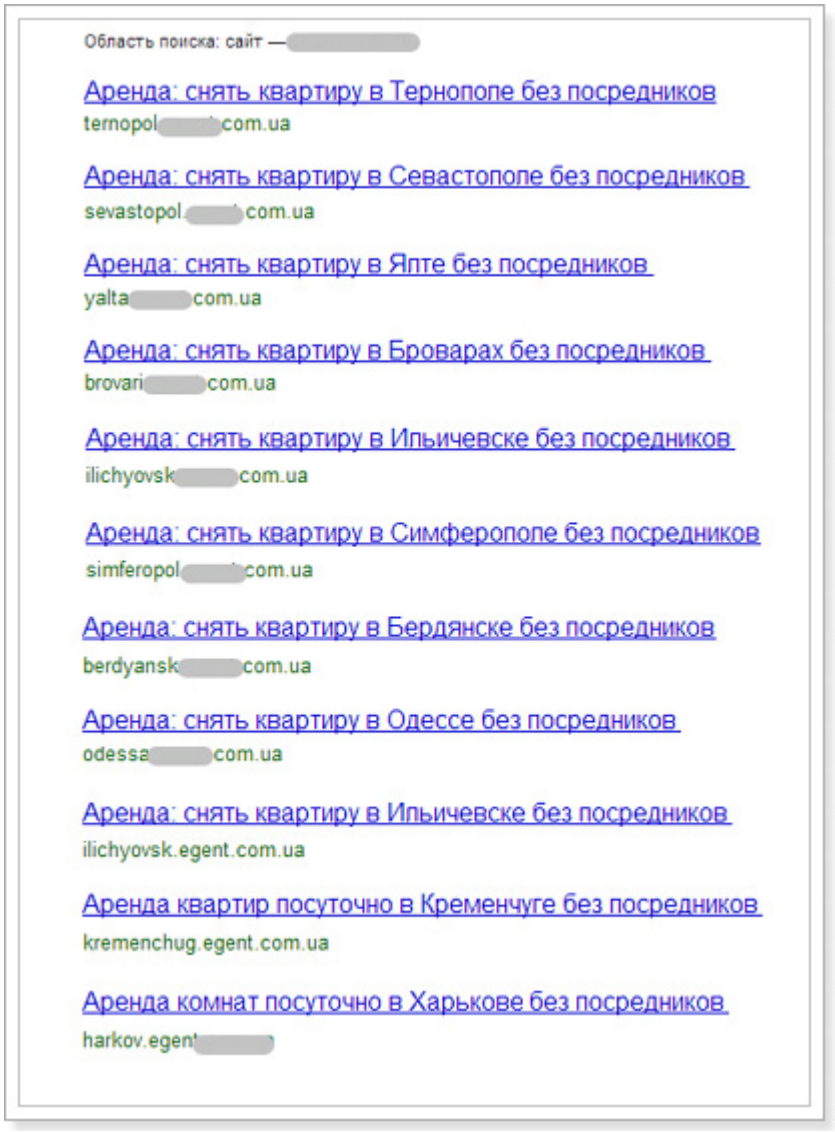
Получение трафика из разных регионов – один из тривиальных вопросов SEO с тех пор, как Яндекс выкатил *“Снежинск”*.

Для решения этого вопроса многие оптимизаторы для каждого города создают поддомен и присваивают ему регион. Сам по себе этот метод вполне жизнеспособный, но только при условии, что каждый поддомен будет наполнен естественно-уникальным (а не технически-уникализированным) содержанием. У каждого поддомена должно быть “все свое” – база предложений, статьи, отзывы, контакты. По сути,

каждый поддомен должен быть отдельным и вполне независимым региональным сайтом. Хороший пример – поддомены *Slando*.

Но у большинства вебмастеров негде брать естественно-уникальный контент для сайтов, и они начитают либо высасывать его из пальца, либо запускать в индекс полупустые поддомены. Еще хуже, когда контент для субдоменов генерируется автоматически – все мета-теги и тексты одинаковы, автоматом меняется только название города:

Пример автоматически сгенерированных поддоменов:



Вероятный результат в таком случае – пессимизация сайта в виде АГС.

Альтернатива
Если вам негде взять естественный контент для поддоменов, значит, такой способ регионального продвижения вам не подходит**.** В качестве альтернативы можно пробовать регистрировать сайт в Я.Каталоге и присваивать несколько регионов. Но этот вариант применим только для коммерческих компаний, у которых есть официальные филиалы в других городах.

5. Создание нескольких сайтов для продвижения по одинаковым запросам

Один из самых популярных вопросов, которые мне задают потенциальные клиенты – как создать несколько сайтов одной тематики, чтобы Яндекс их не “склеил”? Цели, ради которых делаются такие сайты, вполне ясны – чем больше сайтов в топе, тем трафика и суммарных конверсий по одним и тем же

ключевым словам. Кроме того, если какой-то из сайтов просядет в выдаче, в топе останутся другие и компания не потеряет продажи.

Риск при использовании такого "костыля" – *фильтр аффилирования*, вылечиться от которого очень сложно.

Многие вебмастера считают, что если дизайн, структура, текстовое и графическое наполнение, хостинг и владельцы доменов разные, то Яндекс никогда не догадается, что сайты принадлежат одному владельцу. На самом деле, аффилированность давно определяется по другим неявным признакам. К примеру, **если у двух совершенно разных внешне интернет-магазинов будет одинаковый ассортимент, цены и условия доставки, уберечь сайты от склейки не смогут даже разные контактные данные и названия фирм**.

Альтернатива
Если компания стремится с помощью нескольких сайтов минимизировать риски продвижения, а не монополизировать выдачу, тогда отличной альтернативой может быть продвижение сайтов по разным запросам. Известно, что аффилирование – запросозависимый фильтр (по каждому запросу в выдаче остается только один сайт владельца). **Если сайты с одинаковым ассортиментом будут продвигаться по разным запросам, склейки можно избежать**. Насколько такое продвижение выгодно для компании, зависит от многих факторов.

Становится очевидно, что сейчас любые методы "ботоориентированного" продвижения – это костыли, временные подпорки, которые в случае "поломки" могут угробит весь сайт. Если SEO-метод противоречит здравой логике и не делает сайт лучше для пользователя, от него лучше отказаться и не рисковать.

Часть II/4. 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

Часть II/5. 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 фитнесса, 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 онлайне. 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 DaylySEOTip. 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 “влиться”, 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 блоггерам 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**.

Часть II/6. 8 рецептов для молодого сайта new

Автор: Дмитрий Голополосов (Dimok)

Для молодого интернет-проекта главное - сэкономить и быстрее нарастить позиции. Здесь старик Яндекс отъявленных халявщиков не потерпит, а вот «бюджетников», старательных, трудолюбивых и последовательных, после капризов нет-нет, да примет. И даже если совсем нет денег на продвижение, или они есть, но в прижим, интернет-молодняку можно посоветовать несколько рецептов, от воплощения которых будет им счастье, а Яндексу – радость.

Шаг 1: по максимуму прокачать сайт

Во-первых, ещё раз, тысячный раз: начало начал – наполните каждую страницу сайта контентом. К а ж д у ю.

Во-вторых, лучше всего руководствуйтесь правилом: одна страница – один ключевой запрос. Позже, когда дойдёт дело до оптимизации, вы сами себе скажете спасибо за эту простую, но полезную штуку.

В-третьих, вычистите всю органику с сайта. Как понять что органика, что нет. Много кто знает про Сеопульт как про автоматизированный, умный закупщик ссылок, но не все знают, что там можно БЕСПЛАТНО проанализировать сайт как раз вот на предмет органики. Получить рекомендации системы, бесплатно. Ну и всё это вычистить своими силами или нанять фрилансера за 5-10 тыс. руб. на вычистку. Это правда нужно сделать. Если этого не сделать, то дальше могут твориться малоприятные чудеса, которым вы не будете находить объяснения ☺

В-четвёртых, к «прокачать сайт» относятся и такие вещи, как, к примеру, 404 страница или же страница благодарности после регистрации. Это мелочи и очень редко у кого доходят до них руки не первых этапах (на вторых этапах большинство забивает ☺), а очень зря.

Шаг 2: социализируйтесь, социализируйтесь и ещё раз социализируйтесь или умрите, умрите и ещё раз умрите

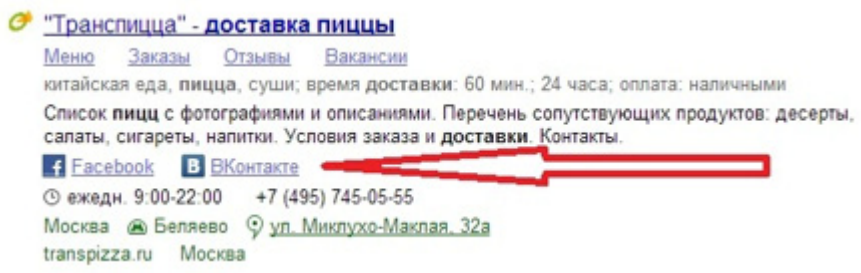
Что значит «социализироваться»? Ну как минимум вот эти пять вещей:

1) Добавьте на все страницы (точнее на те, которые будут у вас целевыми) кнопки социальных сетей. Смотрите сами, какие вам ближе: можно выгрузить всю линейку от полумёртвого Я.ру до полуживого Моего Мира. А можно взять только те, где реально может быть ваша аудитория (Твиттер, Вконтакте, Фейсбук и пр.)

2) Не помешает завести свои страницы хотя бы ВК и ФБ. Особенно если сайт – интернет-магазин и там много картинок. Весь ассортимент можно и нужно вываливать в сети. Ну и, понятное дело, потихоньку разослать ссылки по своим многотерпимым френдам ☺

3) Если вы стильный, то заведите себе страничку в Пине или Инстраграмме, например. Это ещё не избито и именно стильно ☺

4) Попробуйте разобраться, как сделать так, чтобы было вот так (эти кнопки – тема для отдельного поста, пока просто обозначу их как один из способов социализироваться)



5) Если пошли социализироваться – будьте готовы регулярно обновлять контент на страничках и не будьте нудными, официальными, кислыми и пр. Ведите себя просто и по-человечески.

Шаг 3: ссылочная масса

Первое, что надо зарубить у себя на носу: молодому проекту не надо много ссылок! Поэтому не надо жестить с сапой. С ней вообще в принципе жестить не надо, а смолоду особенно. Полно бесплатных способов раскидать десяток-другой-третий ссылок бесплатно. Ну френды и френды френдов по сетям – это раз. Два – оставлять ссылки в комментах, только не спамить, а так, чтобы в тему.

Например, на Силиконрус написан пост про один стартап, а под ним люди комментируют и кидают ссылки на свои стартапы. Это никто не зачищает: всё здесь нормально, релевантно, люди общаются, обсуждают и… наращивают ссылочные массы ☺

Три - бесплатные каталоги. Четыре - ресурсы с UGC типа энциклопедий, где можно дописывать статьи, дополнять статьи ссылками, картинками и пр. Главное – не спамить и держаться правила релевантности.

Шаг 4: партнёрки

Очень много всего создано на эту тему, очень многое автоматизировано. И очень много написано. Просто изучите вопрос и подстройте под свой сайт, свою тематику.

Шаг 5: пройдитесь по блогам и форумам

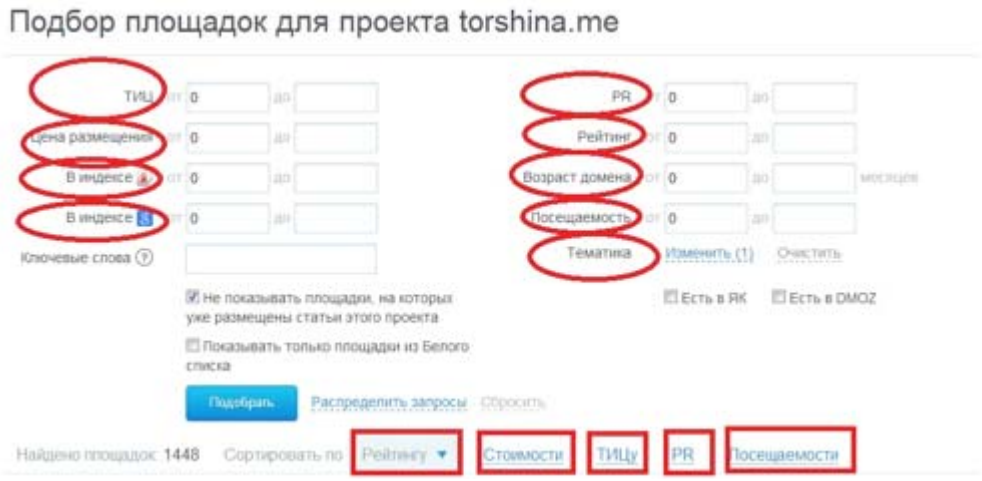
Живые форумы, подходящие по тематикам, - отличная вещь для получения бесплатного целевого трафика – раз. Ссылочной массой – два. Опять же – главное не спамить. Здесь лучше меньше – да лучше. В сети полно сообществ (жж и не жж), где тоже процветает UGC. Если не скатываться до спама и писать о полезных вещах, всё будет хорошо. Если кстати чувствуете, что ссылку в каком-то месте лучше не ставить, не ставьте её: пусть остаётся только название товара, магазина, адрес итп. – кому заинтересоваться, тот заинтересуется и так, а кому нет – тот либо завалит отрицательными комментами, либо заблокирует и забанит. Как говорят сеошники, не переташнивайте ☺

Шаг 6: когда дойдёт дело до продвижения сайта – пользуйтесь безопасными методами

Ну опасны сейчас в основном ссылки и в основном промышленных масштабах + на некачественных сайтах. С этим сейчас строго, поэтому, когда дойдёт дело именно до продвижения-продвижения (читайте: «ссылок-ссылок»), лучше идти в статейные биржи. Здесь практически всё по-старому: Miralinks, Articles.sape.ru. Хотя у них тоже бывают сложности. Вот, например, недавно в Миралинксе зачистили сайты с медтематикой. Но в целом ничего: в биржах можно (и даже нужно) выбирать себе нормальные сайты и размещать там статьи со ссылками на сайт.

Из новенького – биржа *WebArtex*. Пока система в бете и предлагает не очень много сайтов (около 2 000, что набралось с февраля 2013 года), но сайты очень приличные – это раз. Два – в системе работают фильтры (я обвёл 9 фильтров и ещё 5 параметров, которые позволяют быстро найти нужные сайты из

списка). Это очень-очень удобно. И такой автоматизации, прямо скажем, не хватает системам, с которыми мы работаем с 2008-2009 годов.



Биржа будет очень хороша для молодых проектов, у которых пузомерки почти на нулях: рост будет наглядный. Кому интересны примеры – можете посмотреть вот этот **кейс** *http://webartex.ru/news/20* на сайте биржи, про то, как за 3-4 месяца можно нарастить тИЦ с 250 до 1 300 ☺

И ещё одно – автоматические отчёты по изменению в позициях. Это выглядит вот так, тоже очень удобно и пока не реализовано у заслуженных ветеранов ☺

маркетинг интернет семинар	17	7^{+10}	2	4^{-2}
семинар интернет маркетинг	78	29^{+49}	1	2^{-1}
интернет маркетинг семинар	59	34^{+25}	1	2^{-1}
курсы seo оптимизация	—	97^{+3}	98	85^{+13}
обучающий центр москва	34	10^{+24}	38	35^{+3}
обучение продвижению	—	49^{+51}	4	7^{-3}
контекстная реклама от а до я	21	19^{+2}	5	6^{-1}

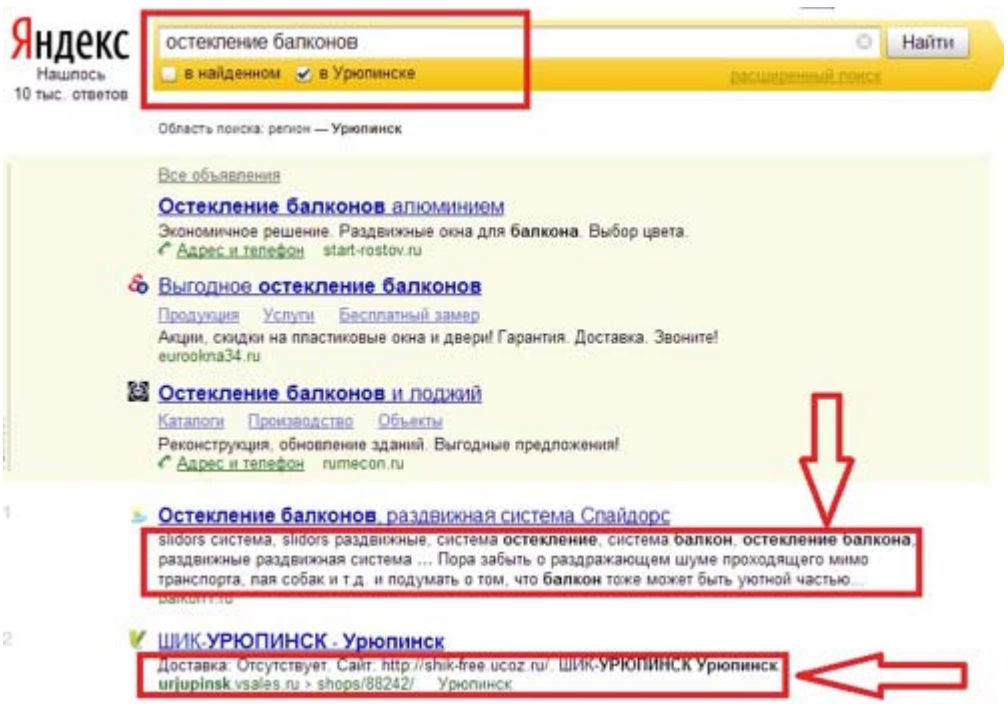
Ещё раз: молодому проекту не надо много ссылок, поэтому лучше брать меньше да лучше. И с этой позиции WebArtex подходит именно молодым проектам, чтобы получилось быстро, безопасно и заметно результативно.

Шаг 7: правильно отображайтесь в выдаче

После выведения платформы Яндекса Острова правильная настройка сниппета и его окружения хоть и косвенно, но может повлиять на результаты ранжирования, потому что Яндекс учитывает поведенческий фактор. А привлекательный сниппет с фавиконом, контактами, иконками соцсетей, быстрыми ссылками, формами заказа, расширенными темами и т.п. непосредственно может повлиять на этот параметр. Все это прекрасно настраивается через Яндекс.Вебмастер, так что пользуйтесь на здоровье.

Шаг 8: Заморочтесь над своим сайтом

Влезьте с головой в каждую кнопку, в каждую мелочь, всё стилизуйте, всё учитывайте: от фавикона до электрона 😃Чем больше вы именно заморочитесь над сайтом изнутри, тем правильнее он будет выглядеть из выдачи. И чтобы не получилось так, что сайт попал в выдачу, стоит чуть ли не в ТОП1, а выглядит это всё так, как на картинке. Спрашивается, что вообще происходит в Урюпинске с остеклением балконов? 😃


Яндекс
Нашлось
10 тыс. ответов
остекление балконов
Найти
в найденном
в Урюпинске
расширенный поиск
Область поиска: регион — Урюпинск
Все объявления
Остекление балконов алюминием
Экономичное решение. Раздвижные окна для балкона. Выбор цвета.
Адрес и телефон start-rostov.ru
Выгодное остекление балконов
Продукция Услуги Бесплатный замер
Акции, скидки на пластиковые окна и двери! Гарантия. Доставка. Звоните!
eurookna34.ru
Остекление балконов и лоджий
Каталоги Производство Объекты
Реконструкция, обновление зданий. Выгодные предложения!
Адрес и телефон rumecon.ru
1
Остекление балконов, раздвижная система Спайдорс
slidors система, slidors раздвижные, система остекление, система балкон, остекление балкона, раздвижные раздвижная система ... Пора забыть о раздражающем шуме проходящего мимо транспорта, лая собак и т.д. и подумать о том, что балкон тоже может быть уютной частью...
2
ШИК-УРЮПИНСК - Урюпинск
Доставка: Отсутствует. Сайт: http://shik-free.ucoz.ru/. ШИК-УРЮПИНСК Урюпинск
urjupinsk.vsales.ru > shops/88242/ Урюпинск

Часть II/7. 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 тратьте 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".

Часть II/8. 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 продажника.

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 суме 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 никого 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*

Комментарии: *MyOST*

Часть II/9. 10 правил внутренней перелинковки страниц

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

Правильная внутренняя перелинковка может значительно увеличить трафик по НЧ, а неправильная – стать причиной сложностей в продвижении сайта. Я убедилась в этом сама, когда после описанных в этом посте дейсвий на двух моих сайтах трафик увеличился в среднем почти в 3 раза, а один клиентский сайт попал в Топ3 после длительного сидения на 2-4 страницах.

Мои дейсвия по внутренней перелинковке состояли из двух этапов: оптимизация навигации сайта, и простановка ссылок из текстов внутренних страниц.

Действия по улучшению навигации сайта:

1) Убедитесь, что **меню сайта индексируется поисковыми ботами.** Для этого оно должно либо иметь вид текстовых ссылок (желательно, с кеями в анкорах) или картинок с грамотно прописанными alt-атрибутами.

2) На всех внутренних страницах должна быть **ссылка на главну**ю, и **везде с одинаковым URL-адресом**. Если это http://mysite.ru, то это везде должна быть http://mysite.ru. И никаких http://www.mysite.ru, http://mysite.ru/inedx.php или http://mysite.ru/index.php&id=123456.

3) **Хлебные крошки, карта сайта** и другие фишки типа популярных статей, похожих записей и т.д. – хорошие штуки. Они помогают как поисковым ботам, так и вашим посетителям.

4) Если вы продвигаете по ВЧ внутренние страницы – желательно, что б ссылки именно на эти страницы были **сквозными**, обязательно – что б на них была **ссылка с главн**ой. У страниц третьего уровня статичный вес по умолчанию меньше, чем у страниц второго уровня, и продвинуть их по ВЧ будет проблематично.

5) Если вы продвигаете по ВЧ внутренние страницы и ставите на них внешние ссылки – **перелинкуйте эти страницы между собой**. Тогда ссылки, которые вы ставите на продвигаемую страницу А, будут передавать вес также на продвигаемую страницу Б.

Простановка ссылок из текстов внутренних страниц

1) Ставьте ссылки из текстов внутренних страниц на другие страницы, подходящие по контексту. Особенно упорно ставьте ссылки на те страницы, которые продвигаете. Для многих CMS есть уже

готовые модули текстовой перелинковки, с помощью которых такие манипуляции делаются легко и просто (например, Cross-Linker для WordPress, Alinks для Drupal и Linkr для Joomla).

2) На одну и ту же страницу старайтесь ссылаться **каждый раз разным анкором**. Я экспериментировала со своими сайтами, проставляя в одном случае все ссылки с одинаковым ВЧ кеем в анкоре, в другом – каждый раз ссылаясь разным текстом. Во втором случае ВЧ почувствовавал себя намного лучше, плюс добавилось трафика по НЧ.

3) Если у вас есть **страницы без текста** (например, галлерея или страницы с таблицами описаний товаров) – всеравно **используйте их для внутренней перелинковки**. В таком случае ссылки придется сотавить отдельно, но для этого есть удобный бесплатный модуль Сеолиба для перелинковки страниц.

4) **Не переусердствуйте с ссылками из текста**. Количество ссылок, которые можно ставить, зависит от количества текста. Но в любом случае я не советую ставить больше 3 ссылок со страницы.

5) Если вы добавляете **новый контент** – не забудьте сослаться **из него** и **на него**. Это ускорит его индексацию, плюс добавт вес тем страницам, на которые он ссылается.

Вроде всё. Получилось всего 10 пунктов, но я не подгоняла их количество под красивую цифру. Конечно, такие манипуляции требуют времени и внимания, особенно вторая часть. Но зато внутренняя перелинковка имеет три неоспоримых преимущества: 1 – это бесплатный способ повышения позиций, 2 – она сэкономит ваш бюджет на покупку платных ссылок, 3 – ее надо делать только один раз.

Часть II/10. 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 обменятся 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.

Часть II/11. 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.

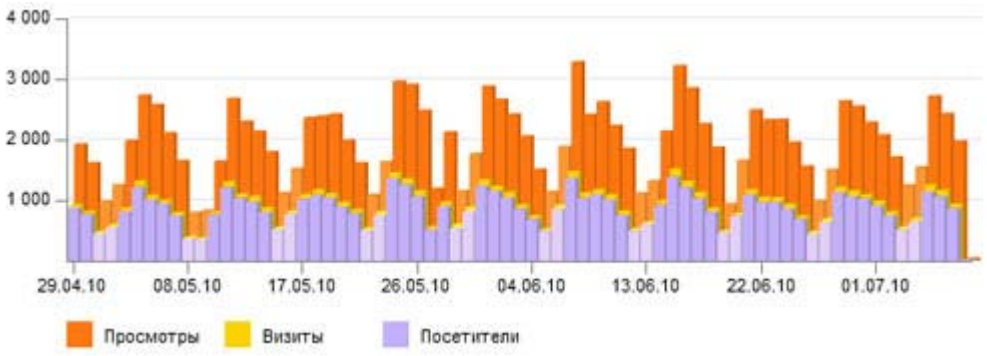
Итак, имея опыт работы в этой сфере, я вывел несколько способов убедить ваших клиентов в эффективности и ценности вашей работы, как *seo-специалиста*.

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.

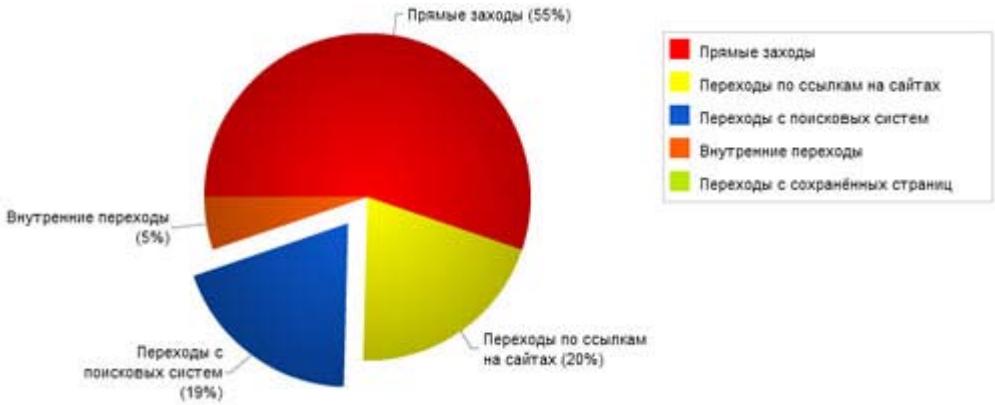
Ежедневные отчеты по трафику



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	7 198	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	438	1 038	41,1%	2,4	0:01:38
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.

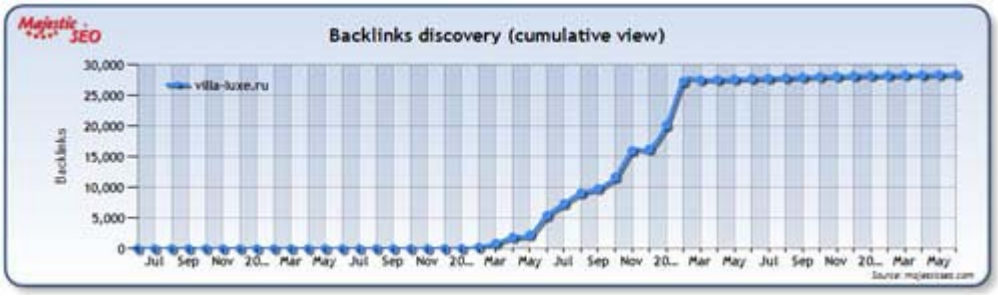
Предоставьте статистику по времени, проводимом *пользователями на сайте*, по конверсиям, по посетителям, которые сразу же покидают сайт и т. д. Также использование Google Website Optimizer, может показать положительные и отрицательные результаты вашей работы.

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	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	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	1
	4	4	3	3	6	6	18	11	9	9	20	32	47	5	5	5	5	7	7	7	6	6	7	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	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	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	3
	5	5	6	6	6	5	4	4	3	4	6	9	9	10	10	10	10	11	10	11	10	9	10	10	10	10
	3	3	5	5	3	[illegible]	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	7	7	18	17	17	15	16	54	50	53	98	99		62	61	59	59	67	69	68	69	70	60	60	61	58
	8	8	14	14	13	15	14	69	57	62	72	72	73	55	55	55	53	62	62	62	58	61	53	53	55	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	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*

Часть II/12. 10 заповедей SEO-оптимизатора

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

В повседневной суете, заботах и хлопотах, как-то забывается, что о сайте и его посетителях необходимо заботиться сейчас, так как потом будет поздно. Только время позволяет оценить все возможности сайта и осознать, какие грехи были допущены…

10 seo заповедей это своеобразный свод законов поисковых систем, вот только ответственность за совершенный грех у каждого – своя: никому не дано знать до самого конца, какое будущее ожидает сайт.

Вспомним эти десять заповедей вебмастерам, данные поисковиками:

10 заповедей SEO-оптимизатора

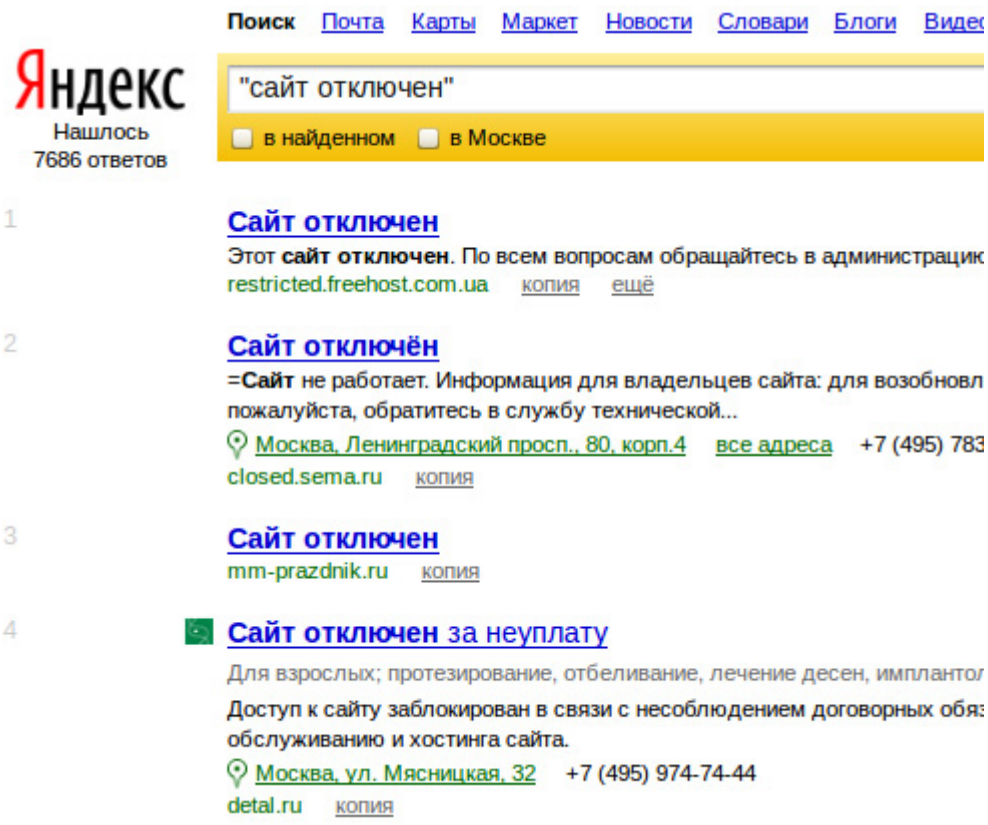
1. Не нарушай условия использования поисковой системы

Поисковые системы имеют свои правила, с ними нужно ознакомиться, чтобы понимать, что они ожидают от владельцев сайтов.

— Лицензия на поиск Яндекса
— Правила использования ПС Google

2. Почитай хостера своего и регистратора доменных имён

Без хостинга сайт не может существовать, так же, как и без домена. Поэтому, необходимо вовремя продлевать доменное имя и оплачивать хостинг. С теми, кто уезжает в длительный отпуск и забывает о хостере, происходит примерно следующее.



Также, сохраняйте бекапы (копии сайта) и находите хороших хостеров.

3. Не кради контент

Краденный контент плохо индексируется и слабо ранжируется в поисковых системах. Используйте уникальный, качественный контент. *Помните также о заголовках*!

4. Не плоди дублей страниц

Используй для каждой страницы один урл. Доступность страницы по разным адресам снижает эффективность взаимодействия поискового робота с сайтом, а также является причиной неверного определения релевантной страницы по её ключевым словам. Избавляйтесь от копий, а если это невозможно, добавляйте канонический *тег rel=canonical* для потенциальных дублей страниц сайта.

5. Стерегись переоптимизации

Превышение меры при оптимизации сайта всегда снижает вероятность достижения цели. *Избегайте переоптимизации*!

6. Не прогоняй сайт по каталогам и не используй прочий спам

Немодерируемые ресурсы быстро захламляются и заносятся поисковиками в черные списки. Прогоняя молодые сайты по тысячам каталогов, вы только вредите его карме. Для устоявшихся в выдаче, старых сайтов использовать автоматические прогоны по форумам, блогам и каталогам нет смысла. Не ищите лёгких путей, ссылки, как и доверие, зарабатываются со временем.

7. Ссылайся только на хорошие сайты

Сайты похожи на людей. Если у человека плохое окружение (те люди, с которыми он общается), то с ним мало кто захочет взаимодействовать из высшего общества. Формируйте правильное окружение, ссылайтесь на качественные сайты, это придаст релевантности и добавит авторитета со стороны поисковых систем.

8. Почитай 404-ую страницу

Несуществующие страницы на сайте должны отдавать 404 код http статуса, это поможет избежать дублей. В случае, если страницы изменили адрес (существуют, но по другому адресу), то необходимо выполнить *301 редирект со старых*, чтобы не потерять поисковый трафик, который шел на эти страницы.

9. Думай о пользователях, а не поисковых системах

Делайте сайты для людей, ведь в итоге, вы взаимодействуете именно с ними! Яндекс правильно спрашивает, стали бы вы создавать сайт, страницу или её элемент, если бы не существовало поисковиков? Приходят ли пользователи на ваш сайт или интернет-магазин не только из поисковых систем? Обманывая поисковую систему, имитируя релевантность ненужными для пользователей элементами (seo-блоками, переоптимизацией html-кода), вы рискуете получить фильтр или быть исключенным из поиска.

Будьте честны с посетителями. Привлечь пользователей по запросам, на которые ваш сайт не может достойно ответить, не значит удержать их.

10. Не замыливай глаз на сайт свой

Будьте постоянно в курсе, что происходит с вашим сайтом, как к нему относятся посетители и поисковые машины. Для этого используйте панель для вебмастеров, а также установите на сайт систему веб-аналитики для проверки эффективности отдельных страниц или элементов.

И ещё раз, думайте о людях. Помните, что позиции в топе это не конец, а лишь начало!..

На самом деле, соблюдать все 10 заповедей SEO-оптимизатора не так уж и сложно. Надо просто любить, поисковые системы, сайт свой и зашедших на него посетителей.

Часть II/13. 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/*.
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 основным доменом.

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 создание URL-адресов из нескольких слов (например в формате фразы), тире это самый лучший разделитель (например *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
Нету 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=B000FN0KWA*
  В адресе Target (собственость 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*
  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 случалось, 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

Часть II/14. 13 факторов оценки конкуренции по запросу

Автор: Дмитрий Голополосов (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, темы 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 **количество найденных документов**. Чем больше проиндексированных страниц в выдаче, тем выше конкуренция. В этом случае советую 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) Многое 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 визуально 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.

Часть II/15. Как заставить ссылки работать? 15 принципов наращивания ссылок

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

Когда речь заходит о ссылках, у многих знакомых оптимизаторов просыпается ностальгия по прошлым временам, когда любого конкурента в топе можно было обойти, просто увеличив ссылочный бюджет. **С появлением MatrixNet отношение Яндекса к ссылкам изменилось**:
– вес ссылки стал коррелировать с качеством акцептора (продвигаемого сайта);
– добавились временные факторы влияния ссылок;
– стала учитываться “ссылочная история”;
– seo-ссылки стали определяться поисковой системой и учитываться по-разному для коммерческих и некоммерческих запросов;
– появилась корреляция процента вхождений в анкоры с вхождениями в текст страницы;
– и т.д.

Иными словами, **внешние ссылки стали сильно коррелировать с другими факторами ранжирования, влияние ссылочной массы на позиции сильно уменьшилось.** В сентябре на блоге Яндекса появилось заявление об **ограничении влияния искусственных ссылок**; во время выступлений на осенних конференциях (в том числе и на *конференции в Харькове*), **Александр Садовский** неоднократно упоминал, что **из 20 основных факторов, влияющих на ранжирование сайта, ссылочных только 2**.

Сейчас у многих оптимизаторов создается впечатление, что по какой бы схеме и в каком количестве не покупались ссылки, они не влияют на позиции. Большинство вопросов по ссылкам, которые пришли мне на почту, можно свести к одной сути: **работают ли ссылки и если да, то какие?**

Ссылки по прежнему работают (и будут работать). Но для того, что б они помогали, а не препятствовали позициям вашего сайта, теперь не достаточно просто тщательно выбирать площадки для размещения.

Сегодня в качестве ответа на “ссылочные” вопросы я опишу свои принципы работы с ссылками в условиях MatrixNet. Не нужно думать, что советы актуальны только для продвижения в Яндексе – его забугорные и отечественные конкуренты преследуют ту же итоговую цель и тоже не стоят на месте.

Итак, 15 принципов наращивания ссылок.

Принципы стратегии в целом

1. Наращивайте ссылки постепенно. Оптимальное количество новых ссылок зависит от уже имеющейся ссылочной массы (чем больше ссылок уже есть, тем больше можно покупать). Быстрый прирост ссылок за определенный период может привести к наложению фильтра под неформальным названием **“ссылочный взрыв”**, при котором веса всех ссылок, появившихся в индексе за этот период времени, обнуляются.

Нюансы:
а) – чем чаще обновляется/пополняется сайт, тем динамичней можно наращивать ссылки;
б) – для новых сайтов начинать нужно с самого малого (в первые 3-4 месяца лучше вообще простимулировать появление естественных ссылок вместо того, что б покупать).

2. Наращивайте ссылки на разные страницы сайта. Старайтесь, что б как можно больше страниц сайта имели внешнюю ссылочную массу – это повышает общий авторитет сайта и облегчает его продвижени (именно поэтому после нескольких месяцев продвижения множества страниц сайта по СЧ/НЧ сайт при малых усилиях может выйти в Топ и по ВЧ).

3. Кроме платного размещения, **стремитесь к получению естественных ссылок**, особенно с трастовых непродажных ресурсов. Понимаю, сказать легче, чем сделать., но при желании возможно все. Анализируя бэклинки конкурентов, я всегда собираю список таких ресурсов (региональные порталы, узкопрофильные каталоги, новостные ресурсы и другие сайты, которые не размещают ссылки платно), а потом стараюсь получить ссылку на каждом из них. Конечно, это долго и трудозатратно, но зато одна такая ссылка (даже без ключевика в анкоре) иной раз срабатывает лучше, чем пару десятков покупных.

4. Меняйтесь ссылками с ресурсами вашей тематики. Еще летом я писала о том, **почему ссылочный обмен держит сайты в топе**, сейчас же тенденция стала еще заметнее.

5. Не ожидайте быстрого эффекта. Как я уже неоднократно говорила, появление ссылок в *панели Вебмастера* еще не говорит о том, что они начали влиять на позиции сайта. В зависимости от обстоятельств, срок срабатывания ссылки может затянуться от 2 до 6 месяцев. Так что если новые ссылки появились в панели, а позиции не изменились, не спешите их снимать – “мигание” ссылок может затруднить продвижение сайта.

Принципы выбора ссылочных доноров

Большое количество “плохих ссылок” может привести к полному обнулению влияния ссылочных факторов на ранжирования сайта, поэтому к выбору площадок советую относится с особо внимательно.

1. Выбирайте площадки по совокупности показателей
– *посещаемость площадки* (сайт любят посетители=сайт любят поисковики);
– *позиции площадки в результатах выдачи*;
– *нахождение сайта одновременно в уаса и DMOZ* (в основном туда попадают только качественные ресурсы);
– *возраст площадки* (чем больше – тем лучше. Советую осторожно относится к платному размещению ссылок на ресурсах моложе 2 лет, на ресурсах до года платно не размещать вообще);
– *количество и качество исходящих ссылок с конкретной страницы и сайта в целом* (если ссылок много и/или среди них есть некачественные, лучше не иметь дела с такой площадкой);
– *наличие внешней ссылочной массы* у домена в целом и конкретной страницы, где собираетесь размещать ссылку, в частности;
– *показатели “пузомерок”* – высокий тИЦ и PR, низкий AlexaRan.

Каждый из этих показателей в отдельности имеет слабую корреляцию с качеством донора, но по совокупности нескольких характеристик можно сделать выводы о качестве площадки и отсеять мусор.

2. Тематика донора имеет значение
Но только в том случае, если:
– на странице нет внешних ссылок, кроме вашей;
– другие внешние ссылки на странице соответствуют вашей тематике.

3. Не заказывайте АВТОпрогоны, АВТОпостинги, АВТОрегистрации и прочую автоерунду, при которой вы сами не можете контролировать выбор площадок для размещения. Появление большого количества ссылок с рерусрсов сомнительного качетсва за короткий срок не принесет никакой пользы сайту, но затруднить дальнейшее продвижение может вполне.

Принципы размещения ссылок

1. Старайтесь разместить ссылку там, где по ней будут переходить посетители.
Повышенное внимание поисковиков к поведенческим факторам подталкивает к предположению, что кликабельность ссылки вполне может влиять на передаваемые ею вес: если по ссылке переходят, значит она размещена для пользователей (а не для ботов) -> это естественная ссылка -> ее влияние на ранжирование можно не ограничивать.

2. Размещайте ссылку подальше от остальных внешних ссылок и как можно ближе к началу страницы
Согласно моим наблюдениям, ссылки, которые размещены в стандартных ссылочных блоках по несколько штук подряд (как правило, в футере сайта), практически не работают. Чем ближе ссылка к началу страницы – тем лучше. Если на странице размещаются другие внешние ссылки кроме вашей, старайтесь, что б ваша ссылка отделялась от других ссылок текстом.

3. Старайтесь разместить ссылку на странице, в title и тексте которой употребляются такие же ключевые слова, как и в вашем анкоре.
Согласно моим наблюдениям, такие ссылки работают лучше (особенно если на странице больше нет внешних ссылок).

4. Кроме стандартных ссылок с проиндексированных страниц, **ставьте ссылки со страниц, которые еще не попали в индекс.** Согласно моим наблюдениям, ссылки, которые попадают в индекс вместе со страницей, в некоторых случаях более заметно влияют на позиции, чем ссылки, проставленные на уже проиндексированных ранее страницах. Такие ссылки можно получить как платно (размещая *платные статьи и заметки*), так и естественным путем (публикуя релизы и описания своей компании/блога/сервиса с прямой ссылой на других сайтах).

5. Размещайте ссылки навсегда. Этого принципа должны в первую очередь придерживаться вебмастера, развивающие свои проекты, которые имеют долгосрочную перспективу. Чем дольше стоит внешняя ссылка, тем больший вес она передает. Есть много примеров ресурсов, которые держатся в топе по ВЧ в основном за счет ссылок, размещенных более года назад.

Принципы составления анкоров

1. Анкор ссылки, содержащий ключевые слова, должен четко соответствовать содержанию страницы, на которую он ссылается
После изменений в формуле ранжирования в октябре этого года анкоры ссылок стали еще больше коррелировать с текстовой релевантностью страницы-акцептора. И если содержание страницы не соответствует ключевым словам в анкоре, ссылка будет иметь очень слабый вес.

2. По моим наблюдениям, **“безанкорные” ссылки все еще работают**, хоть другие специалисты *считают иначе*. Некоторые сайты, в том числе и в коммерческих тематиках, стабильно держатся в топе с июля этого года, имея только безанкорные ссылки.

При работе с ссылочным сегодня главное понимать, что какими бы ни были качественными ссылки, процент их влияния по отношению к другим основным факторам – всего 10%, а корреляция с другими факторами очень высока. Поэтому начинать работу над продвижением сайта (как и анализ причин, когда *сайт не выходит в Топ*), всегда нужно качества сайта в целом, с его внутренней релевантности и удобства для пользователей.

Часть II/16. 15 советов по раскрутке сайта или блога

Автор: Александр Борисов (boricov)

Как бесплатно раскрутить сайт или блог? Это один из самых популярных запросов Яндекс на данный момент.

В этой статье я хочу предоставить вам полезные **советы по раскрутке сайта** или блога, применяя которые на практике, ваш новый сайт или блог начнут посещать десятки, а может и сотни человек в день уже через 1-2 месяца.

Итак поехали.

Советы по раскрутке сайта:

1. Одно из самых главных правил звучит так — ваш сайт должен быть одной тематики, то есть посвящен одной теме. Если вы допустим ведете свой блог на тему строительства, то не нужно писать на нем статьи на тему *заработка в интернете*. Сайты, на которых присутствует каша-малаша (вы пишите все что угодно) не очень нравиться поисковым системам. Поэтому вы должны четко определить тему вашего сайта или блога и писать в одном направлении.

2. Составьте для вашего сайта или блога список ключевых слов (наиболее частозапрашиваемые) по которым вы хотите выйти в топ-10 поисковиков. Сделать это вы можете при помощи сервиса *wordstat*. Составив список, сохраните его у себя на ПК и всегда держите перед глазами, когда будете писать очередную статью, потому что ориентироваться вам нужно именно на них при создании нового материала для вашего ресурса. Список ключевых слов — это ваше семантическое ядро.

3. Грамотно пишите статьи на сайт, соблюдая все правила seo если хотите чтобы ваши статьи были более уникальны. Об этом я писал целую статью.

4. Обязательно перелинковывайте страницы вашего сайта или блога. Объясню по подробнее. Допустим вы пишите статью про капусту и в ней промелькает слово «морковь». Если у вас есть на сайте какая-либо статья про морковь, то обязательно сделайте это слово в виде ссылки на статью про морковь. Вобщем все ключевые слова, которые имеются в вашей статье нужно делать в виде ссылки, если у вас на сайте или блоге есть другая статья на тему ключевого слова. Благодаря этому поисковому роботу проще продвигаться по страницам вашего сайта и индексировать его.

5. После того как на вашем сайте или блоге есть хотя бы 5-10 статей, то можно смело регистрировать его в различных поисковых системах (Yandex, Google, Rambler, Yahoo, Апорт, Bing), а так же в различных каталогах и рейтингах. Вот список самых известных:

http://webmaster.yandex.ru

http://www.trustdirectory.org/

http://dmoz.ru/

http://rambler.ru

http://mail.ru

При добавлении в каталог, в описании вашего сайта или блога используйте ключевые слова из составленного вами списка. Сейчас существует более 20 000 различных каталогов в которых можно зарегистрировать свой сайт, но некторые из них просят разместить свою ссылку у себя на сайт. Ни в коем случае этого не делайте, потому что ваш сайт тут же превратиться в помойку и авторитет его в поисковых системах снизится.
Хочу заметить, что на сегодняшний день прогон по катлогам — это всего лишь 5-10% от всей раскрутки. Раньше было по лучше.

6. Добавьте свой сайт или блог в популярные порталы и энциклопедии. Вот один из них:

http://ru.wikipedia.org/ — зарегистрируйтесь на этом портале и добавьте свою ссылку.

7. Добавьте свой сайт в социальные закладки интернета. На данный момент их очень много. Поэтому советую зайти в любой поисковик и набрать что-то вроде этого «Добавить сайт в закладки», «Социальные закладки» и т.д.

8. Пишите качественный контент и добавляйте его на сервисы размещения статей. По истечении примерно 2-3 недель, когда статья проиндексируется на вашем сайте и робот запомнит что именно ваш сайт является автором данной статьи, то можно добавить копию статьи на различные сервисы по размещению статей. Вы размещаете статью на сервисе и ставите там ссылку на ваш сайт или блог, а это дополнительный трафик. Для того чтобы найти эти сервисы, так же зайдите в любой поисковик и наберите к примеру «добавить статью», «добавить статью бесплатно». Есть так же платные сервисы по размещению статей.

9. Обязательно обменивайтесь ссылками с сайтами похожей тематики. Это мощный приток целевых посетителей на ваш сайт. После того как посещаемость вашего сайта значительно вырастет, увеличится ТИЦ и PR, а так же появиться много полезного контента на вашем сайте, предлагайте другим вебмастерам обменяться ссылкми.

10. Ведите рассылку на вашем сайте или блоге. Каждый раз когда вы будете добавлять новый контент оповещайте об этом своих читателей. Для этого существуют такие популярные сервисы как *smartresponder.ru* и *feedburner*.

11. Публикуйте анонсы интересных событий и указывайте ссылку в них на ваш ресурс для прочтения полной версии. Сделать это можно здесь:

http://content.mail.ru/

http://www.maillist.ru/

http://subscribe.ru/

12. Общайтесь в различных форумах соответствующих тематике вашего сайта. Если у вас блог про раскрутку сайтов, то идите на формы по раскрутке и продвижению сайтов. Для чего это нужно? Во первых в споей подписи на форуме вы сможете поставить ссылку на ваш сайт или блог, а так же на форуме вы можете наблюдать за тем, чем же интересуются форумчане и соответственно писать статьи по этим вопросам.

13. Добавьте свою подпись со ссылкой на ваш блог или сайт в почтовом ящике (e-mail).

14. Не копируйте статьи и тексты с других сатов или блогов. Это понизит рейтинг вашего ресурса. Лучше пишите уникальный и интересный контент, он будет работать на вас годами. Именно так выходят в первые позиции поисковых систем многие известные ресурсы.

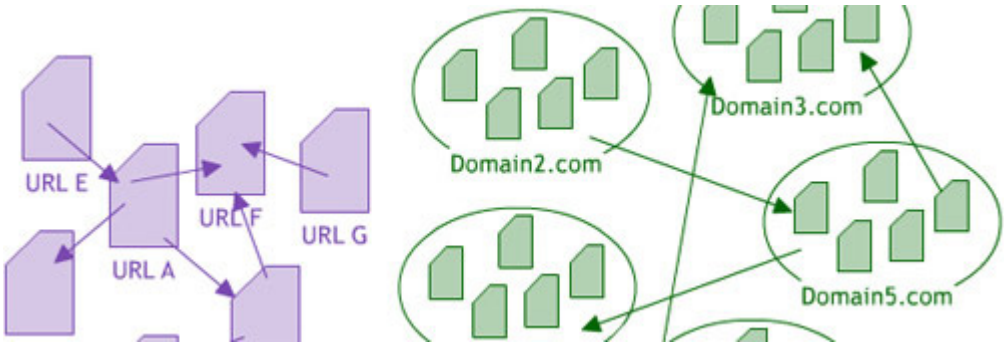
15. Пишите статьи регулярно. Если вы думаете, что можно написать 10 статей и забыть о сайте на неделю, то это совсем не так, лучше меньше, но регулярно...

Ну вот в принципе и все на начальном этапе. Вот такие вот у меня для вас советы по раскрутке сайта или блога.

Часть II/17. 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.



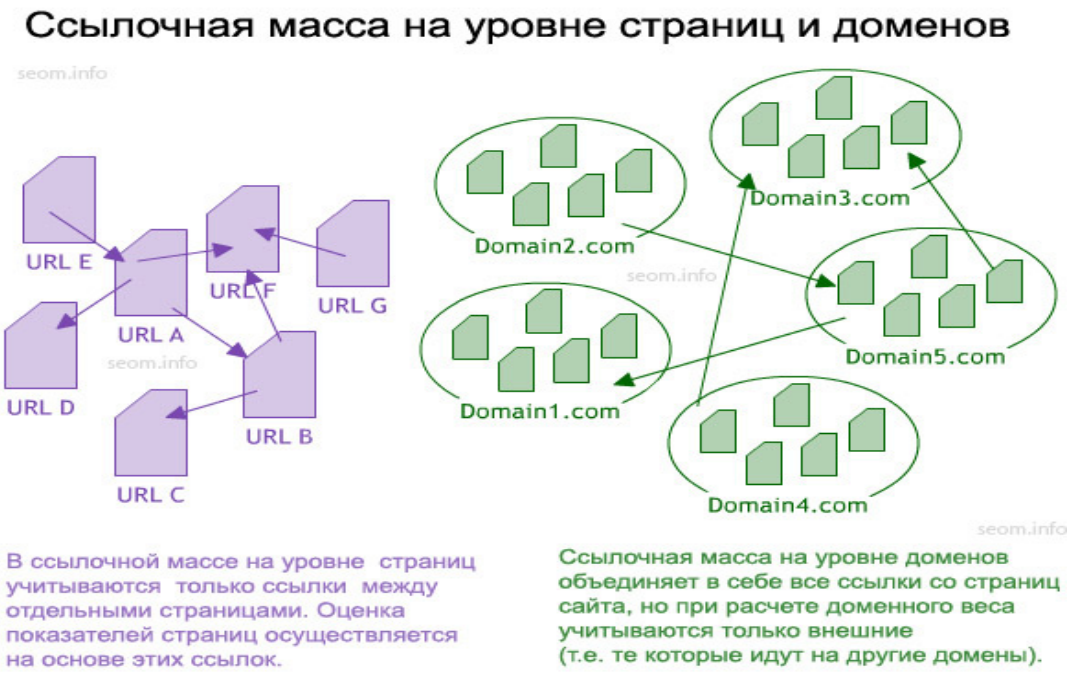
На часах 9:30 утра, начало рабочего дня, и вы **уже беседуете с новым клиентом**. Все они очень похожи, такие любознательные, все им интересно и все хотят знать - как поисковик ранжирует страницы, почему предложенные вами изменения дадут положительный эффект, где вы учились SEO, ну и естественно, просят 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 рассчет 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:



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 объясняться тем, что эти страницы размещены под авторитетными доменами с большим количеством обратных ссылок и высокими внутренними показателями.

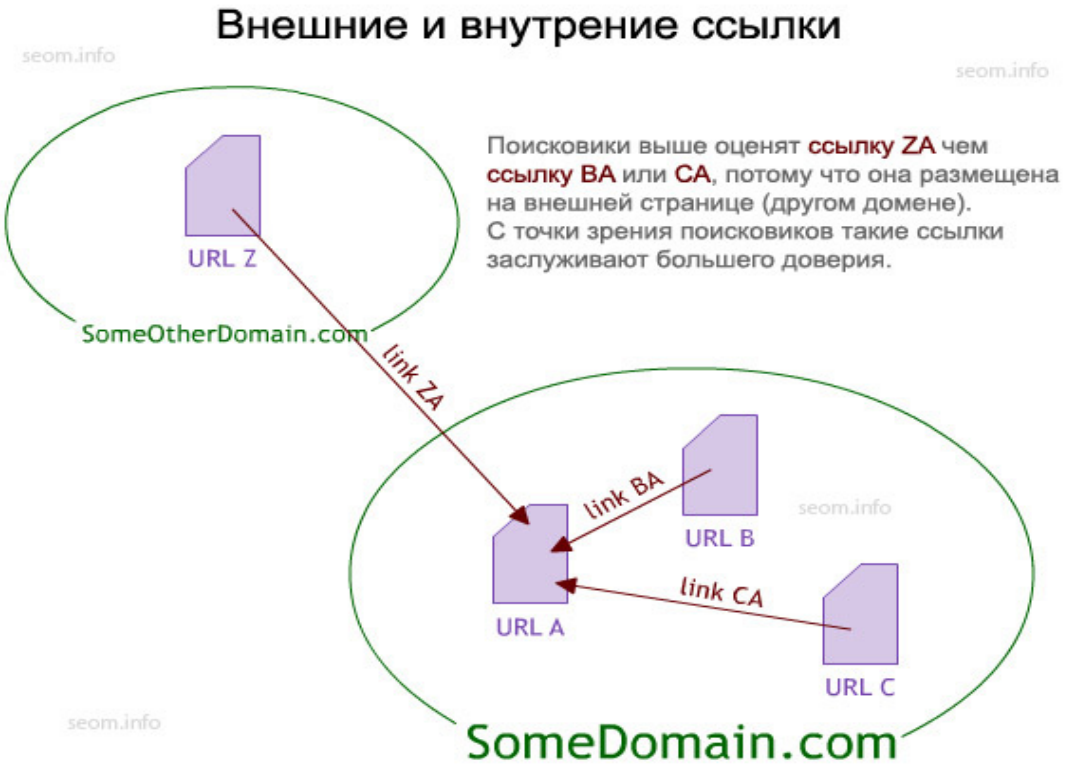
Мы провели опрос среди практикующих *SEO* специалистов о том какие факторы они считают самыми важными при ранжировании, большинство опрошенных поставили "**Домен Ранк**" (так мы назвали этот показатель) вверху списка, так как считают его одним из ключевых в алгоритме ранжирования Google.

"**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.

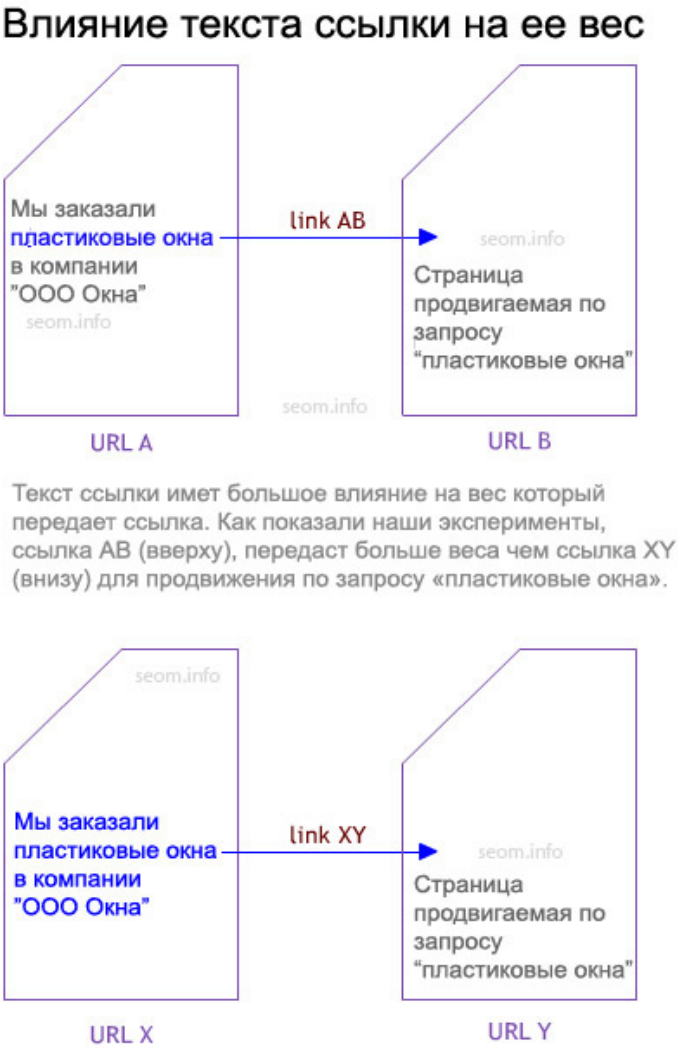
Таким образом, когда внутренние ссылки (ссылки с одной внутренней страницы сайта на другую) передают какой-то вес, внешние ссылки (с других сайтов) весят значительно больше.



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.



Из наших **SEO эксперим**ентов (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

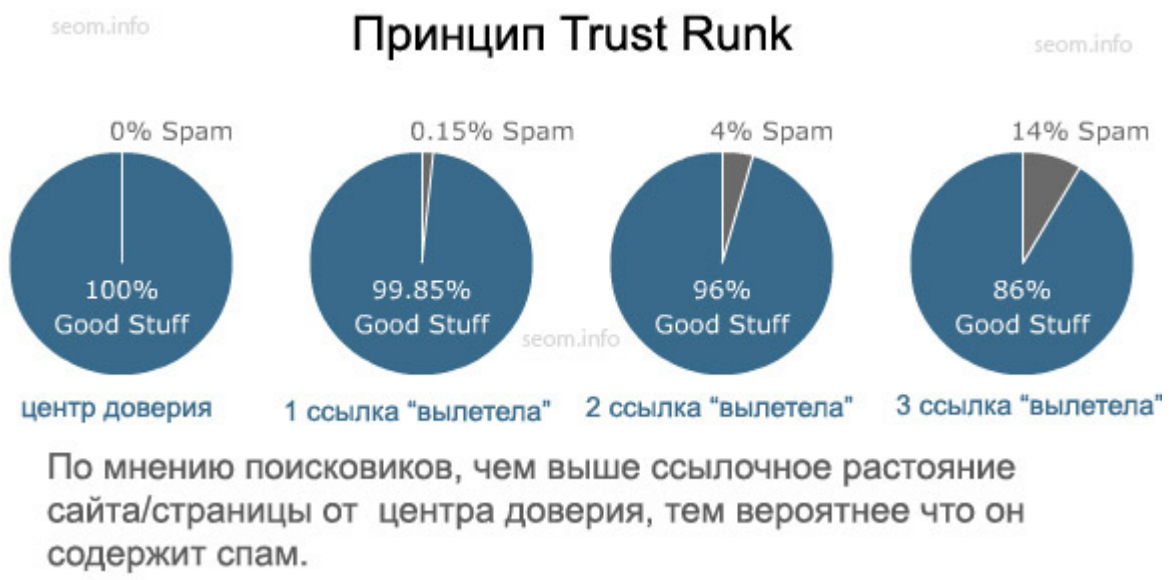
PageRank может рассчитываться для ссылочной массы как на уровне страниц, приписывая URL свои показатели, так и на уровне доменов, так называемый Домен Ранк. При расчете показателей на уровне

домена, берется во внимание вся ссылочная масса сайта, и на базе ее рассчитывается показатель Домен Ранк.

4. Траст Ранк (уровень "Доверия").

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 Пейджранк передают только вес, а *пузомерки типа Траст Ранк* помогают поисковым системам фильтровать спам от качественных ресурсов.



Несмотря на то что поисковые сервисы не предают 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 *Пейдж Ранк, Траст Ранк* (и Обратный Траст Ранк) может измеряться на уровне ссылочной массы страниц или для доменной ссылочной массы. В Linkscape 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 характеризирующих 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" сай**та 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 характеризирующий 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.

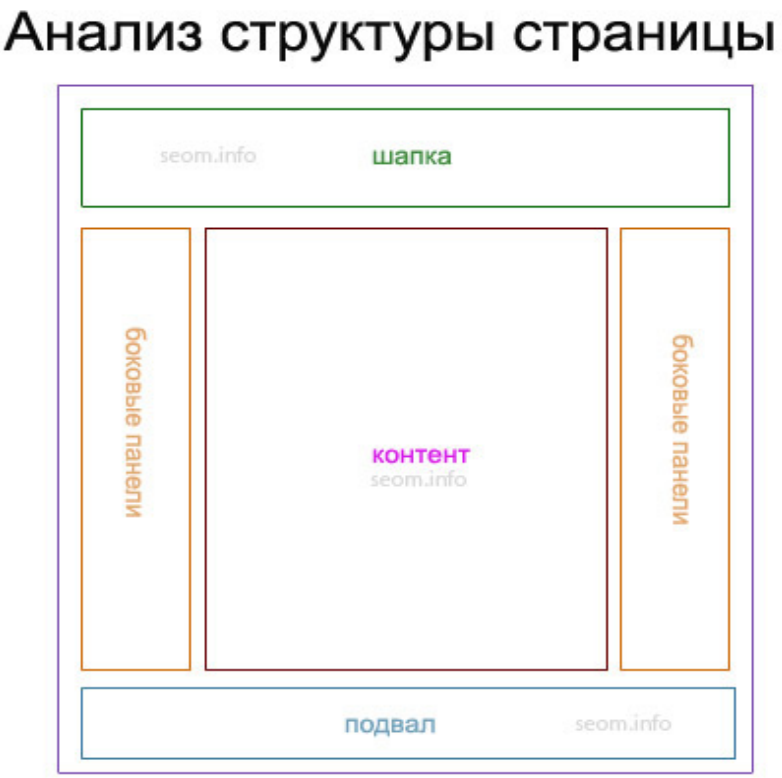
Поисковики могут с помощью разных методов определять принадлежность сайтов одному и том же человеку (или компании), какая существует взаимосвязь между разными сайтами. Среди этих методов следующие (естественно это не все):

- Перелинковка сайтов
- Данные владельца при регистрации доменов.
- Общий IP адрес шаред хостинга или IP адрес С-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 - *VIsion-based Page Segmentation*).



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 бли**зость 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 поисковикам взаимосвязь между ссылками на странице, контент и контекст ссылки играет значительную роль при передаче ссылочного веса с одной страницы на другую.

При конентно/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.

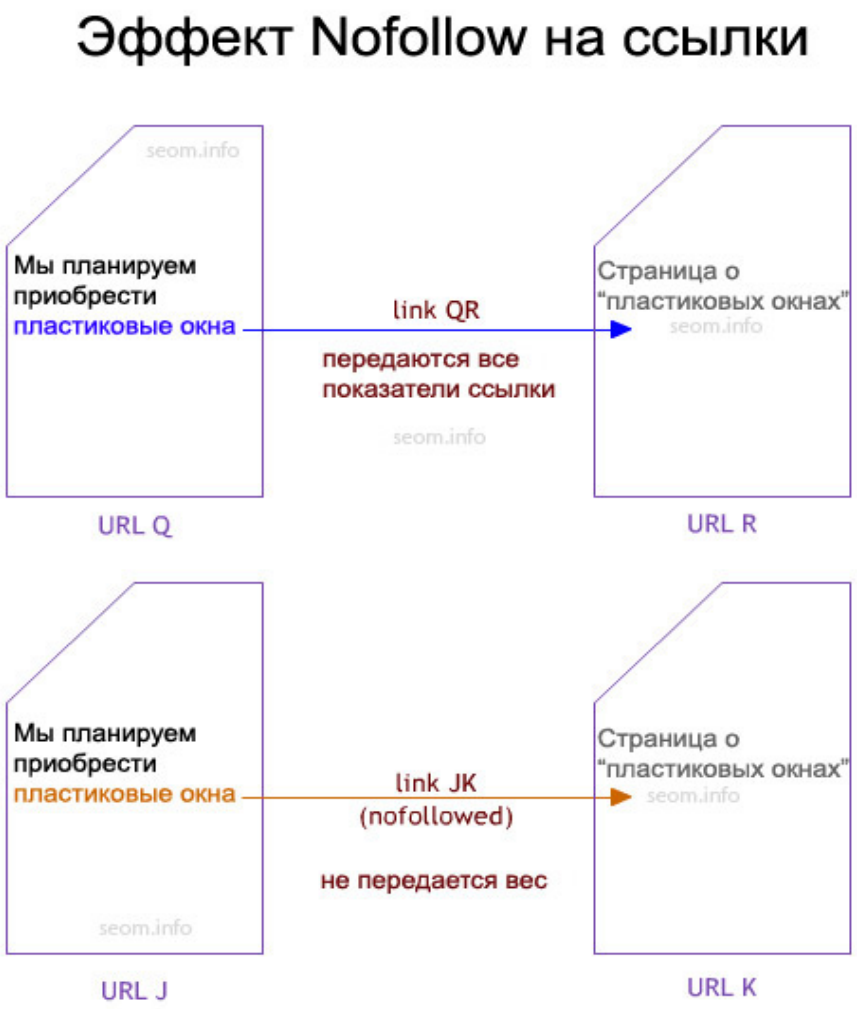
С одной стороны обретая ссылки с сайтов какого-то определенного региона вы получаете возможность оказаться на хороших позициях в локальном поиске для этого региона.

С другой стороны, если все кто на вас ссылается локализированы 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.



Время от времени среди сеошников постает 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 ссылается 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*, 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 поисковикам 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 отразиться 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*

Перевод: *SEOM.info*

Часть II/18. 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 содержаться 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 аттрибуты 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 траффик 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 предстваить разный контент поисковикам и пользователям.
21. Не используйте грязных приёмов, 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.

Часть II/19. 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://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.ekskyrsia.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.buderus-shop.ru/stat/add.php
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://www.compdocs.ru/articles/?action=addarticle
http://www.prbaikal.ru/node/add/story
http://clubs.isurgut.ru/InstituteArticles.asp?InstituteId=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.

Часть II/20. 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, 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.

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 модерируются, 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://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.cybersecurity.ru/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

PR 4
http://press-release.ru/add/
http://www.prtime.ru/addnews.html
http://www.karta-smi.ru/index.php/addpr
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://trade.spb.ru/news/addnews.htm
http://www.tourinfo.ru/press_release/add/ Туризм
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 Недвижимость
http://www.press-release.com.ua/
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://www.big-news.ru/
http://uastar.net/page.php?al=releasehlp
http://www.realtyinvest.ru/news/pr/add/ Недвижимость
http://it4business.ru/about/addpr/ IT
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://press.prnews.ru/release_list.asp publish@prnews.ru
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 softclub@soft.mail.ru
http://www.realestate-today.ru/news/add_release.html Недвижимость

Желаю успехов в продвижении сайтов с помощью пресс-релизов!

Часть II/21. 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 анкорами. 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 поискавими 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 остановлюсь, 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 Wordrpess, которая будет основана на вашем дизайне.

После того, как вы создадите свою тему для Wordpress, можете приступать 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 FreeIQ.

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 Diretory
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.

Часть II/22. 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 CPM, 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 "SEMPO" (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 СЕОшник 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, Knol 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, получаются 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 *Твиттер*) 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 модерируемых 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 галереи*. 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 сошлются как на eBay так и на вас с упоминанием о благотворительности.
76. Покупайте большинство ссылок *без оптимизированного текстового анкора*, 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? - объеденил 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*

Часть II/23. 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. wikiole.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. greenearthartcles.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 то сюда нужно попасть в первую очередь, так как его *PR* 6 и Alexa Rank 340 что есть ну очень круто.

Часть II/24. Как я увеличил посещаемость этого блога с 350 до 1000 человек

Автор: Михаил Шакин (Globator)

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 *Фотошопу*, 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.

Часть II/25. 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.

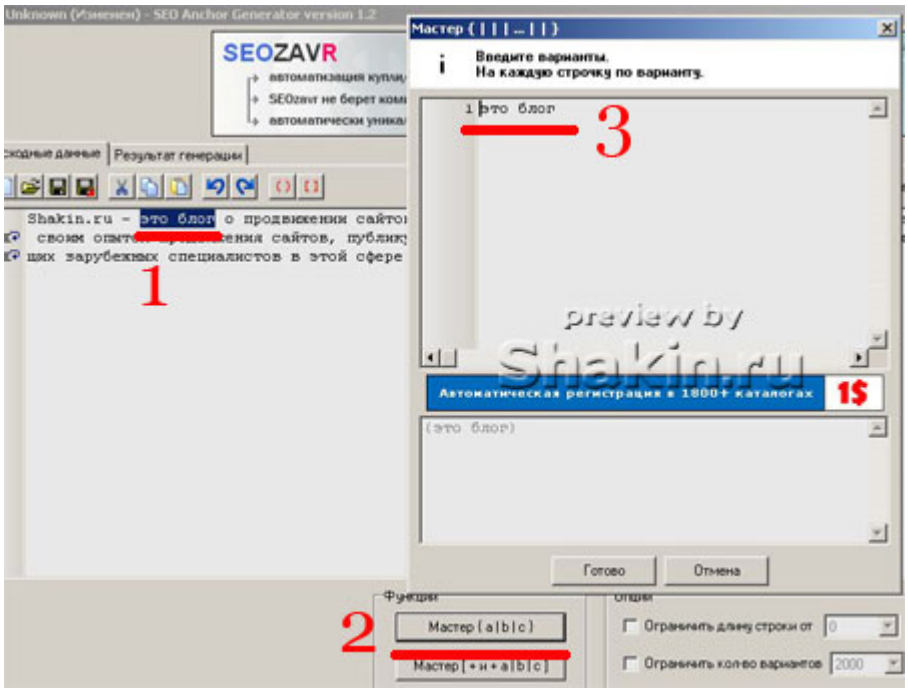
Ссылки ставьте либо на главную продвигаемого сайта, либо на внутренние страницы, в зависимости от того, какого эффекта хотите добиться.

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 copyscape.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.

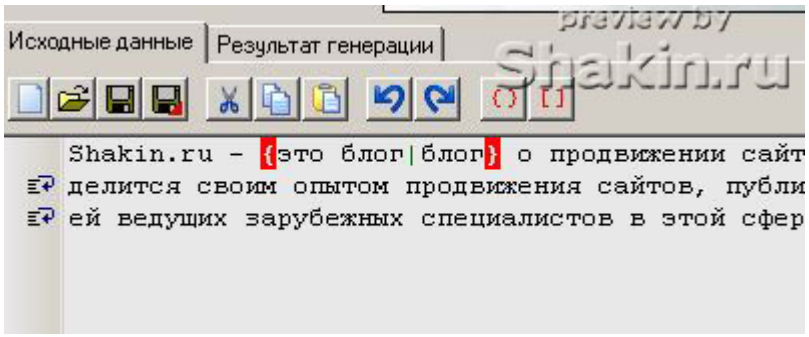
В качестве примера я составил небольшой текст:
Shakin.ru - это блог о продвижении сайтов и веб-дизайне. Этот сайт работает на движке Wordpress. На нем Глобатор делится своим опытом продвижения сайтов, публикует сайт-шоу со скриншотами красивых сайтов, а также делает переводы статей ведущих зарубежных 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 жмем Enter, чтобы спуститься на строчку ниже. Каждое новое слово или фраза, которые мы будем добавлять, должно находиться в новой строчке в окне этого мастера.



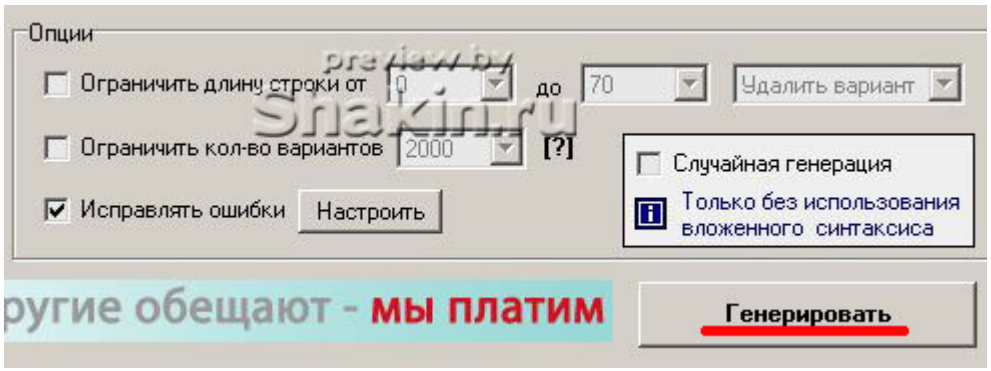
В новой строке пишем аналогичную фразу с использованием синонимов, которые пришли на ум. При этом важно, чтобы при добавлении новой фразы смысл предложения не менялся. Я напишу просто “блог”. Можно вводить много вариантов таких фраз типа “ресурс”, “интересный сайт”, “полезный блог” и т.д. Я на практике 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.

Жмем “Готово”. В тексте нашей статьи появились вот такие красные фигурные скобки:

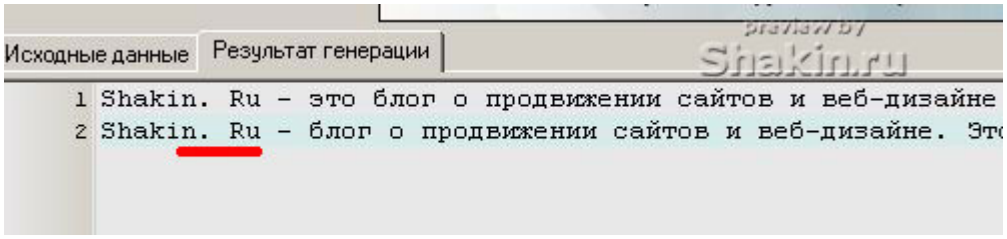


Все слова, которые находятся внутри скобок и разделены знаком “|”, будут перемешаны при генерации вариантов статьи, и для каждого варианта будет взято по одному слову.

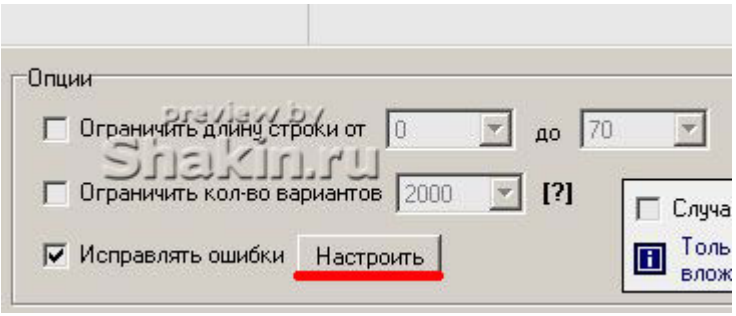
Чтобы увидеть, как это работает, нажмите кнопку “Генерировать”.



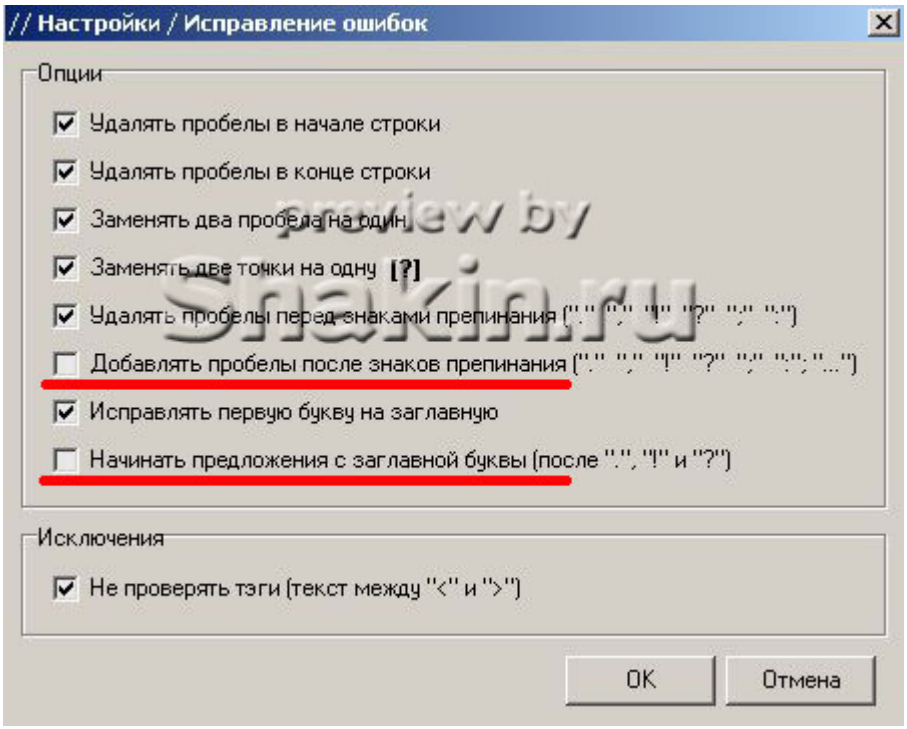
Получилось два варианта статьи. По умолчанию в программе стоят такие настройки, что при генерации получается пробел после точки и следующая буква начинается с большой буквы. Вы можете увидеть это на скрине:



Чтобы исправить это, идем в обратно в закладку “Исходные данные” и заходим в “Опции - Настроить”.

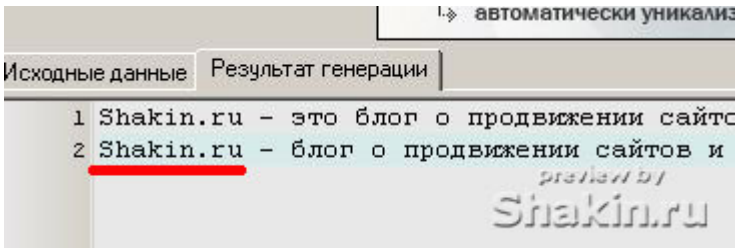


Убираем галочки в нужных пунктах, жмем “Ок” и снова “Генерировать”.

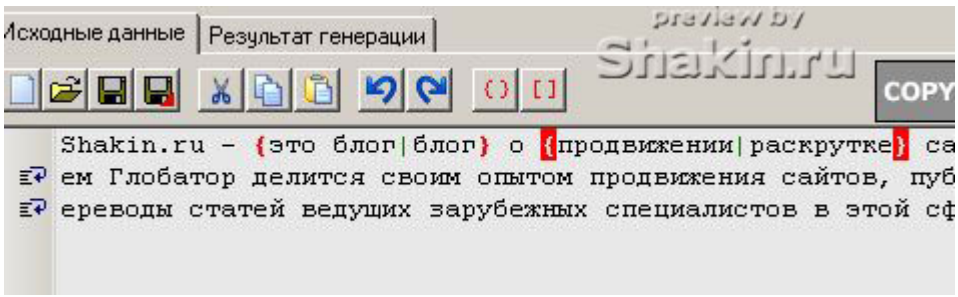


Можно вообще убрать галочку “Опции - Исправлять ошибки”, но потом полученные варианты статьи нужно тщательно проверить на опечатки и ошибки.

Теперь все нормально:

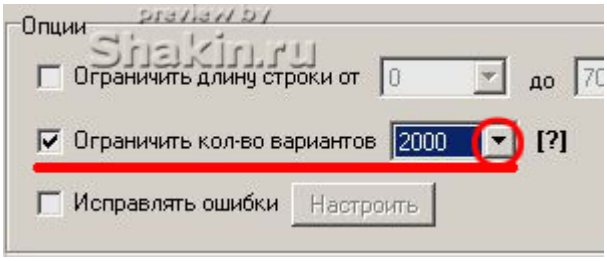


Таким же образом подбираем следующую фразу или слово. Я выбрал слово “продвижении” и добавил “раскрутке”:

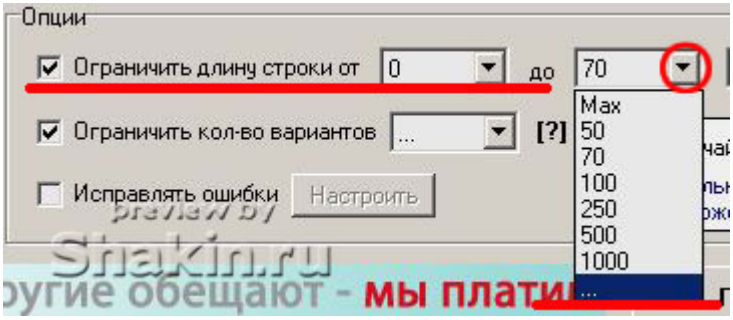


Аналогично заменяем все подходящие слова или фразы. Вот что у меня получилось:
Shakin.ru - {это блог|блог} о {продвижении|раскрутке} {сайтов|веб-сайтов} и веб-дизайне. {Этот сайт работает на движке Wordpress|Этот блог работает на платформе Wordpress}. На нем {Глобатор|автор} {делится своим опытом продвижения 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}.

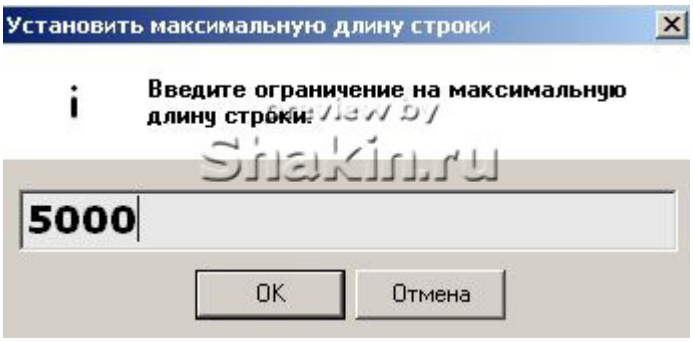
Из моего образца текста (я называю это формулой для генерации) получилось 1024 варианта. Из обычной статьи в 2000-5000 знаков получается несколько десятков тысяч вариантов. Такое количество статей попросту не требуется, поэтому рекомендую ограничить число генерируемых вариантов в программе:



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.

Часть II/26. 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**.

Далее я рассмотрю оставшиеся методы продвижения сайта и увеличения посещаемости, которые я использовал для своего сайта *Уроки 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 десяток 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 корректировки. 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 ~~простых ковбоев~~ форумчан, не позволяя ссор и ругательств, но за грубые нарушения правил форума виновный ~~получает пулю 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*.

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* 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*. Я подумал, что наиболее подходящий спонсор для тематики моего сайта - это компания *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*, 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 сверхестественного. 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 настроем у вас все получится. Я нисколько 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.

Глава III. Продвижение ссылками

В этом разделе поговорим о ссылках. Методы получения входящих ссылок, покупка, способы размещения и составления анкоров, обмен и т.д.

Часть III/1. 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 заявлених 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.

Часть III/2. Как правильно покупать ссылки на блог? Часть 1

Автор: Александр Борисов (boricov)

Сегодня мы с вами будем учиться правильной покупке ссылок на свой блог. Как и обещал пишу пост на эту тему, вы уже наверное заждались.

Сегодня у нас будет только теория, практика будет немного по позже, но даже из нее (теории) вы узнаете не мало важной и полезной для себя информации.

Практическую часть покупки ссылок я вообще хочу оформить в видеоуроках, чтобы вам было более все понятно.

И так! Начнем. Для начала как обычно небольшое вступление для новичков. Я уверен, что многие вообще просто не соображают, что такое покупка и продажа ссылок. Для них слова биржа ссылок, биржа статей и все прочее — темный лес. Я раньше тоже вообще ни чего не знал по этой теме, сейчас набрался знаний и опыта от различных профессиональных SEOшников.

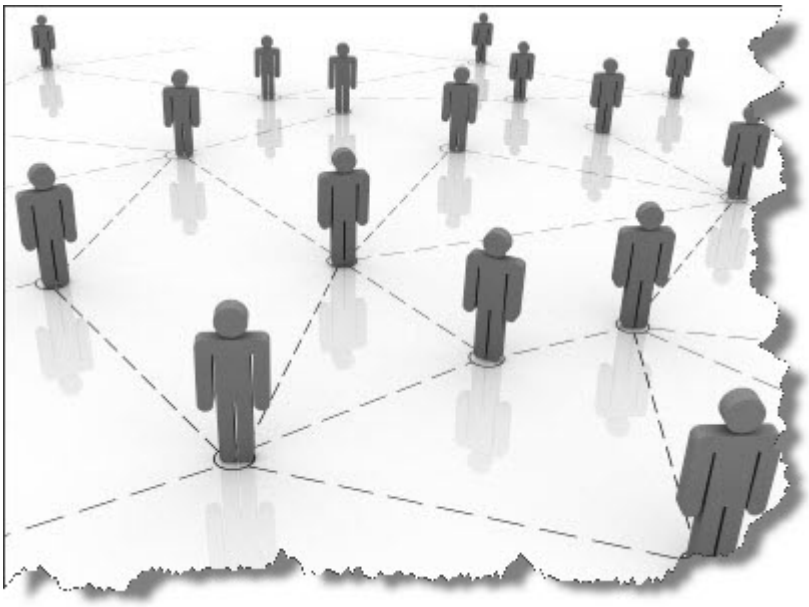
Давайте начнем с того, что поймем, для чего вообще нужно покупать ссылки? Вот смотрите, конкретный пример. У вас блог на кулинарную тематику. Вы написали статью в блог, допустим, на тему — «как мариновать огурцы» и хотите чтобы ваша статья в результатах выдачи google и yandex была в первых рядах (ТОП-1-3-5) когда пользователь набирает в поиске запрос — «как мариновать огурцы».

Вопрос — как вам попасть в этот топ? Да, само собой, вы должны предварительно *проанализировать конкурентов* своего блога, написать хорошую, интересную, объемную статью по всем базовым правилам *seo оптимизации статьи* на тему маринования огурцов, заточив ее под этот поисковый запрос, улучшить до 100% *релевантность страницы*, в каких-нибудь социальных сетях и форумах *сделать анонсы вашей статьи* и т.д. Но! Иногда этого мало чтобы занять первые позиции выдачи поисковых систем.

Согласитесь, ведь не вы один в интернете можете написать пост на тему маринования огурцов. Сотни других людей ведут свои кулинарные блоги в сети и наверняка на них есть статейка(и) на подобную тему, заточенная под этот поисковый запрос — «как мариновать огурцы».

Почему же интересно google и yandex кого-то ставят в ТОП выдачи, а кого-то нет? Почему одни статьи, ДАЖЕ ЕСЛИ НАПИСАНЫ НЕ КАЧЕСТВЕННО И ХУЖЕ ЧЕМ У ВАС, стоят в ТОПе, а другие КЛАССНЫЕ И ИНТЕРЕСНЫЕ, остаются за бортом этого ТОПа и висят на 3-5-10 страницах выдачи?

Отвечаю — значит на первых ссылаются (хорошими ссылками) другие сайты (блоги) в сети, а на вторых нет, а если и ссылаются то меньше или не качественными (плохими) ссылками. Если сайт «А» ссылается на сайт «Б», то это говорит поисковым системам о том, что на сайте «Б» есть что-то интересное раз на него ссылается сайт «А». Следовательно сайт «Б» пойдет вверх в выдаче поисковых систем (но не всегда, читайте далее...).



Каждая ссылка на вашу статью, это некий голос, передача частички авторитета вашей статье. Какой вывод можно сделать из этого? Чем больше сайтов ссылаются на нашу продвигаемую статью — тем лучше. Да это так, но есть больше НО.

В сети интернет есть сайты (ссылки с них) как ХОРОШИЕ так и ПЛОХИЕ. Вам нужно сделать так, чтобы как можно больше именно ХОРОШИХ, качественных сайтов ссылалось на вас (вашу продвигаемую статью).

Раньше, лет 6-8 назад поисковым системам было абсолютно пофигу какой ресурс на вас ссылается, плохой (ГС), хороший (СДЛ), не важно... Главное чтобы ссылка стояла, сегодня же все по другому. Сейчас количество ссылок не главное, главное — это их качество. Вот вам простой пример. В каком случае у вас будет больше шансов устроиться на какую-то работу в своем городе (определенную должность), если вас порекомендует Вася Пупкин с пекарни или же сам мер города? Ответ очевиден...

Так же сейчас происходит в интернете. Ссылается на вас ХОРОШИЙ сайт, соответственно ваш ресурс идет выше в выдаче. Ссылается на вас ПЛОХОЙ ресурс, следовательно никуда ваш ресурс не продвигается или идет, но медленно. Иногда бывает вообще сайты понижаются в выдаче за плохие ссылки... Да, да, вы не ослышались, можно и вниз идти. Ну если на вас ссылается ресурс находящийся под фильтром поисковых систем или ресурс к которому применены какие-то санкции, то какой-же он может передать авторитет вашему блогу? Правильно, никакой, только вред...

Ссылки ссылками это понятно, но у ссылок есть еще и анкоры ведь так? Для самоваров объясню — анкор — это текст ссылки.

как мариновать огурцы

http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html — ссылка

как мариновать огурцы — анкор ссылки

Если вы хотите продвигаться в ТОП, по все тому же запросу «как мариновать огурцы», то вам необходимо сделать так, чтобы другие сайты ссылались на вашу статью с такими же анкорами, а так же похожими анкорами. Пример: мариновка огурцов, маринование огурцов, как правильно мариновать огурцы, маринуем огурцы и т.д. То есть анкоры нужно разбавлять. Если вы постоянно будете покупать ссылки с одинаковыми анкорами, то это даст сигнал поисковым системам, что вы продвигаетесь не естественно, специально хотите выйти в ТОП по этому запросу или еще хуже — вы спаммер.

Кроме всего выше написанного, большую роль в продвижении играет еще и естественность ссылок. Чем естественней ссылка, которая ведет на ваш ресурс (продвигаемую статью) — тем лучше. Вся информация, которая сейчас будет написана ниже, все это взято из Мадридского доклада Яндекса от 2009 года. Все эти фишки действуют по настоящее время и будут действовать еще долго, по любому...

В общем грузить заумными речами и словами я сейчас вас не собираюсь, не стоит забивать голову не нужным хламом при продвижении обычного блога. Вот профессиональные оптимизаторы, которые продвигают коммерческие сайты (поисковые запросы), пусть парятся, а нам со своими скромными бложиками в эту кашу лезть не нужно.

Ну значит к делу. В общем яндекс сейчас очень хорошо и четко определяет хорошие и плохие ссылки, SEO-ссылки и естественные, ведущие на ваш ресурс. То есть, купили вы допустим ссылку на каком-то сайте (блоге) или кто-то сам по себе поставил на ваш ресурс ссылку — яндекс определит какая это ссылка. А именно: ПЛОХАЯ или ХОРОШАЯ, SEO-ссылка или естественная.

Для этого в арсенале яндекса есть различные классификаторы и алгоритмы. Ну в это дело мы углубляться не будем.

Яндекс смотрит в первую очередь на тематику сайта, у которого вы купили ссылку. Если тот сайт тематики forex и на нем стоит ссылка с анкором «как мариновать огурцы» на ваш блог КУЛИНАРНОЙ ТЕМАТИКИ, то считайте вы выкинули деньги на ветер. Эффект от такой ссылки будет минимальным или нулевым, а еще хуже — ваш блог пойдет вниз в выдаче. Если на той странице где стоит ссылка на ваш блог, стоят еще и другие продажные ссылки на сайты ДРУГИХ ТЕМАТИК, то это еще хуже.

Далее яндекс смотрит на анкор ссылки, он определяет ее коммерческую составляющую. Выписка из доклада яндекса: «Текст дорогой платной ссылки всегда содержит ключевые слова и выражения из семантического ядра сайта». Если в *семантическом ядре* вашего блога у вас есть «как мариновать огурцы»,

и вы купили на другом сайте ссылку с анкором «как мариновать огурцы», то вполне вероятно, что эту ссылку яндекс засчитает не естественной ссылкой, а SEO-ссылкой, но не факт конечно!

Вы главное не переживайте, SEO-ссылка не считается спам ссылкой. Наличие ведущих на ваш ресурс SEO-ссылок — это нормально, главное не перебарщивать. Могу дать вам один очень хороший совет. Когда вы покупаете ссылки — не всегда указывайте анкоры, а если и указывайте, то не коммерческий. Большая вероятность, что все такие ссылки будут засчитаны поисковиками как естественными, что очень хорошо скажется на продвижении вашего ресурса.

Вот пример нескольких таких естественных ссылок:

```
<a href="http://site.ru/marinovka-ogurcov.html">http://site.ru/marinovka-ogurcov.html</a>
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">читать далее</a>
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">источник</a>
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">тут</a>
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">подробнее</a>
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">http://site.ru</a>
```

Что мы видим? В анкорах ссылок нет коммерческой составляющей. Наверняка такая ссылка даст понять яндексу, что вы ее не купили, это просто какому-то вебмастеру очень понравился ваш пост и он решил поставить сам ссылку на вас. То есть ссылка такая будет засчитана как ЕСТЕСТВЕННАЯ и даст очень хороший эффект вашему сайту (если она стоит на ХОРОШЕМ сайте — учтите это).

Если вы покупаете ссылку на каком-то сайте, но не обязательно постоянно указывать нужный продвигаемый вам анкор или похожий на продвигаемый, можно и НУЖНО применять те, которые я вам показал выше.

Кстати хочу заметить вот такой момент. Представьте, что на ваш блог ведет 30 ссылок и все они засчитаны Яндексом как SEO-ссылки. Далее на ваш блог появляются 2-3 естественные ссылки. Это хорошо! Но велика вероятность того, что и эти 2-3 ссылки засчитаются Яндексом как SEO-ссылки так как основная масса ссылок до этого состояла из SEO-ссылок. Думаю это понятно. Вывод — поддерживайте естественность ссылок ведущих на ваш блог.

Далее яндекс смотрит на посещаемость сайта, на котором вы купили ссылку. Посещаемость должна быть не менее 150 чел. в сутки. Так же он смотрит на показатель Alexa Rank сайта, он должен быть менее 1 000 000, яндекс смотрит на наличие сайта в каталогах Яндекса и DMOZ, количество бэклинков (ссылок

ведущих на этот сайт), на показатель ТИЦ, возраст сайта и прочие мелкие детали... В эти детали входят и поведенческие факторы — поведение посетителей на сайте.

Если страницы с вашими купленными ссылками стоят мертвым грузом, то считайте что эффект от таких ссылок минимальный.

Да, я знаю. Я вас расстроил. Многие наверное уже поняли, что на покупали когда-то кучу говноссылок. Ну ни чего страшного. Я сам более 5000—7000 рублей вложил в это дело. Вы главное не расстраивайтесь. Не все так плохо как вам кажется. Все равно какой-то эффект есть от купленных ссылок как ни крути... Знайте — лучше купить одну ссылку и дорогую с ХОРОШЕГО САЙТА, чем 30 дешевых говноссылок с ПЛОХОГО.

На каких сайтах ни в коем случае не стоит покупать ссылки?

а) сайты сделанные специально для продажи ссылок. Боже упаси вас покупать на таких дерьмосайтах ссылки. Посмотрите сколько их сейчас развелось в сети. Школота клепает свои сателлиты как кролики размножаются, лишь бы себе на бутерброд заработать.

б) Сайты попавшие под АГС фильтр или на грани попадания под АГС.

в) Не модерируемые каталоги статей и ссылок.

****

Так! Давайте теперь чтобы вам было по легче все то, что я написал, переварить, мы все подытожим.

Какой сайт считается плохим:

— минимальные показатели ТИЦ (10-30)
— отсутствие в каталогах Яндекса и DMOZ
— посещаемость менее 20 чел. в сутки
— показатель alexa rank более 1 000 000
— малое количество обратных ссылок (менее 30-50)

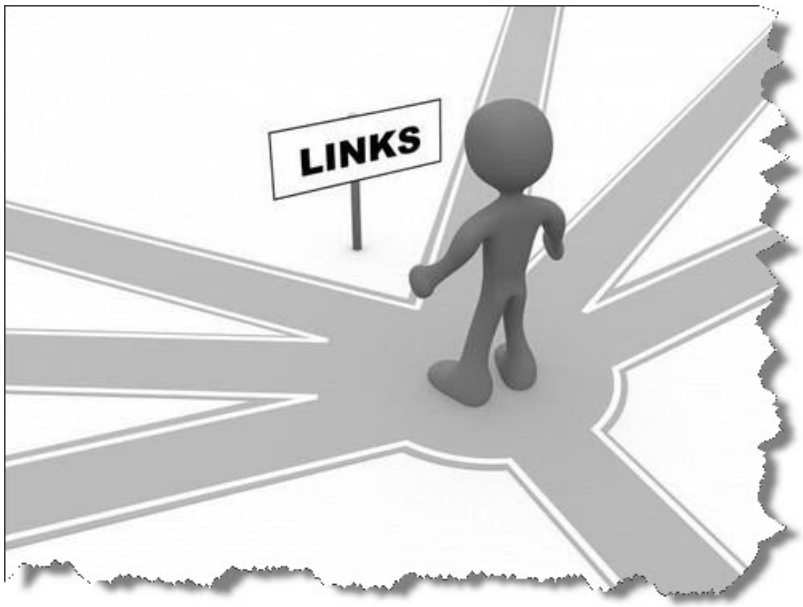
Все вышеперечисленные показатели сайта можно проверить визуально (посещаемость), а так же при помощи различных программ и онлайн сервисов. Вот допустим seobuilding.

ВНИМАНИЕ!!! Да, такой сайт плохой, но это не говорит о том, что ссылки с него не будут работать. Будут, но не так как с хорошего сайта.

Какой сайт считается хорошим:

— показатель ТИЦ от 110
— наличие в каталогах Яндекса и DMOZ
— посещаемость от 150 чел. в сутки.
— alexa rank — менее 1 000 000
— возраст домена (очень важно) не меньше 12 месяцев
— количество обратных ссылок не менее 200.

А вот ссылка с такого сайта, с такими показателями будет работать отлично. Проверено на собственном опыте.



Во второй части поста, мы с вами рассмотрим практику покупки ссылок, куда пойти, куда нажать, как оценить качество сайта, на котором мы будем покупать ссылку и т.д. А на сегодня пока все! Прочитайте данный пост еще раз до конца для закрепления изученного материала.

Напоследок вот вам список моих советов:

Совет №1. Если вы хотите зарабатывать на блоге, то без покупки ссылок вам не обойтись. Высоко конкурентные запросы нужно продвигать, бесплатно этого не сделать. Те кто думает «Я все смогу сделать бесплатно», ошибаются. Хотите мне доказать обратное, доказывайте, главное не умрите за компьютером...

Совет №2. Покупайте ссылки только на ХОРОШИХ сайтах и блогах.

Совет №3. Разбавляйте анкоры у купленных ссылок. 50% ссылок, и даже больше, должны быть естественными.

Совет №4. Покупайте ссылки только на сайтах вашей тематики (ни в коем случае не другой). Так же можно покупать ссылки на хороших сайтах тематики Новости и СМИ.

Совет №5. Покупайте ссылки равномерно и постепенно. Не стоит в один день покупать по 20-30 ссылок. Если поисковые системы заметят на вашем ресурсе ссылочный взрыв, то наложат на него определенные санкции, что плохо скажется на развитии сайта (блога).

Совет №6. Постоянно пополняйте ваш ресурс новый контентом. Если на вашем блоге всего 20 статей, а на него ведут 200-500 ссылок, то это вызовет подозрение у поисковых систем.

Совет №7. Покупайте ссылки на тех ресурсах, на которых мало исходящих ссылок. При покупке ссылки ставьте условие — одна внешняя ссылка на странице.

Ну вот и все наверное. Заканчиваю пост. Надеюсь что вы взяли для себя много полезного и интересного. Многие наверное в чем-то не согласятся со мной и это их право. Одно я знаю точно — ссылки нужно покупать с умом и не вестись на дешевые ценники. Посмотрите как пачками сайты попадают под фильтры, вылетают из индекса ПС или просто сами по себе вымирают. Ведет человек сайт пол года, год, потом говорит, — «Да ну его нахрен весь этот заработок в интернете» и бросает сайт... Вместе с сайтом умирают все купленные на нем ссылки...

Часть III/3. Как правильно покупать ссылки на блог? Часть2!

Автор: Александр Борисов (boricov)

Вот она наконец-то вышла долгожданная вами статья про правильность покупки ссылок для продвижения блога. Уверен, прочитав ее до конца и просмотрев заключительное видео, многие из вас узнают много нового.

Сегодня большое количество вебмастеров реально выкидывают свои деньги на ветер. Почему? Читайте данный пост и узнаете все в подробностях.

Как нужно по моему мнению правильно покупать ссылки? Вы знаете, что нужно разбавлять свои входящие ссылки естественными анкорами. Пример: тут, там, здесь, вот тут, читать подробнее и т.д. В общем вы узнали что такое SEO-ссылки.

Так же в прошлой статье я дал вам несколько советов по правильности покупки ссылок на блог. Сегодня мы рассмотрим с вами наверное самый ОСНОВНОЙ момент, который нужно участь при покупке ссылок. Момент следующий — основная масса входящих на ваш блог ссылок должна быть ЕСТЕСТВЕННОЙ!!!

Для начала небольшое введение в курс дела. Сегодня идет глобальная борьба SEO-оптимизаторов с поисковыми системами. Оптимизаторы двигают всякими хитрыми методами свои сайты в ТОП, а поисковые системы постоянно борятся с ними. Главная задача поисковиков — поставить в ТОП такие сайты, которые будут интересны людям, а Seo-шники нае... обманывают поисковые системы и благодаря этому их сайты в ТОП-е даже если они (сайты) полное «Г».

Ни чего... Скоро все это безобразие прекратиться однозначно! Будущее за поведенческими факторами все равно, просто поисковикам нужно еще время для того, чтобы повысить интеллект своих роботов. Ну как говориться и оптимизаторы не дураки, придумают что-нибудь...

Ну сейчас не про это. Вот от чего зависят наши высокие позиции в поисковых системах?

а) релевантность страницы поисковому запросу
б) поведенческие факторы
в) количество и качество входящих на наш блог ссылок

Аааааа!!! Что это за слова такие? =) Не пугайтесь и читайте дальше...

Сегодня это самые основные пункты по которым поисковики ранжируют сайты по позициям. Если страница релевантна поисковому запросу, если поведенческие факторы у страницы хорошие (показатель отказов низкий), если на эту страницу ссылаются качественные ссылки, то велика вероятность сдвинуть всех конкурентов и встать в ТОП.

Первые да пункта не проблема. Вы знаете как затачиваются посты под определенный ключевой запрос.

А вот добиться того, чтобы на ваш ресурс ссылались качественные сайты с качественными ссылками (основная масса — естественные), под силу не каждому... Вообще очень многие новички (да и я в том числе когда был маленьким и зеленым), покупают ссылки не правильно. Посмотрев видео в конце поста можете сравнить мою покупку со своей. Если вы покупаете ссылки так как я, то вы МОЛОТОК!!! Если вы считаете, что я покупаю ссылки не правильно, то флаг вам в руки...

Давайте рассмотрим какие ссылки считаются естественными, а какие нет.

1. Естественная ссылка ставится на вас с тематического ресурса. Если мой блог про заработок в интернете и продвижение блогов, то и ссылаться на меня должны БОЛЬШЕЙ МАССОЙ такие же ресурсы схожей тематики. Не естественная ссылка в основном стоит на не тематических ресурсах (бывают исключения).

2. Естественная ссылка ставится в ОСНОВНОМ СОДЕРЖИМОМ САЙТА!!! ВНИМАНИЕ!!! В ОСНОВНОМ!!! Не в скрытых и хитрых разделах блога (типа «новости», «события» и т.д. Или еще хуже в разделах, куда от главной страницы не добраться).

Вот этот пункт наверное самый главный. Не покупайте ссылки в таких разделах! Ни чего вы таким образом не получите! Ни вы, ни тот, кто продал вам эту ссылку. Хотя нет... Он получит... Или фильтр или санкции от поисковиков, в итоге понижение позиций и мысли в голове, — «Что же это посещаемость у меня на блоге не растет, или растет, но медленно?»...

Ну так еще бы. Спам-каталог на блоге с продажными ссылками сделал, от куда тут посещаемость?

Ребята, поисковики думают так: Вот статья, на ней есть внешняя (исходящая ссылка). Если посетитель зашел на эту страницу и не кликает по этой ссылке, то значит ссылка плохая и пользы от нее ни какой. Если пользователь не кликнул по ссылке — значит она как бы и нафиг не нужна на странице (она ПРОДАЖНАЯ). Поисковик засчитывает такую ссылку за продажную. Ссылка — раз. Дальше поисковик идет на другую страницу скрытого спам-каталога статей со ссылками, видит еще одну продажную ссылку (два), потом еще одну (три), еще одну и т.д... В итоге он понимает, что автор данного ресурса — барыжит ссылками или проще говоря — он охренел.

По ссылкам люди не переходят, поведенческие факторы у страницы отстойные (понятное дело если статья в спам-каталоге)... И вот так не одна статья на блоге... Ужас... В следствие этого понижение траста ресурса, посещаемости, позиций и всего прочего...

Вывод нам: нужно покупать ссылки только на тех страницах, которые ЖИВЫЕ, страницах, которые читают, которые комментируют и где по нашим ссылкам НАЖИМАЮТ!!! Ссылки нужно покупать на СДЛ (сайтах сделанных для людей), а не ГС (гамносайтах)...

Какой вывод можно сделать тем, кто читает данный пост и понимает, что у него на блоге уже образовался большой спам-каталог таких ссылок (продажных)? Трындец!!! Уже ни чего не поделать... =) Шутю. Могу дать подсказку. В новых статьях на своем блоге (в основном содержимом) заставьте людей зайти в ваш спам каталог, почитать там какую-нибудь статью (якобы интересную) и нажать на вашу продажную ссылку... Хоть малость вы можете уменьшить свои страдания...

Я вот смотр на некоторые блоги у которых уже просто несколько тонн контента на блоге, но посещаемость не растет! Почему? Выше я вам рассказал почему... Кто-нибудь еще хочет продавать ссылки в спам-каталогах?

3. Будет классно если ссылка на вас будет вести с тематической статьи (не ресурса в целом, а тематической статьи). Например если я пишу статью про борщ, то ссылки на меня будет вести с других статей про тот же борщ или приготовление супа например. Не естественная ссылка будет вести на статью про борщ со статьи про ремонт авто (бывают исклчения). =)

4. Естественные ссылки ставятся навсегда. Не естественные появляются и исчезают. Чем дольше ссылка стоит на вас, тем лучше. Тем больше веса она передает и естественности. Если ссылка на вас стояла, а потом исчезла, то это знак поисковикам — вы наверное купили ссылку за деньги, а потом деньги закончились и ее убрали (бывают исключения)...

5. Естественные ссылки появляются на ваш блог равномерно. Не естественные — быстро (бывают исключения).

Вот это 5 основных моментов определения естественных и не естественных ссылок. Самым главным здесь является пункт №2!!! На ссылку не нажимают — значит она продажная.

Основная масса ссылок, которые ведут на ваш блог, должны быть естественными. Если поисковики увидят, что более 60% ссылок НЕ ЕСТЕСТВЕННЫЕ, то велика вероятность, что все остальные 40% так же превратятся в не естественных, хоть они изначально и были естественными.

Часть III/4. Естественные и неестественные (SEO) ссылки

Автор: Александр Бобрин

Сегодня я Вам расскажу о том, что такое **естественные** и **неестественные** (**SEO**) **ссылки**, как их правильно различать.

Важность получения ссылок в поисковой оптимизации сайтов сегодня сложно переоценить, и сейчас я Вам объясню почему.

Допустим, Вы написали какую-либо классную статью, подобрали к ней хорошие ключевые слова, сделали текст на 100 процентов релевантным этому ключевому запросу. Что дальше?

А дальше Вам необходимо получить как можно больше ссылок на эту статью. Для этого существуют следующие бесплатные способы их получения:

— проставление ссылок со страниц своего сайта или блога (*внутренняя перелинковка*);

— *анонсы своих постов в социальные сети и закладки*;

— вебмастера сами поставят ссылки на интересную и качественную статью;

— обмен постовыми;

— гостевые посты и прочие способы.

Все эти способы часто используются вебмастерами для *бесплатного, самостоятельного продвижения и раскрутки своих сайтов*, поэтому сегодня получения бесплатных ссылок не достаточно для *продвижения своих статей в ТОП поисковой выдачи*.

Поэтому для продвижения по высококонкурентным и высокочастотным (ВЧ) поисковым запросам просто необходимо использовать платные методы продвижения. Одним из таких методов является покупка ссылок.

Как я уже отмечал в прошлой статье, ссылки бывают вечные (постоянные) и временные.

Лично я для продвижения своего блога не использую различные автоматические биржи наподобие sape, поэтому про временные ссылки говорить не буду.

Я не считаю данные способы эффективными, по крайней мере, они не долговечны. Потому как ссылки на Ваш ресурс хоть и дешевые, но они будут стоять до той поры, пока Вы платите за них. Кроме того, я не считаю такие ссылки качественными или правильными? толку от таких ссылок немного.

Порой в выдаче поисковых систем на хороших позициях находятся статьи, которые ничего ценного из себя не представляют. А действительно качественные и интересные посты находятся далеко за пределами *ТОП поисковой выдачи*. Причем такое может происходить даже при равном количестве ссылок на эти статьи с других ресурсов.

Дело в том, что каждой внешней ссылке поисковые роботы придают определенный вес, и чем больше этот вес, тем лучше работает ссылка, и тем больший эффект она даст при продвижении сайта.

Сегодня поисковые роботы очень хорошо могут отличать продажные СЕО (SEO) ссылки от естественных. Правда, для оптимизаторов такое понятие, как естественная ссылка, условно. Здесь имеется ввиду только лишь то, как купленная ссылка будет выглядеть в глазах поисковых систем.

Сейчас я постараюсь перечислить основные факторы, по которым поисковые системы могут отличать естественные ссылки от SEO ссылок, а в следующей статье перейдем к практическому применению этих знаний.

И так, давайте представим, что же из себя может представлять **естественная ссылка**. Вот основные признаки:

1. Ссылка стоит с новой статьи блога, которая вышла позже продвигаемой. Тут все понятно, если ссылка ставится со старой страницы, которая была опубликована раньше продвигаемой, то выглядит она не естественно. К тому же такие страницы уже проиндексированы и появление на них ссылок выглядит не очень правильно.

2. Статью, с которой стоит ссылка, читают люди, кликают по ней, переходят на продвигаемую страницу. Сегодня многие вебмастера размещают продажные ссылки не только в «старых» постах, но и в постах, которые находятся в скрытых разделах (не доступны людям), и не публикуются на главной странице блога. Чем больше будет переходов, тем естественней будет выглядеть ссылка в глазах поисковых систем.

3. Тематика статьи. Очень важный момент! Ссылки должны приобретаться с тематических ресурсов. Если мой блог посвящен *продвижению и раскрутке блогов*, то и ссылки необходимо приобретать с ресурсов

данной тематики. Кроме того, желательно чтобы тема статьи, с которой приобретается ссылка, совпадала с темой продвигаемой статьи.

4. Анкор. Из прошлой статьи Вы узнали о том,какие бывают виды анкоров. Здесь я хотел бы отметить, что ссылки с анкорами «здесь», «в этой статье», «тут» и прочие подобные анкоры, будут считаться самыми естественными. Таких ссылок должно быть намного больше, чем ссылок с анкорами в виде прямых вхождений по ключевым словам (в том числе и разбавленным). В идеале ссылок с анкорами «тут», «здесь», «просто url статьи» и прочих подобных, должно быть около 70 процентов от общей массы, а для молодых ресурсов и того больше.

5. Ресурс, с которого идет ссылка, создан для людей, правильно продает ссылки в комментируемых постах, в малом количестве.

Что такое SEO ссылки?

Теперь, соответственно, для большего понимания, перечислю признаки не естественных, продажных СЕО ссылок, которые могут не только не помочь в продвижении сайта, а даже навредить.

1. Ссылка стоит со старой страницы сайта или блога, которая была опубликована раньше той, которую Вы продвигаете, и уже находится в *индексе поисковых систем*.

2. Статья, с которой Вы покупаете ссылку, не публикуется на главной странице, люди ее не видят и по ссылке не переходят.

3. Ссылки с нетематических ресурсов и с нетематических статей. Например, Ваша статья о продвижении блога, а ссылку Вы приобретете с сайта, имеющего автомобильную тематику, в статье на тему продажи автомобилей.

4. Большое количество ссылок с прямым вхождением *ключевых фраз* (слов). Это не только придает ссылкам неестественность, но может послужить причиной наложения санкций (*фильтров*) со стороны поисковых систем.

5. Сайт создан для продажи ссылок. Признаки таких сайтов я перечислю ниже.

С таким понятием, как естественность ссылок мы разобрались. Хочу лишь добавить, что если большая часть ссылок на сайт признается поисковыми системами как SEO ссылки, то велика вероятность, что остальные, даже естественные, будут причислены к продажным. Поэтому к приобретению ссылок нужно подходить ответственно, в противном случае деньги могут быть потрачены впустую.

Большую роль на общий вес ссылок, кроме того, что они будут признаны естественными, влияет также качество ссылающихся ресурсов.

Вот основные признаки качественного сайта-донора для покупки «естественных» ссылок, от которых можно получить максимальный эффект в продвижении сайта:

— *хорошая посещаемость ресурса*, от 300 уникальных посетителей в сутки;

— хорошие *показатели тИЦ и PR*;

— небольшой alexa rank (менее 1 000 000). На моем блоге Alexa сейчас равен 208 703 – я считаю, что это хороший показатель;

— *большое количество комментариев к постам*;

— возраст домена более 1 года;

— регулярное обновление сайта или блога;

— отсутствие санкций со стороны поисковых систем, 100 процентная индексация ресурса;

— наличие сайта в *каталогах «Яндекс» и «Dmoz»*;

— отсутствие сайта в автоматических биржах по продаже ссылок, наподобие Sape;

— если имеются внешние ссылки, то они должны соответствовать тематике ресурса, на который они ведут;

— также следует обратить внимание на *дизайн сайта*, размещение рекламы, *траст сайта*.

Это основные показатели, на которые необходимо обратить внимание при выборе качественных сайтов-доноров.

Конечно, чем лучше и качественней ресурс, на котором Вы хотите разместить свою ссылку, и чем выше требования, предъявляемые к размещению, тем дороже Вам обойдется такое продвижение.

Но я считаю, что оно того стоит. Кроме повышения позиций в поисковой выдаче, ссылки с качественных ресурсов увеличат траст Вашего блога, а также показатели тИЦ и PR.

Еще один важный показатель, который характеризует естественность ссылки, является ее время существование. Это главное и самое важное отличие постоянных ссылок от дешевых временных.

Чем будет дольше стоять ссылка, тем больший вес и естественность она будет приобретать со временем. Кроме того, обычно сайты развиваются, происходит увеличение пузомерок, и со временем отдача от постоянных ссылок будет только увеличиваться.

На этом у меня все. Теперь вы знаете, как приобретать естественные ссылки.

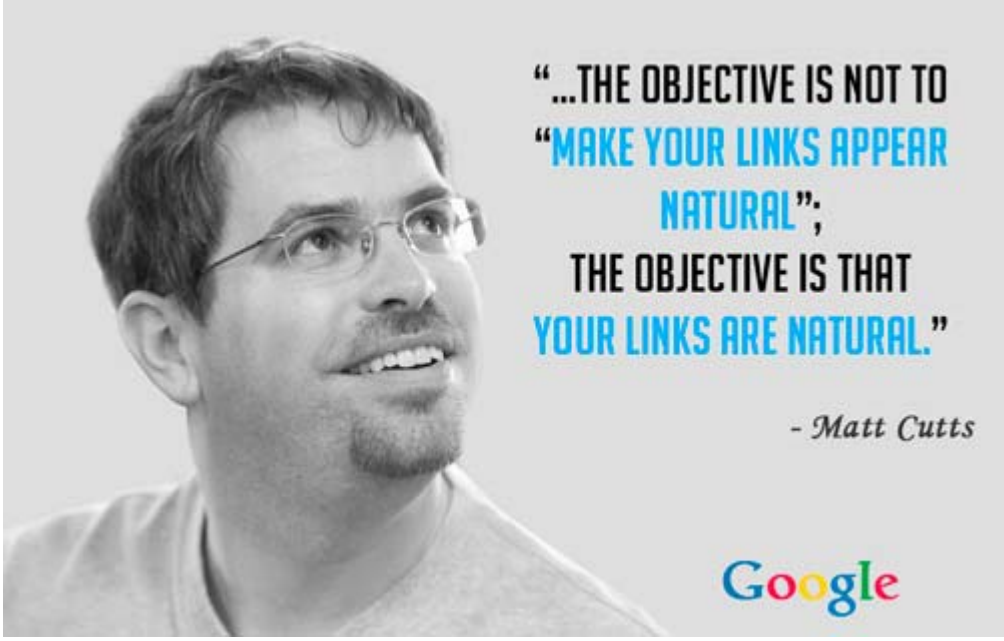
Часть III/5. Как выглядит естественная ссылка. 10 признаков

new

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

Тема ссылочного продвижения до сих пор актуальна в SEO, но оптимизаторы более тщательно стали отбирать площадки, на которых размещают свои ссылки, имитируя их естественность и полезность для пользователя. Но не смотря на все усилия вебмастеров подобрать “правильные ссылочные фильтры” при взаимодействии с биржами, поисковые системы какие-то из ссылок все равно не учитывают, а другие считают вредными и накладывают на сайт санкции. Таким образом, всё популярней становится вопрос естественного ссылочного профиля.

Ниже описаны 10 основных признаков, характеризующих естественную ссылку. Каждый пункт сам по себе может мало о чем свидетельствовать, но в сочетании с другими пунктами вероятность определения ссылки в качестве естественной, а значит и вероятность её работоспособности и качества, будет повышаться. Главное свойство, объединяющее все перечисленные ниже признаки – это ссылка, сделанная человеком для человека.



Итак, какие же основные признаки естественной ссылки?

1. Ссылка размещена на странице сразу при её индексации, то есть не была добавлена позже

Ситуации, когда после нескольких лет существования на страницах появляются ссылки, особенно ведущие на ресурсы, никак не связанные с текущим, выглядят подозрительно.

2. Видна для пользователя на странице

Если ссылка закрывается, значит она сделана не для пользователя. При обнаружении подобных исходящих ссылок, на сайт часто накладывают санкции. Это также вредит и тем ресурсам, кто размещается на этих площадках.

3. Расположена в контентной части (не в сквозных блоках)

Ссылки для людей чаще размещают в контентной части сайта.

4. Часто содержит в тексте просто адрес страницы или повторяет title той страницы, на которую ссылается

Люди редко ссылаются на другие сайты, используя коммерческие анкоры. Чаще всего в *естественном ссылочном профиле* используется просто адрес страницы.

5. Иногда закрыта в nofollow

Nofollow говорит роботу, что это ссылка не для него, а значит для пользователя.

6. Иногда имеет вид картинки-баннера

Ссылки-изображения используются редко именно для SEO, поэтому, они ценны для поисковой системы и могут считаться более естественными.

7. Используется не одна в контенте, а соседствует с другими тематическими ссылками

Если статья содержит лишь ссылки на один ресурс, чаще это заказная статья и выглядит в глазах поисковой системы искусственно. Как только в статье появляются ссылки на другие тематические ресурсы, каждая ссылка приобретает естественный вид.

8. Заголовок и текст страницы, на которой расположена ссылка, пересекаются с текстом на странице, куда ведет эта ссылка

Тематическая близость страниц донора и акцептора может давать хороший сигнал естественности связывающей их ссылки.

9. На страницу с расположенной ссылкой ссылаются другие ресурсы

Покупные статьи с ссылками часто никому не интересны и ценность подобных ссылок мала. Как только покупная (или естественным образом появившаяся) статья становится более-менее популярной, ссылки в ней приобретают ценность.

10. Ресурс, на котором проставлена ссылка, хорошо модерируется и ссылается лишь на тематические сайты

Даже очень хорошая по всем остальным признакам ссылка, идущая с заспамленного ресурса будет выглядеть неестественной.

Выше перечислены основные признаки. Если ссылки сайта не соответствуют многим из этих пунктов, то стоит пересмотреть его стратегию продвижения.

Часть III/6. 11 типов ссылок, которые не любит Google. Официальная информация new

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

Ниже представлен перевод одноименной зарубежной статьи от Джоханса Селбача (Johannes Selbach) с блога SEOProfiler.com. Информация является очень актуальной в связи с последними тенденциями в алгоритмах Google.

Google *обновил страницу* со схемами обмена ссылками, которая показывает примеры обратных ссылок, считаемых поисковой системой за спам. Новое в списке – это статейный маркетинг или гостевой блоггинг с ссылками, полными ключевых слов, рекламные статьи с платными ссылками и ссылки в пресс-релизах.

В общем, есть много способов создать себе проблему. Вот полный их список:

1. Google не любит платные ссылки

Покупка или продажа ссылок, передающих PageRank, может негативно сказаться на рейтинге вашего сайта в результатах поиска. Сюда относится денежная оплата ссылок или постов, содержащих ссылки; оплата ссылок товарами или услугами; или предложение бесплатного продукта в обмен на обзор этого продукта с ссылкой.

Не покупайте и не продавайте ссылок, если вы не хотите рисковать своим рейтингом.

2. Google не любит активный обмен ссылками

Обмен ссылками с другими сайтами это вполне нормально. Например, сайты об исследовании дельфинов могут ссылаться на другие сайты об исследованиях дельфинов без всяких проблем и рисков.

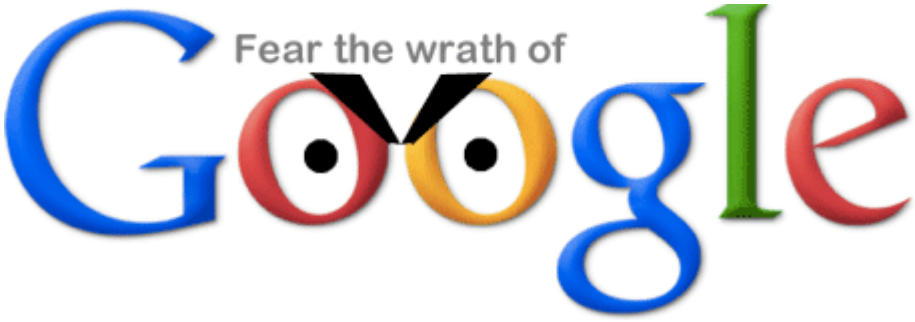
Но если обмен ссылками выглядит неестественно (сайт об исследовании дельфинов будет ссылаться на магазин обуви, а тот обратно), Google может подумать, что вы занимаетесь получением неестественных ссылок.

Используйте здравый смысл при обмене ссылками с другими сайтами. До тех пор, пока этот обмен имеет смысл для посетителей сайта, все будет хорошо.

3. Google не любит масштабный статейный маркетинг или гостевой блоггинг

Публикация статей, в том числе гостевых, на других сайтах это нормальная ситуация. До тех пор, пока вы это не делаете массово. Если цель вашего гостевого блоггинга лишь в получении разных ссылок, то на сайт могут наложить санкции.

Публикуйте статьи на других сайтах лишь если вы, действительно, хотите предоставить хороший материал.



4. Google не любит автоматизацию и сервисы по получению обратных ссылок

Вероятно, вы видели рекламу инструментов и сервисов, которые обещали сотни (если не тысячи) обратных ссылок, которые можно получить небольшими усилиями. Надеясь на господство в результатах поиска, скорей всего ваш сайт будет забанен Google.

Остерегайтесь инструментов и сервисов по автоматизации внешнего продвижения. Если вы смогли найти эти сервисы, команда антиспама от Google также знает о них.

5. Google не любит текстовую рекламу, которая передает PageRank

Если вы покупаете рекламу на каком-либо сайте, убедитесь, что она использует атрибут rel=nofollow в ссылках. В противном случае, Google может подумать, что эта ссылка была приобретена с целью манипуляции.

6. Google не любит рекламные посты, содержащие открытые ссылки

Следуйте золотому правилу: всегда используйте rel=nofollow, если вы заплатили за статью или рекламу. Все, что платно и передает PageRank, приводит к санкциям.

7. Google не любит статьи или пресс-релизы, содержащие в себе явно оптимизированные ссылки

Если ваша статья содержит приведенный ниже абзац, то антиспам-алгоритм Google детальней присмотрится к вашему сайту.

“На рынке существует множество свадебных колец. Если вы планируете жениться, то нужно выбрать лучшее кольцо. А также вам нужно купить цветы и свадебный наряд“.

8. Google не любит низкокачественные ссылки с каталогов и социальных закладок

Если вы регистрируете свой сайт в сотнях каталогов, которые не дадут вам взамен ни одного посетителя, то это потраченные усилия. Игнорируйте такие площадки. Эти ссылки не помогут ранжироваться лучше в Google. Если же каталоги дают вам посетителей, то получение ссылки стоило приложенных усилий.

9. Google не любит массово полученные футерные ссылки

Некоторые сайты ссылаются ключевыми словами на другие сайты в своем футере. Эти ссылки всегда платные и не стоит их использовать для рекламы своего сайта.

Это не касается футерных ссылок типа “О нас” или “Доставка”, а речь идет о ссылках типа “купить цветы” или “свадебные кольца”.

10. Google не любит ссылки с виджетов, распространяемых по разным сайтам

Некоторые разработчики виджетов предлагают бесплатные виджеты с ссылкой на другие сайты: “Посетителей на этой странице: 1234 – купить свадебные кольца“.

Если разработчики предлагают прорекламировать ваш сайт с помощью подобных виджетов, убедитесь, что ссылки содержат nofollow-атрибут или вовсе не используйте подобные вещи.

11. Google не любит комментарии на форумах с ссылками в постах или подписях

Есть инструменты, которые автоматически отправляют комментарии на форумы.

“Это, действительно, классная информация! Большое спасибо!
Петр.
купить свадебные кольца | купить цветы | лучшая свадьба“

Не используйте этот метод раскрутки своего сайта. Google не любит его. Остерегайтесь инструментов, которые автоматически рассылают ваши ссылки по форумам.

Все очень просто: Google не любит массовые и искусственные ссылки. Для получения хороших ссылок, ведущих к продолжительным результатам, используйте *нормальные методы* и *инструменты*.

Часть III/7. Как не купить ссылку с плохого сайта?

Автор: Сергей Сосновский

Сегодня я опять хочу затронуть тему создания ссылочной. Вопрос, который будет рассматриваться – “Как не купить ссылку с плохого сайта”. Здесь имею в виду ручную закупку в биржах типа *Gogetlinks* или *Miralinks*. Я уже купил не одну тысячу ссылок и у меня накопились некоторые наблюдения на этот счет, которыми поделюсь в посте.

В этой статье будут разобраны моменты, подходящие для плохих сайтов, владельцы которых пользуются некоторыми уловками. Если вы не будете приобретать с подобных проектов ссылки, то сэкономите свои денежные средства .

Сразу небольшое примечание. Не обязательно если тот или иной пункт подошел для какого-то проекта, то он должен обязательно быть плохим кандидатом для размещения на нем ссылки. Все-таки площадку нужно оценивать по комплексным факторам и характеристикам.

Сетки сайтов

Сетки сайтов делают в первую очередь для заработка. Во-первых, они долго не живут, а, во-вторых, ссылки с них не имеют высокую эффективность. Как определить сетки?

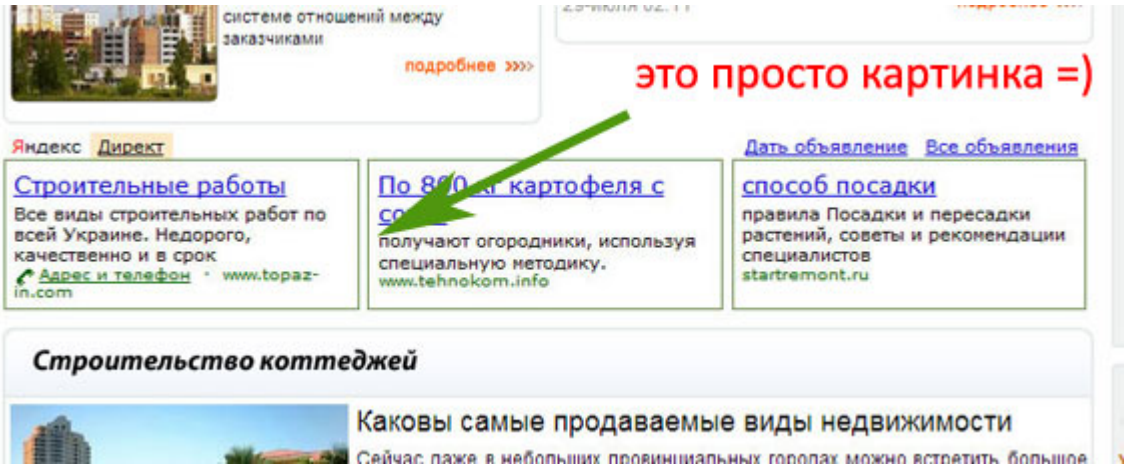
1. Одинаковое, либо схожее оформление, структура, дизайн. Если вы видите похожие друг на друга ресурсы, то с большой долей вероятности вы имеете дело с сеткой. Некоторые немного усложняют процесс определения сетки, делая уникальные дизайны. Но все равно структура, специфика некоторых элементов выдают их. Если вам попались подобные площадки, то изучите их пристальнее.
2. Схожие или одинаковые показатели ТИЦ, PageRank. Как правило, если люди создают сетки, то наращивают пузомерки одинаковыми способами. На выходе получаются одинаковые или схожие показатели тематического индекса цитирования, иногда PR. Это еще один момент, который должен смутить вас. Также может быть примерно одинаковое время размещения заявок.
3. Схожие или одинаковые цены на размещение. Некоторые вебмастера ставят одинаковые цены на свои площадки из сетки. Это можно иногда заметить в биржах.

140	4	69	220 (-5%)
140	1	100	220 (-5%)
140	3	100	220 (-5%)

На скриншоте также видны одинаковые показатели ТИЦ .

Уловка с рекламной сетью Яндекса (РСЯ)

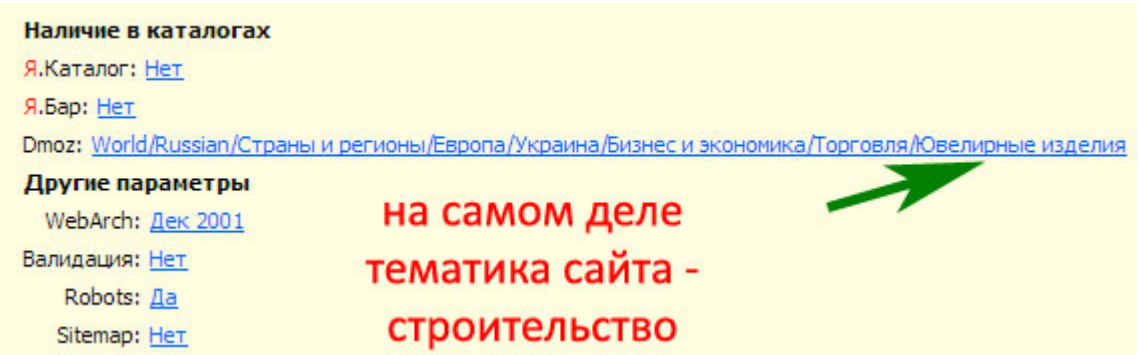
Как известно, рекламная сеть яндекса ставит довольно жесткие условия для попадания в нее различных проектов. Если сайт находится в РСЯ, то это еще один плюсик для того, чтобы разместить на нем ссылку. Так вот, некоторые вебмастера не противятся уловке, размещая вместо кода этой системы обычный скриншот.

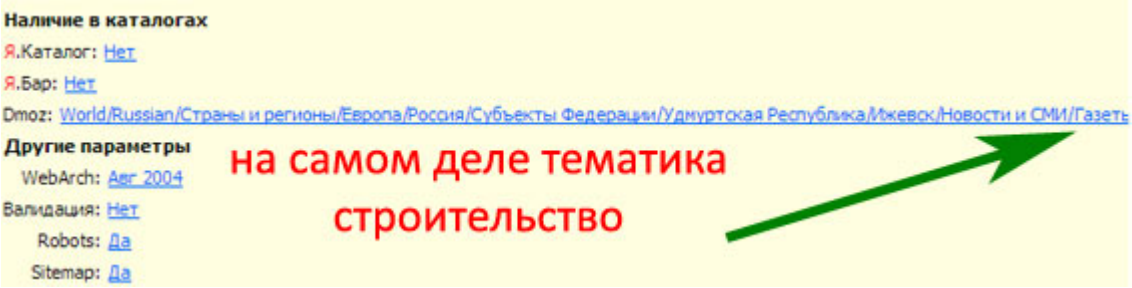


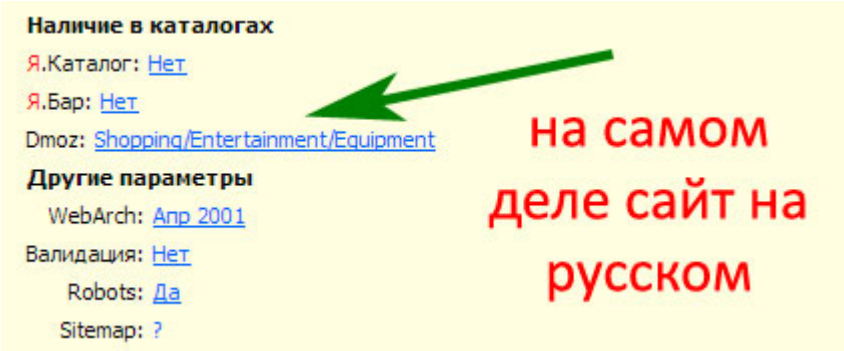
То есть кликнуть на этот блок нельзя. При отборе площадок не лишним будет навести на рекламные объявления этой сети, когда ресурс вызывает подозрения.

Нахождение в трастовых директориях Яндекс.Каталог и DMOZ

Также известно, что ссылка с проекта, который находится в ДМОЗе или ЯК, ценится выше (хотя это не всегда оправданно). Зная это, некоторые вебмастера покупают домены или сайты, которые находятся в данных директориях, меняют тематику на более коммерческую (строительство, недвижимость и так далее) и начинают продавать ссылки, имея трастовые значки в биржах. Нужно проверять соответствие тематики каталогов с тематикой площадки. Помочь в этом может *расширение RDS Bar* для популярных браузеров.



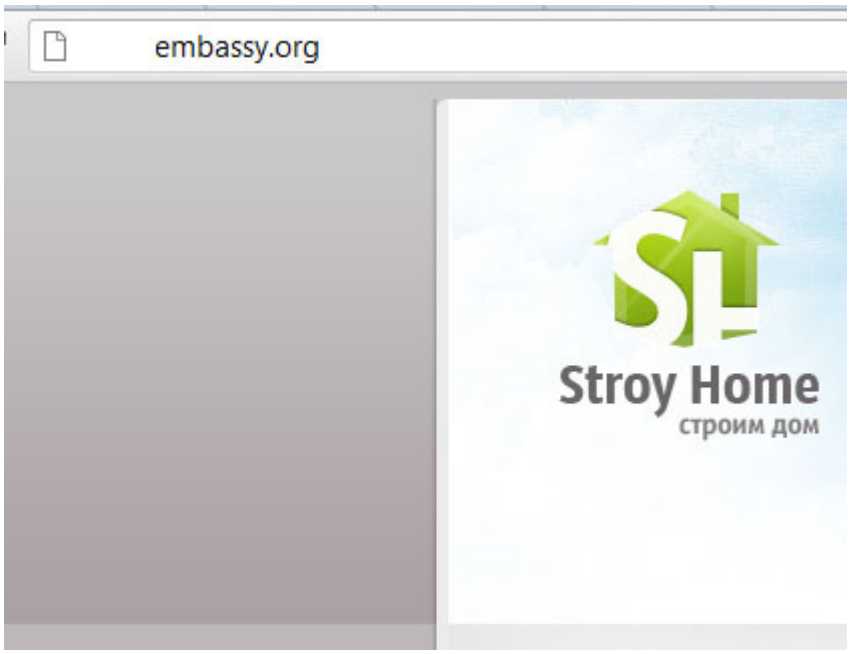




Если тематика не совпадает, то ресурс нужно изучить пристальнее.

Название домена

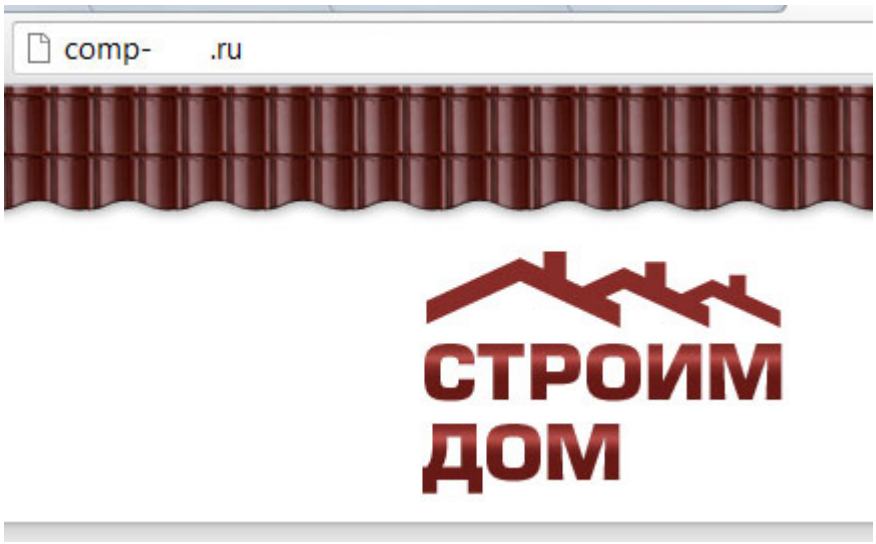
Не соответствие доменного имени тематике проекта. Ссылки-то лучше разбирают в тематике “Строительство”, а домены не всегда попадаются соответствующие. Вот пример.



Кто хотя бы немного знает английский, поймет, что embassy – это посольство. К строительному домену отношения не имеет. Таких примеров достаточно много.

Логотип

На некоторых площадках логотип не соответствует той же тематике сайта. Это можно видеть на картинке выше, но приведу еще один пример, чтобы этот пункт не остался без скриншота.

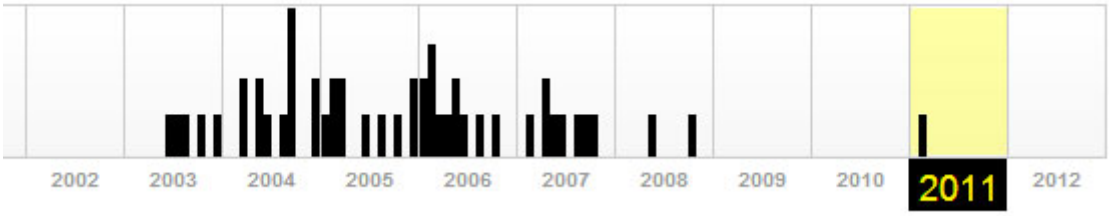


Логотип никак не связан с доменным именем.

Нахождение в Вебархиве

Если ресурс находится в *вебархиве* и имеет довольно поздние записи, то есть смысл их проверить. Удобно пользоваться тем же RDS баром, который показывает самую раннюю запись.

У меня вызывают подозрения записи ранее 2008 года. На данном примере это 2003. Перехожу по ссылке и вижу следующую картину.



На самом деле, работу домен начал в 2003 году, либо в 2002. После 2008 года на нем ничего не было до начала 2011, либо до конца 2010 гг. То есть это, скорее всего, говорит о том, что домен был куплен новым владельцем из-за его показателей ТИЦ или PR, а также, возможно, из-за нахождения в каких-то каталогах (в данном случае в DMOZ). Проверяю и действительно вижу, что ранее там находился другой сайт.

Сейчас же там строительный ресурс. Вообще, к тематике “стройка” нужно подходить с особым вниманием. Очень часто стараются подстроиться именно под нее, так как она является одной из самых востребованных в плане покупок ссылок.

Кстати, если существующий проект давно находится на домене (2-3 года) и удовлетворяет вас по другим характеристикам, то не стоит тогда бояться более ранних записей в вебархиве .

Низкая цена

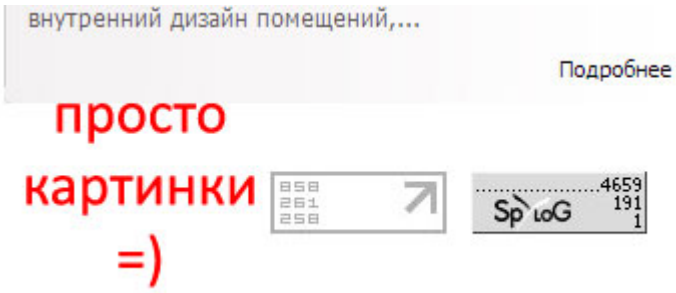
Да-да. Это соблазн – купить ссылку с площадки, которая имеет хорошие пузомерки (ТИЦ, PR) по низкой цене. Но не всегда стоит ему уподобляться. Что хочет вебмастер, поставив низкую цену? Правильно, быстрее и больше продать ссылок, оказаться в как можно большем количестве ценовых фильтров. Во-первых, ресурс быстро *заспамливается*. Во-вторых, владелец его не ценит, а значит эти пузомерки были достигнуты каким-то не естественно-честным путем .

375	5	97	1.1 дн.	164 (-106%)	164 (-107%)
200	2	96	1.7 дн.	164 (-41%)	164 (-43%)
60	2	N/A	1.8 дн.	109 (-47%)	109 (-51%)

Это примеры с наращенным ТИЦем без какой-то адекватной посещаемости и полезности проектов.

Счетчик от LiveInternet

Это достаточно популярная система статистики в русскоговорящей части интернета. При оценке посещаемости площадки зачастую смотрят и на счетчик от liveinternet. Но ушлые вебмастера знают, как обойти этот момент. Пример с тем же “посольским” сайтом.



Вместо счетчиков там просто картинки. Проверяем, чтобы убедиться.

На самом деле, он даже не зарегистрирован в системе. Ну и, правда, зачем? Картинку-то поставили. Также подозрительно нужно относиться к тем, кто не ставит счетчик вообще (посещаемость можно прикинуть по alexa), кто ставит его, но скрывает статистику, кто ставит его, но убирает ссылку со счетчика (можно пойти на liveinternet.ru и проверить, зарегистрирован ли там сайт). Несколько раз попадал на случаи, когда счетчик ставился вообще от другого ресурса.

Соотношение ТИЦ, PR и посещаемости

Эти показатели у нормальных сайтов обычно соотносятся. Если высокий тематический индекс цитирования, то и PageRank с посещаемостью на должном уровне. Если наблюдается большой дисбаланс, то значит что-то не так. Пример:

	ТИц	PR	Ин
Подробнее	700	0	
одробнее	300	1	
	250	1	
Подробнее	180	1	
ее	170	1	
дробнее	150	1	
	150	1	
	140	1	
Подробнее	130	0	
дробнее	110	1	
нее	110	1	

У меня есть сайт с PR=4 (до последнего апдейта был 5) и 10 ТИЦ. Причем показатели естественные, ни одной купленной ссылки. А тут 700 единиц тематического цитирования и нулевой pagerank. Значит площадки нужно поизучать тщательнее.

Какой вывод можно сделать из всего этого? При покупке ссылок смотреть нужно не только на значение ТИЦ, но а также обращать внимание на множество разных факторов, рассмотрев которые, принять то или иное решение. Таким образом, можно неплохо экономить свои средства или бюджет клиента.

Часть III/8. Понимание методов выявления ссылочного спама

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Одним из самых разочаровывающих аспектов наращивания ссылочной массы является незнание ценности ссылки.

Опыт и некоторые данные помогут вам в оценке ссылки, но знать, насколько ссылка будет полезна вам невозможно. Практически невозможно узнать и то, помогает ли вам ссылка вообще.

Поисковики не считают все ссылки. Они понижают вес большого количества ссылок и учитывают многие другие факторы вашего ссылочного профиля при оценивании *естественности*. Это все делается для повышения релевантности и выявления спама.

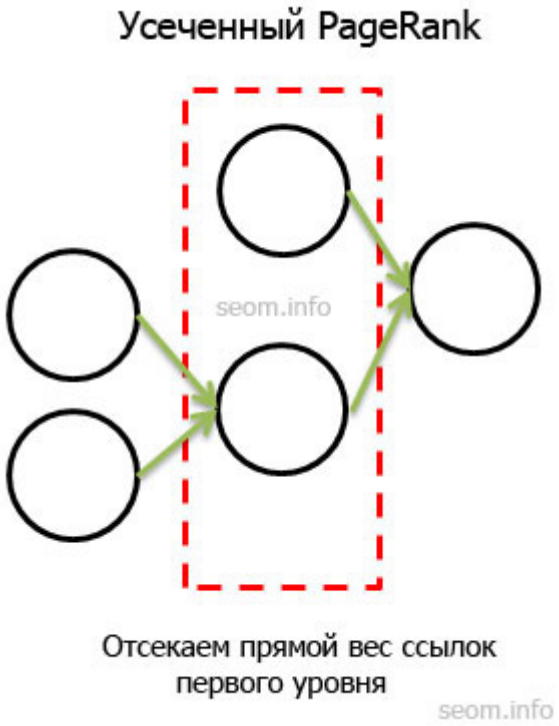
Понимание основ определения ссылочного спама поможет вам лучше понять как оценивать ссылки и то, как поисковики подходят к проблеме спама. Все это может вылиться в разработку более продвинутых методик *наращивания ссылочного профиля*.

Сегодня я хотел бы поговорить о нескольких интересных концепциях анализа ссылочного спама, которые возможно используют поисковики при оценке вашего ссылочного профиля.

Отказ от ответственности:
Justin Briggs: Я не работаю на какой-либо поисковик, поэтому я не делаю конкретных выводов по тому, как поисковики оценивают ссылки. Поисковики могут использовать некоторые методики, указанные в данном посте, или не использовать их вообще.

Конечно же они используют гораздо больше методов определения спама, чем я могу описать в данном посте. В данном посте будут только самые интересные, на мой взгляд, методы определения ссылочного спама.

Усеченный PageRank



Усечение PR – это расчеты, которые отсекают прямой вес ссылок первого уровня. Хотя такие "наивные" методы, как *продвижение статьями*, и приносят продвигаемой странице PR, было бы гораздо лучше, если бы ссылки на вас ставились со страниц, на которые также ведет большое количество ссылок. Таким образом, вы получите ссылочный вес с дополнительных уровней.

Если на вас ссылается спамная страница, то вам передастся усеченный *PR*, который значительно меньше обычного. Соотношение усеченного PR к нормальному может стать сигналом тому, что ваш ссылочный профиль является спамным.

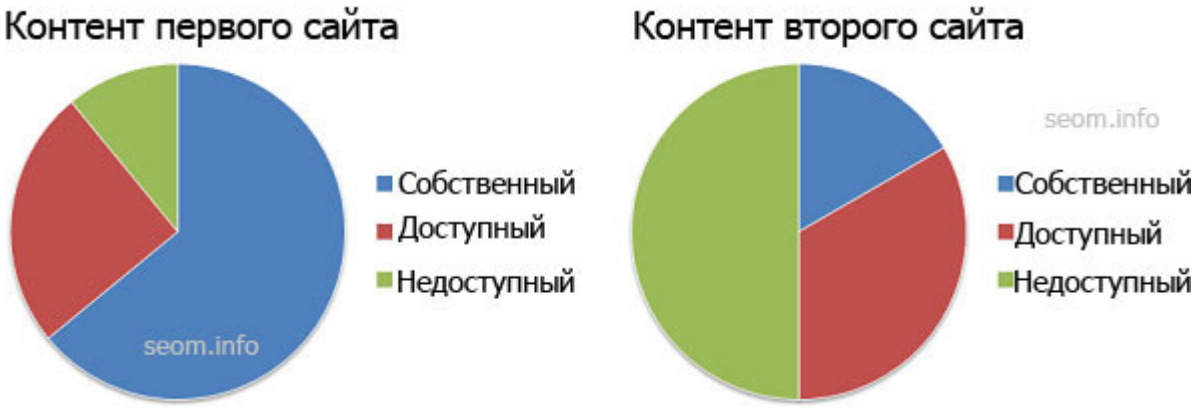
Собственный / Доступный вес

Все ссылки можно разделить на три большие группы:

- Ссылки со своего собственного контента – *ссылки со страниц, которые были отнесены поисковиками к вашему сайту* (по IP, whois и т.д.)
- *Ссылки с доступного контента* – ссылки с контента, в который легко добавить ссылку, не находящегося в вашей собственности (*блоги*, *форумы*, каталоги статей, *каталоги ссылок*, гостевые книги, *гостевые посты* и т.д.)
- Ссылки с недоступного контента – ссылки с независимых ресурсов.

Ссылки с любого из этих источников **не могут быть ни плохими, ни хорошими**. Ссылки с собственного контента являются идеально естественными. Однако ссылка с недоступного контента может быть платной, поэтому ссылки с этой группы ресурсов не всегда хорошо.

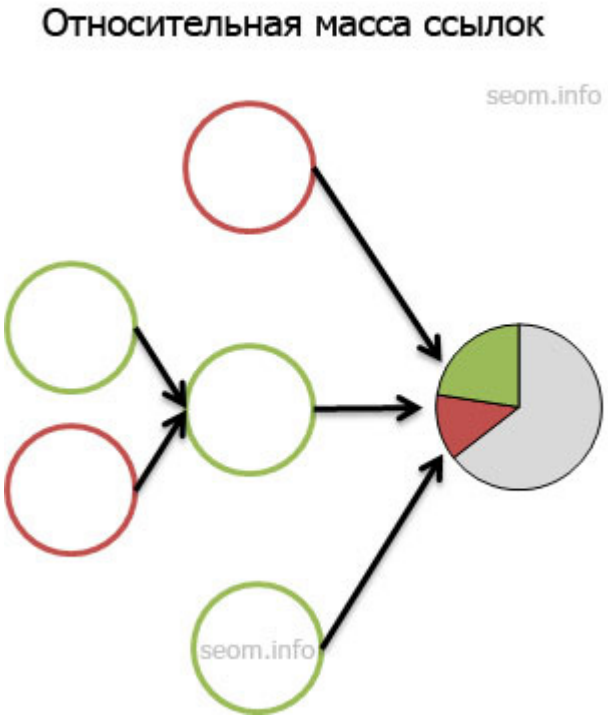
Ценность вашего ссылочного профиля может меняться в зависимости от соотношения групп сайтов, ссылающихся на вас.



Такой вид анализа двух сайтов показывает существенную разницу в ссылочном профиле, все остальные факторы одинаковы. Ссылки, ведущие на первый сайт – это ссылки с контента, который он напрямую контролирует или имеет доступ, чтобы поставить их.

Однако второй сайт имеет существенное количество ссылок с уникальных и независимых ресурсов. Все остальные параметры сайтов одинаковы, но вот второй имеет меньше шансов быть уличенным в спаме.

Относительная масса



Относительная масса – это процент содержания ссылок определенного *типа в ссылочном профиле*. Пример ниже показывает концепцию относительной массы.

Анализ относительной массы может также помочь в определении спамности страницы. На схеме выше мы видим красные круги – это спамные страницы.

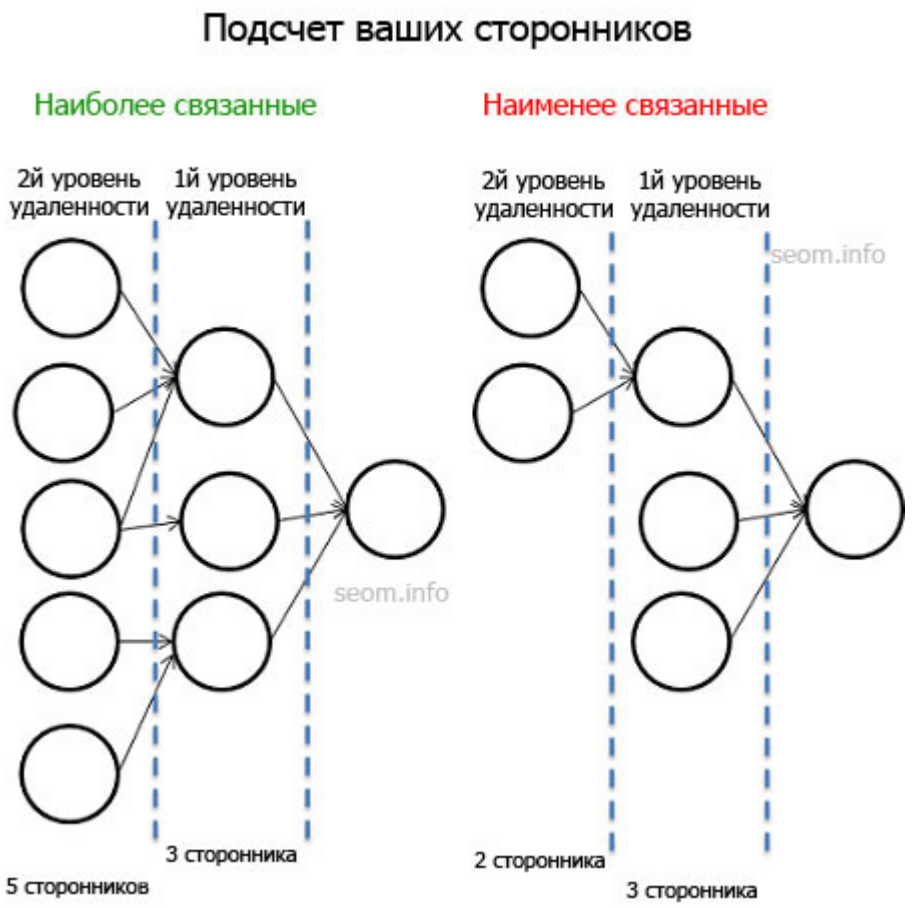
Целевая страница теперь имеет определенную порцию веса со спамных сайтов. Если соотношение таких сайтов будет велико, то ваша страница может испытать откат позиций, а вес ссылок будет снижен.

Такой тип анализа также можно отнести к методам выявления спама: определение ссылок с комментариев, каталогов, каталогов статей, взломанных ресурсов, собственных страниц, определение платных ссылок и т.д.

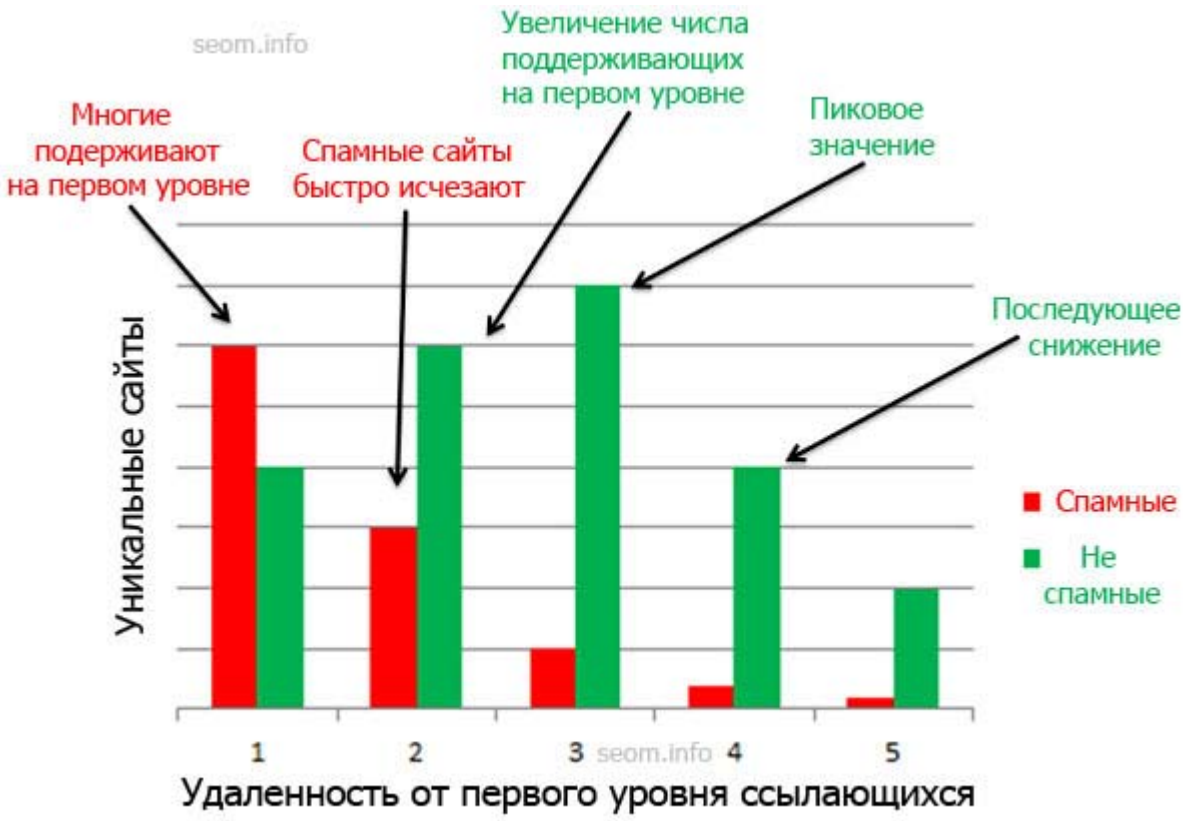
Подобный алгоритм может как "прощать", так и "наказывать", когда относительная масса ссылок с доступного уровня значительно превышает *количество ссылок* с недоступного.

Подсчет ссылающихся сайтов / Скорость появления ссылок

Еще один метод оценки ссылок – это подсчет количества "поддерживающих" вас сайтов и скорости их появления.



Данная гистограмма распределения сайтов четко демонстрирует разницу между спамными и высококачественными сайтами.



Количество "поддерживающих" у хорошо связанных сайтов растет очень быстро, а вот количество спамных сайтов обычно бывает велико на первых уровнях.

Количество спамных сайтов увеличивается мгновенно и точно с такой же скоростью уменьшается, при дальнейшем углублении. Такое распределение может показать, что сайт использует спамные методы *наращивания ссылочной массы.*

Выявить спамные профили очень просто, ведь если вы прибегаете к продвижению при помощи спамных сетей, то все эти домены будут повторяться вновь и вновь на разных уровнях.

PRO-совет: я думаю, что *разнообразие и уникальность доменов* сильно связаны с ранжированием. Анализ количества поддерживающих вас сайтов и анализ усечения PR дадут вам идею о получении ссылок с как можно большего количества уникальных доменов.

TrustRank, Анти-TrustRank, SpamRank и т.д.

Модель TrustRank описывалась уже много раз и является одной из базовых метрик наподобие mozTrust. Основной идеей тут является то, что ссылающийся на вас сайт может иметь значения как **Траста**, так и **Спама**, которые передаются через ссылки.

Чем ближе вы к этому сайту, тем у вас больше шансов получить такую же оценку, что имеет он. Чем ближе он к спамному сайту, тем у вас больше шансов попасть в разряд спамных. Чем ближе он к разряду трастовых, тем больше у вас шансов быть отнесенным к трастовому.

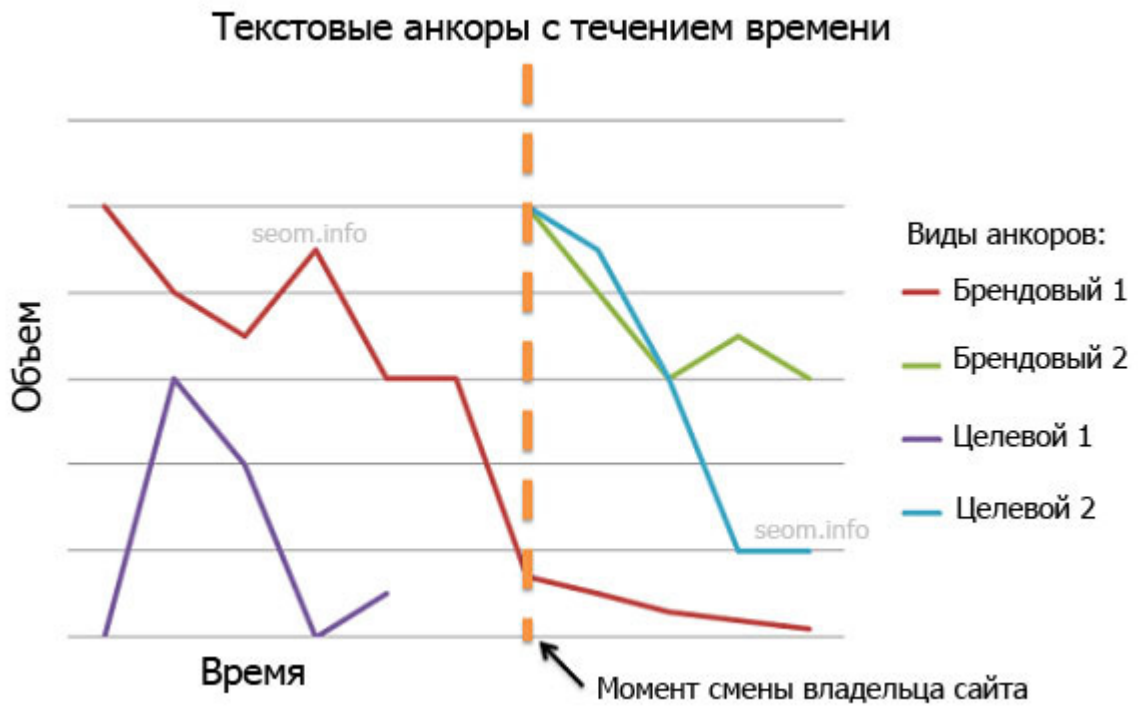
Я не хочу сейчас углубляться в детали, но скажу, что все сводится к 4 простым правилам:

- Добивайтесь ссылок с трастового контента.
- Не размещайте ссылки на спамном контенте.
- Ссылайтесь на трастовый контент.
- Не ссылайтесь на спамный контент.

Такой тип анализа использовался на SEO форумах против спамеров. Поисковый робот *заходил* на топовые SEO форумы, просматривал ссылки и создавал набор трастовых доменов.

Текстовый анкор vs. Время

Мониторинг *текстовых анкоров* со временем может дать интересные взгляды на то, как можно определить потенциальные манипуляции. Ниже приведен пример домена, который был куплен специально для передачи ссылочного веса (и спама).



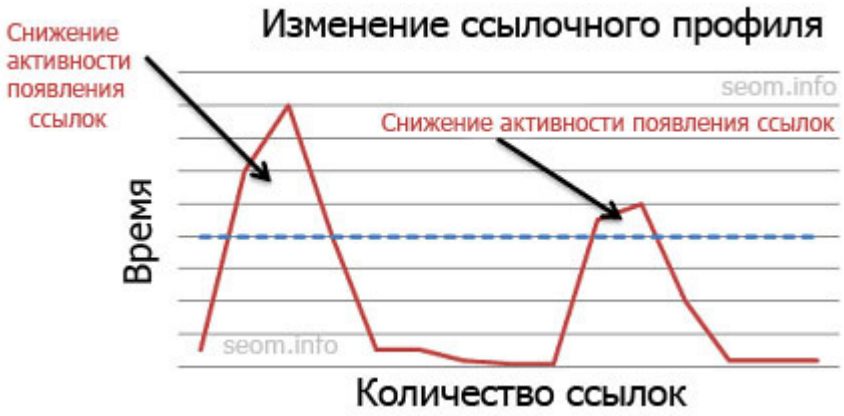
У данного домена есть история текстовых анкоров, как брендовых, так и не брендовых. Как видно, старый анкор практически упал на ноль, а вместо него появилось совершенно 2 новых анкора.

Такой анализ текстовых анкоров в комбинации с подходами к определению спама могут указать на момент смены владельца домена. Ссылки, которые были у домена до этого момента смены владельца могут быть переоценены.

Пики роста ссылочного профиля

Сайты, у которых наблюдается резкий рост количества *бэклинков* в определенный промежуток времени, могут потерять их вес.

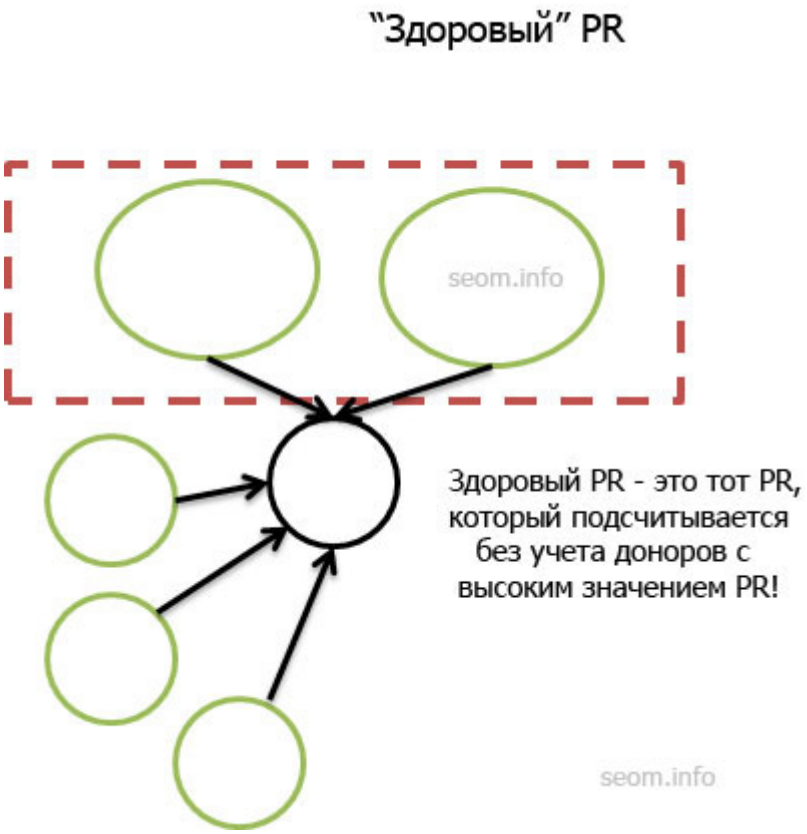
Поисковик может легко проверить был ли этот рост вызван реальным событием или распространением вирусного контента, или это была какая-либо ссылочная манипуляция.



Вес ссылок, которые появились во время пика роста (произошло отклонение от их обычного появления), может быть уменьшен. Размеренный и естественный ссылочный профиль редко пробивает свои рекордные пики роста.

Здоровый и правильный PR

"Здоровый" PR – это PR, который подсчитывается без учета доноров с высоким значением PR.



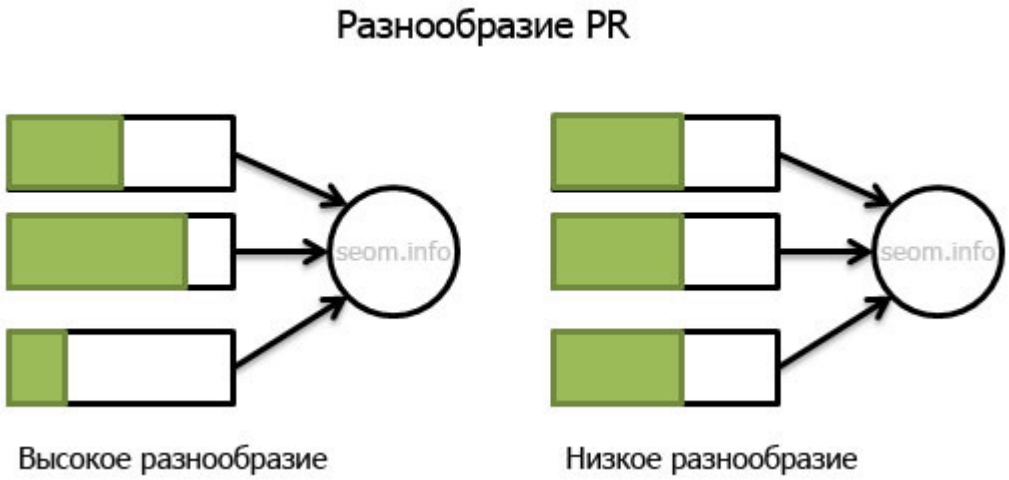
Мы можем наблюдать снижение эффекта от самых влиятельных доноров в вашем ссылочном профиле.

На изображении выше мы видим, что 2 самые сильные ссылки были отключены, а передаваемый ими PR был снижен.

Сильные сайты всегда имеют здоровые ссылочные профили, которые **не нуждаются в поддержке нескольких сайтов с высоким PR**. Вычисления "здорового" PR – это один из способов снижения эффекта от редких влиятельных сайтов.

Разнообразие PR

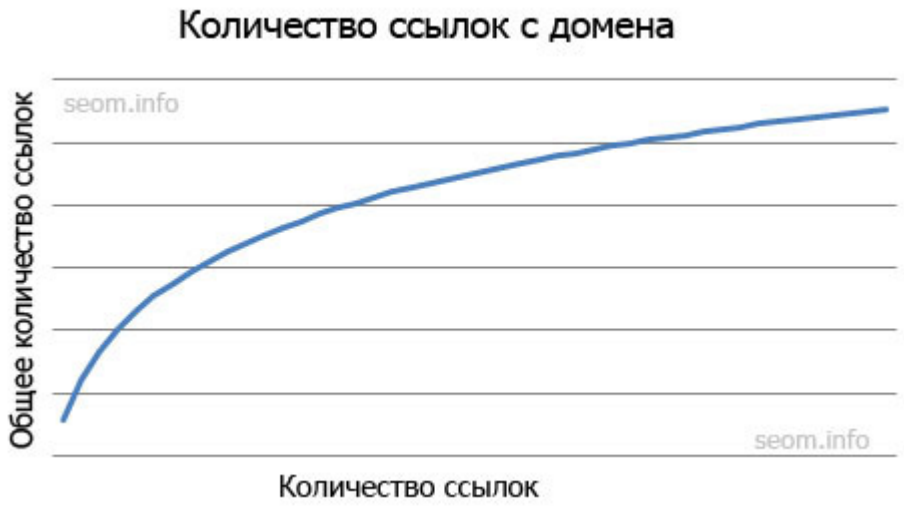
Разнообразие значений PR доноров может также быть использовано в определении спамности сайта. Естественный ссылочный профиль должен иметь ссылки со страниц с самыми разнообразными значениями PR. Ссылочные профили спамных сайтов однотипны.



Итак, если вы используете какой-либо инструмент или *биржу ссылок*, чтобы купить 15 ссылок со страниц, имеющих PR 4 под определенный текстовый анкор, тогда вы значительно снижаете разнообразие PR вашего ссылочного профиля и рискуете быть уличенными в манипуляциях.

Количество ссылок с домена

Одним из способов снижения рисков попадания под фильтр поисковика за манипуляции со ссылками, является *приобретения нескольких разнообразных ссылок* с одного домена. Очень часто люди приобретают сквозные *ссылки в блогроле* или в *футере*. Однако такие ссылки в такого количества страниц совсем ни к чему.



Первая ссылка с домена на ваш сайт всегда играет первую роль. Дополнительные ссылки с этого же домена продолжат увеличивать передаваемый вес, но только в определенное место вашего сайта, а не на весь домен.

Разные ссылки с одного домена разбавят ваш ссылочный профиль, увеличив ссылочное разнообразие на один домен. Переход с 1 ссылки на 3 с данного домена даст больший эффект, чем переход со 101 ссылки на 103.

PRO-совет: Многие тактики наращивания ссылочной массы со временем теряют свою эффективность. Для того, чтобы хорошо ранжироваться, вы не должны придерживаться какому то одному определенному набору стратегий и вы не должны забывать о разнообразии ссылок, ведущих с одного домена. Избегайте стратегии, когда вы приобретаете одну ссылку с одного домена.

Алгоритмы выявления ссылочного спама

Все алгоритмы анализа ссылочного спама имеют свои погрешности. Используя комбинацию методов определения спама, поисковики максимизируют свою точность.

Анализ веб-спама имеет больше погрешностей, чем, скажем, определение email спама, где почта попадает либо в папку "входящие", либо в папку "спам". Поисковикам нет смысла создавать два четких определения "спам" или "не спам". Проводя анализ, поисковики просто могут понижать сайт в выдаче или повышать.

Данные методы анализа также предназначены и для определения эффективности тех или других стратегий продвижения. Целью данного поста было не указать на те ссылки которые работают или нет, а демонстративно показать проблемы тех или иных тактик наращивания ссылочной массы.

Источник: *Justin Briggs - Better Understanding Link-based Spam Analysis Techniques*

Перевод: *SEOM.info*

Часть III/9. Описание поискового спама

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

Поисковые системы сейчас являются точкой входа в Интернет для большинства пользователей сети. С помощью поисковых систем люди ищут не только информацию общего плана, но и используют в коммерческих целях. Соответственно, эта платформа представляет интерес для множества коммерческих структур. Одни, стараются играть по правилам и достигают хороших результатов не сразу, но имеют долгосрочные перспективы. Другие же компании ищут разнообразные методы, чтобы достичь результатов (хорошего положения в ТОПе) как можно быстрее. На этой почве появился так называемый **поисковый спам**.

В Яндексе этот вид спама называют поисковым, в Google используют термин “вебспам”. Причем, поисковые системы не описывают вебспам как страницы низкого качества (хотя это подразумевается тоже). Поисковый спам относится скорей **к цели** существования самой страницы, а также **к целям** (соответственно, и методам) её продвижения.

В *лицензии Яндекса* поисковому спаму дается следующее определение:

3.7. «Поисковый спам» — это попытки обмана поисковой системы Сервиса и манипулирования ее результатами с целью изменения позиции того или иного веб-сайта в результатах поиска.

Заметьте, здесь не говорится о качестве сайта или документа, а лишь о манипулировании выдачей. Другими словами, какой бы хороший сайт у вас не был, если вы пытаетесь прорекламировать свою страницу в ТОПе с помощью увеличения её рейтинга, скорей всего её пометят как вебспам.

Google не дает четкого определения вебспама, а ограничивается лишь рекомендациями по обеспечению качества сайта в своем *руководстве для вебмастеров*. Однако, вскользь упоминает на *официальном блоге* что

Вебспам это мусор в поисковой выдаче, когда сайты пытаются обманом выйти на топовые позиции или нарушают требования к обеспечению качества…

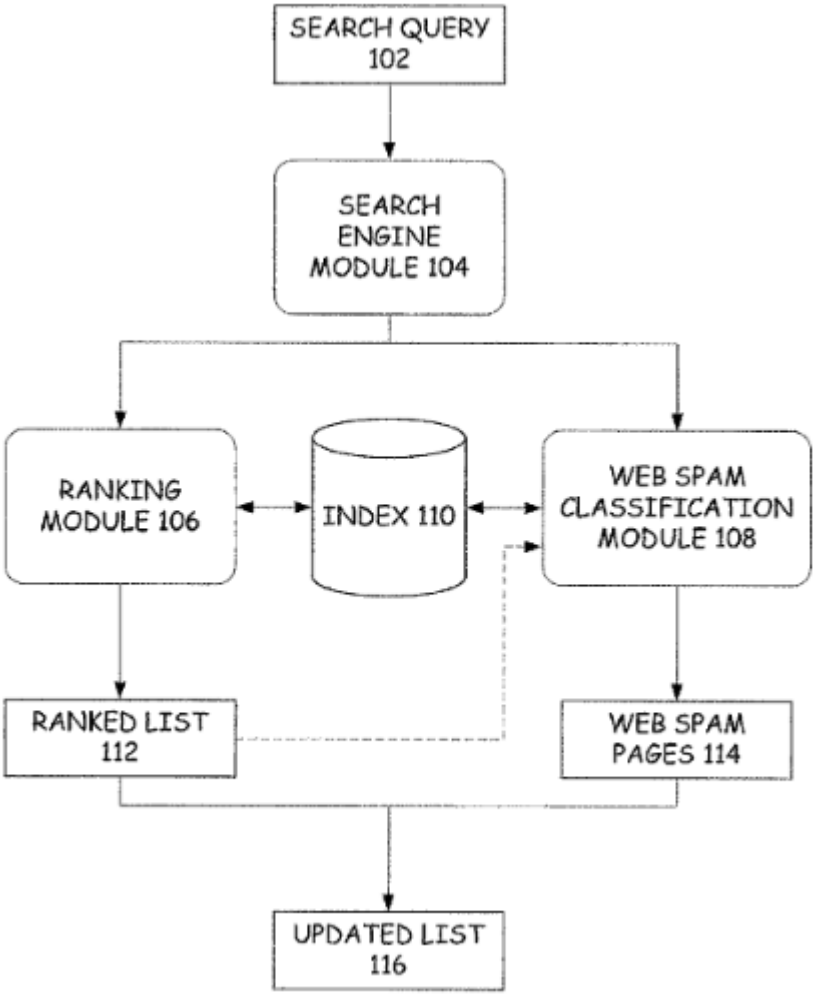
Таким образом, причину спама необходимо искать и в контенте и в ссылках.

Как поисковый спам учитывается при поиске

При ранжировании сайтов поисковыми системами в формуле учитывается не только релевантность сайта, его авторитетность и все остальные показатели качества, но также и коэффициент спамности. Причем, этот коэффициент не бинарный (спам или не спам), а непрерывный, как многие другие ранки.

Для работы с поиском в Google даже существует разные отделы, один посвящен качеству поиска (Search Quality Team) и его задача как раз обеспечивать качество выдачи (работают с формулой ранжирования). Глава этого отдела **Амит Сингал** (Amit Singhal). Другой отдел (Webspam Team) борется с поисковым спамом во главе с **Мэттом Каттсом** (Matt Catts). Соответственно, алгоритм “Панда” (в 2011 г) это разработка отдела качества, в то время как алгоритм “Пингвин” (в 2012-ом) это порождение отдела по борьбе с вебспамом.

В одном из *своих патентов* компания Microsoft приводит схему, как формируется поисковая выдача с учетом модуля классификатора вебспама (для общего представления).



Стоит отметить, что для определения спамности документа используются не только автоматические методы, но и ручные (в единичных случаях), а также “стуки” от вебмастеров через специальную форму.

Небольшое описание проблемы поискового спама

Для описания проблемы определения поискового спама ниже приведена небольшая выдержка из документа *Spam: It’s Not for Inboxes Anymore* (научный труд ребят из стенфордского университета по классификации веб-спама, на который, впоследствии, ссылались авторы других трудов).

“В ряде случаев вебспам очевиден. Например, при публикации этой статьи (в 2005 г), топовым результатом поиска Google по запросу “Kaiser pharmacy online” была страница, внешне аналогичная выдаче Google, за исключением заголовка **Gogle**, и все ссылки вели на ряд сайтов, продающих дешевые лекарства, отпускаемые по рецепту. Естественно, эти грубые результаты намеренно подрывают репутацию Google и, несомненно, должны быть помечены как “спам”.

Однако, рассмотрим другой случай. Сайт “World News Network” ранжируется третьим в Google по запросам “world news” и “news network”, наряду с такими компаниями, как **CNN**, **BBC** и **FOX**. Пользователю очевидно, что **WNN** не является источником новостей; это компания, владеющая тысячами сайтов, каждый из которых по отдельности является онлайн-газетой определенной тематики в определенном географическом регионе (например, Бизнес в Каире или Азиатское Побережье). Дальнейший просмотр сайтов покажет, что многие статьи нетематичны. Например, определенные статьи, принадлежащие разделу “Бизнес в Каире”, мало относятся к бизнесу в Каире, и больше раскрывают основные события, такие как война в Ираке. Эти WNN-ресурсы, плотно ссылаются друг на друга, при этом, нет других неаффилированных сайтов, ссылающихся на них. Несмотря на то, что статьи берутся из достойных источников, вроде **Associated Press**, **CNN** и **New York Times**, ссылки на действительный источник ставятся редко. Таким образом, здесь имеется серая область. Агрегация новостей может быть

полезной, но дает ли WNN что-либо истинно ценное или существует лишь для получения прибыли с рекламы на его страницах?

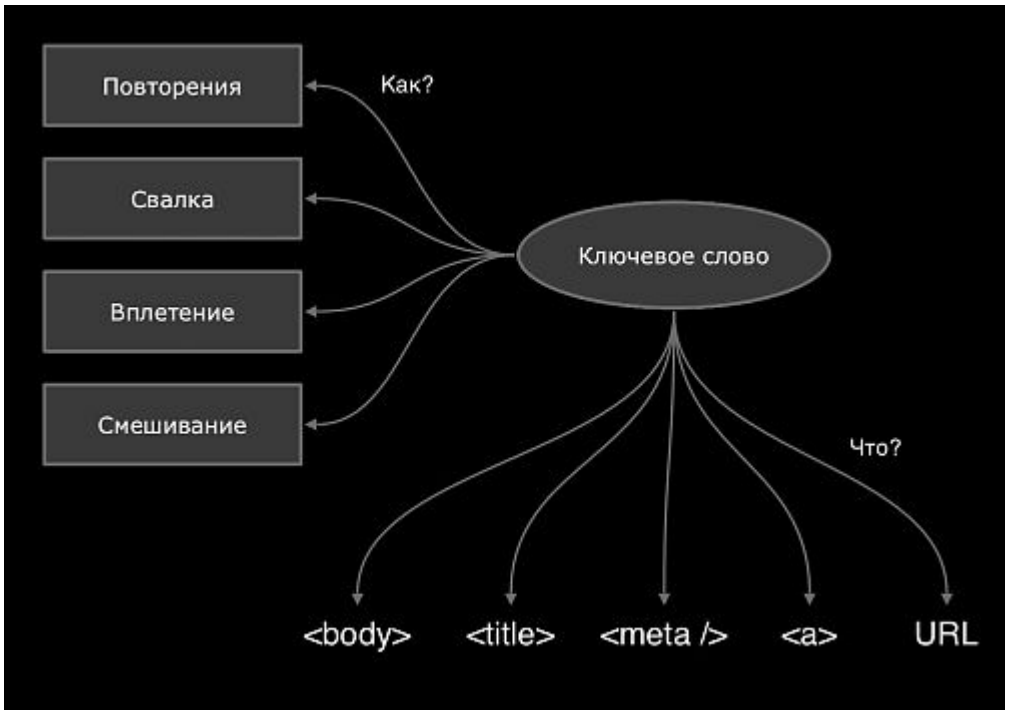
Размытость картины также зависит от субъективного взгляда пользователя. При поиске “miserable failure” в Google и Yahoo первым результатом была официальная биография президента **Джоржа Буша** (**Мишель Мур** и **Хиллари Клинтон** также были в десятке). Спамные техники, конечно же, влияли на рейтинг, но в данном случае вебспам неочевиден, так как одобряете ли вы результат или нет, зависит от личных предпочтений. Таким образом, даже если ценность заключается в довольно странном результате, она всё же есть.

Таким образом, определение вебспама не так просто как может показаться. С одной стороны, вебспам это явное влияние на ожидание людей. С другой стороны, это серьезная проблема. Ежедневно производится множество попыток повлиять на людей – рекомендации, телевидение и газеты, политическая пропаганда и евангелизм. Одному пользователю что-то может казаться некорректным, обманчивым, неубедительным и раздражающим, другие могут в этом находить соответствие своим взглядам. Автоматически генерируемый мусор, никому не несущий ценности, легко классифицировать как спам. Однако, что на счет большой серой области, где контент несет для кого-то хотя бы небольшую ценность? И кому решать, где кончается серая область и начинается сплошной бесполезняк?”

Классификация

Авторы приведенного выше труда классифицировали поисковый спам и опубликовали одноименный документ.

Судя описанной классификации вебспам бывает текстовый и ссылочный. Опишем коротко каждый из них. Ниже приведен рисунок, описывающий текстовый вебспам.



Текстовый спам это, прежде всего, повторения ключевого слова (*переоптимизация*) в различных информационных составляющих сайта (теле документа, заголовке, мета-тегах, ссылках и ЧПУ). Но также сюда относятся:

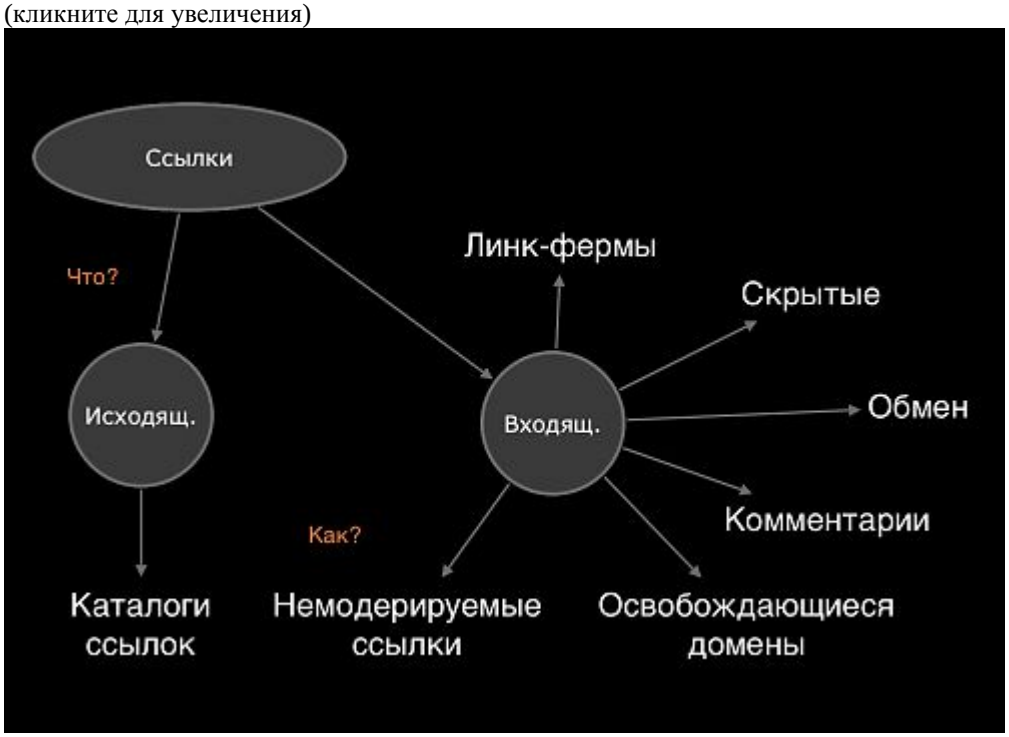
— **Свалка**. Когда страница завалена множеством разных ключевых слов, чтобы повысить вероятность захода на неё хотя бы по ряду низкочастотных запросов.

— **Вплетение**. Когда берутся цитаты с других источников (например, новостных) и в них вплетается нужная ключевая фраза (или несколько).

— **Смешивание**. Когда контент агрегируется из различных источников в надежде синтезировать что-то уникальное.

Среди ссылочного поискового спама также имеется большое разнообразие:

(кликните для увеличения)



Здесь предлагается анализировать не только входящие ссылки, но и исходящие, где к спаму относят каталоги ссылок (часто нетематические). Что касается входящих, то это:

— **Линк-фермы**. Специально созданные сайты для размещения на них ссылок. Часто это сеть сателлитов, сплогов или специальные ссылочные системы.

— **Скрытые ссылки**. Ссылки на сайте-доноре либо скрыты в коде, либо имеют цвет фона, чтобы их не видели посетители (или сам владелец сайта, если ресурс был взломан).

— **Обмен ссылками**. Участие в системах по обмену ссылками. Также сюда относится обмен со своими же ресурсами (сателлитами).

— **Ссылки из комментариев**. Уже в 2005 году понимали малозначимость ссылок из комментариев. Особенно, если они имели такой вид: “У вас хороший сайт. Загляните также на мой про <a>казино”.

— **Ссылки с/на освобождающиеся домены**. Чаще всего освобождающиеся домены с имеющейся ссылочной массой покупают именно с целью манипулирования выдачей.

— **Немодерируемые ссылки**. Все типы ссылок, которые не проходят модерацию. Сюда относятся и гостевые книги, доски объявлений, а также ряд других сайтов (каталогов).

Помимо ссылочного и текстового спама в классификации выделены другие общеизвестные типы, такие как клоакинг, редирект (дорвеи) и скрытый контент.

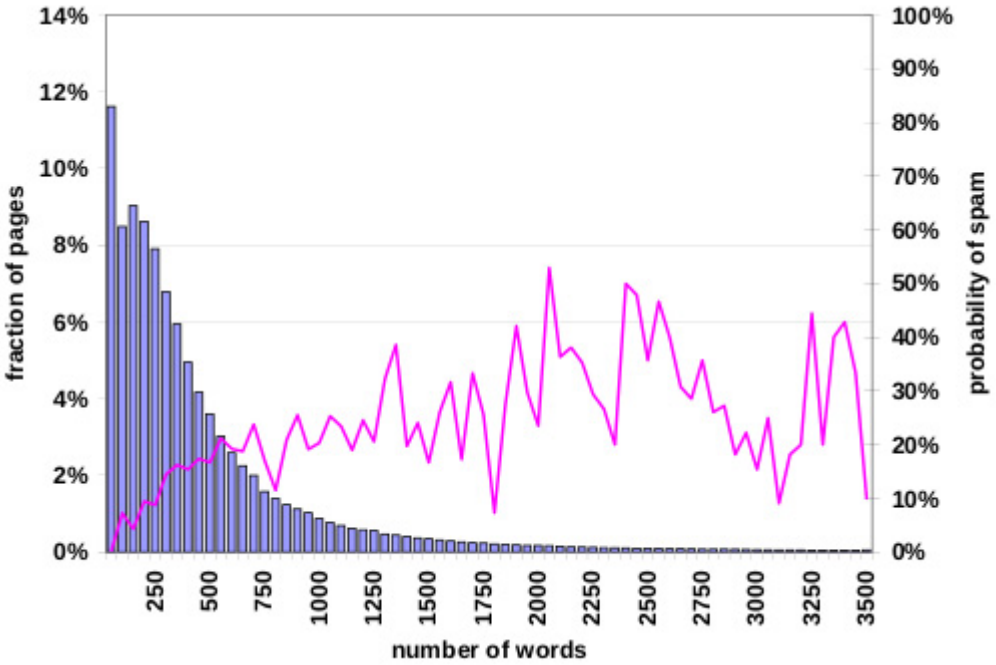
Методы обнаружения

На основе приведенной выше классификации поискового спама было разработано множество методов его определения, разработаны различные SpamRank, Anti-Trust Rank и другие Spam-ранки.

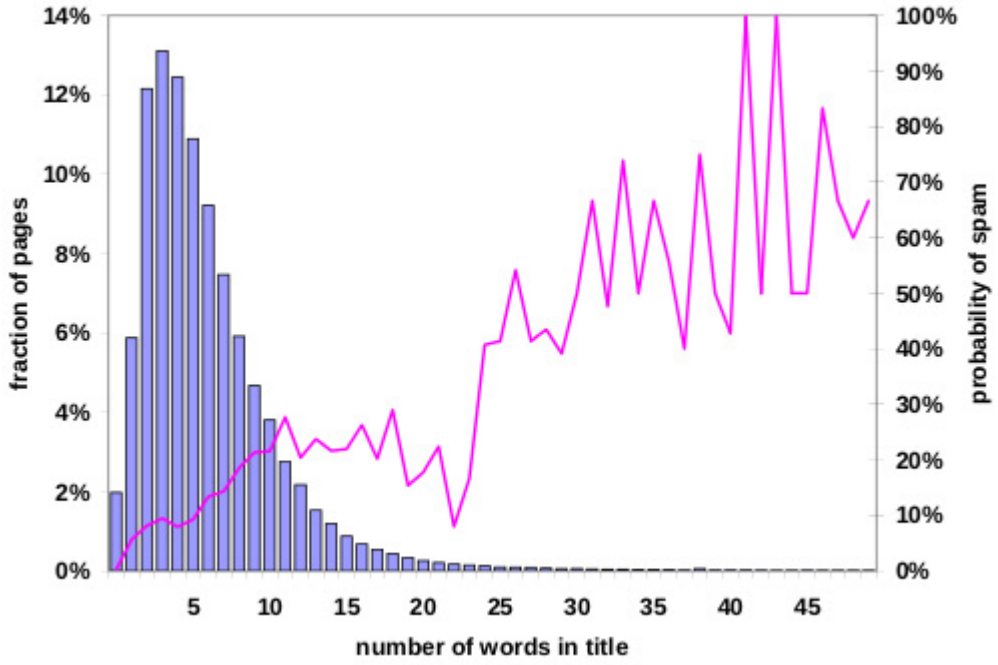
1. Антиспам контента

Один из методов определения контентного поискового спама это статистический анализ различных его информационных составляющих. В одном из документов специалисты из Microsoft показывают явные зависимости спамности контента от количества используемых слов, средней их длины, сжимаемости текста, используемых водянистых слов и других параметров.

Например, ниже показано распределение страниц в зависимости от количества используемых слов, а также красной линией вероятность спама в зависимости от того же числа слов на странице.

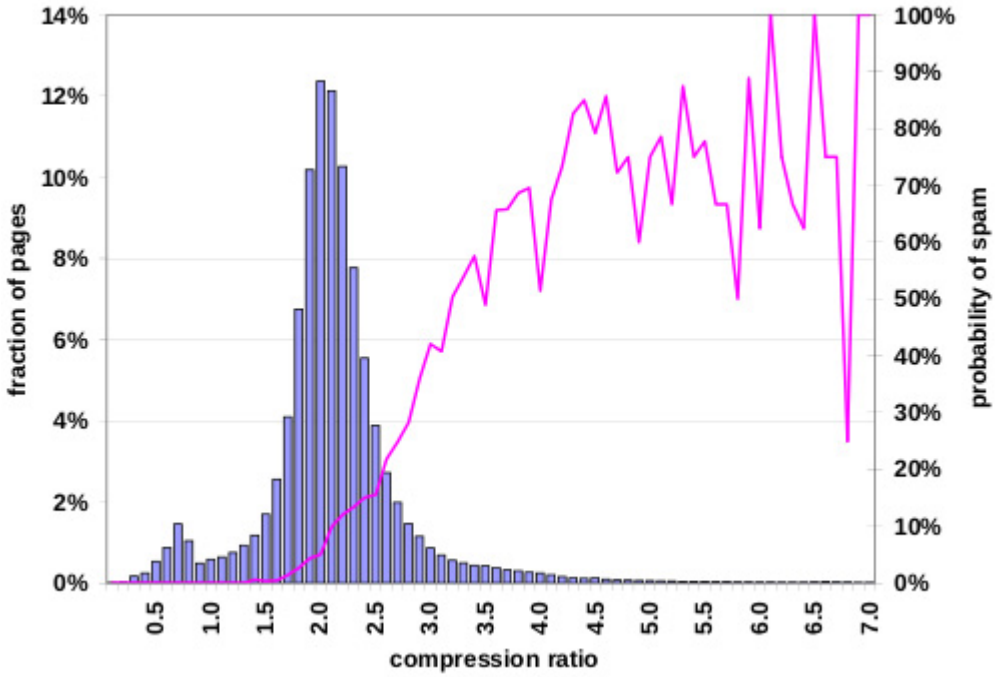


Здесь четко видно, что страницы с количеством слов больше 500-600 явно выделяются из общей массы и вероятность спама в них больше, чем для остальных. На следующем рисунке та же зависимость, только по заголовку TITLE.



Заголовки длиннее 10-15 слов встречаются в сети достаточно редко и чем длиннее заголовок, тем больше вероятность попадания документа в спам-зону.

Ещё интересна зависимость спамности контента от его способности к сжатию (архивации).



Спамный контент часто хорошо сжимается. И так далее… Смотрите другие интересные зависимости в приведенном выше документе.

Для определения текстового поискового спама используются и другие техники. Читайте, например:

Анализ разнообразия тематической структуры текста (224 Кб) — труды специалиста из МГУ, где описаны методы обнаружения массово порождаемых неестественных текстов на основе анализа разнообразия тематической структуры текста (поиск шаблонности).

2. Ссылочный антиспам

Из-за большого разнообразия ссылочного поискового спама также существует большое разнообразие методов его идентификации. Например, Anti-Trust Rank (по аналогии с TrustRank) по начальной выборке заведомо спамных сайтов находит аналогичные ресурсы. SpamRank меряет количество незаслуженного PageRank с помощью анализа обратных ссылок. Другие алгоритмы позволяют определять линк-фармы, сетки сайтов, обменивающихся ссылками, и другие спам-техники. Ниже приведены некоторые из полезных для прочтения документов на эту тему.

Анализ качества контента и ссылок для антиспама (148 Кб)
(Университет в Пекине, Китай).

Поиск ссылочных шаблонов для борьбы с вебспамом (237 Кб)
(Венгерская Академия Наук).

Рейтинг Дирихле (238 Кб)
(Университет Иллинойс в Урбана-Шампейне).

Ссылочные альянсы (485 Кб)
(Стэнфордский университет).

R-SpamRank: Определение спама с помощью анализа ссылок (97 Кб)
(Университет Цинхуа, Китай).

Исключение влияния ссылочного плагиата при ранжировании (104 Кб)
(Университет Лехай, США).

Использование латентных графов с положительными и отрицательными ссылками для устранения спама в информационном поиске (211 Кб)
(Калифорнийских технологический институт).

Заключение

Как пишут сами представители поисковых систем, для определения спама идет попытка идентифицировать не только используемые техники, но и мотивы. Например, скрытие контента не говорит ничего само по себе, так как контент может скрываться с целью улучшения юзабилити сайта и данный метод использоваться не для манипулирования выдачей, а для удобства пользователя.

Несмотря на всю сложность определения поискового спама, на данный момент существует достаточное количество методов и большие обучающие выборки. Но здесь возникает вопрос: не расширилась ли классификация поискового спама, относится ли покупка ссылок к спамным техникам?

Скорей всего с **2005 года** классификация расширилась и к текстовому поисковому спаму может относится также количество страниц в дополнительном индексе (наличие большого количества дублей и шаблонных страниц на сайте), что наблюдается одной из причин попадания сайтов под антиспам-фильтр “Пингвин” в Google (исходя из проведенного *эксперимента*).

Также, покупка ссылок является спамной техникой, но не сам факт покупки, а наличие в этих ссылках продвигаемых ключевых фраз. Ещё в прошлом году на CyberMarketing 2011 и на Optimization.by **Кирилл Николаев** (руководитель группы отдела вебпоиска Яндекс) *выступал с докладом*, где упоминалось о неучете ряда ссылок для сайтов (иногда до 90% ссылочной массы просто игнорируется). То же самое мы наблюдаем в антиспам-алгоритме “Пингвин” от Google, где явно видно отсечение влияния прямых вхождений ключевых запросов в анкорах входящих ссылок, если они занимают первое место в анкор-листе.

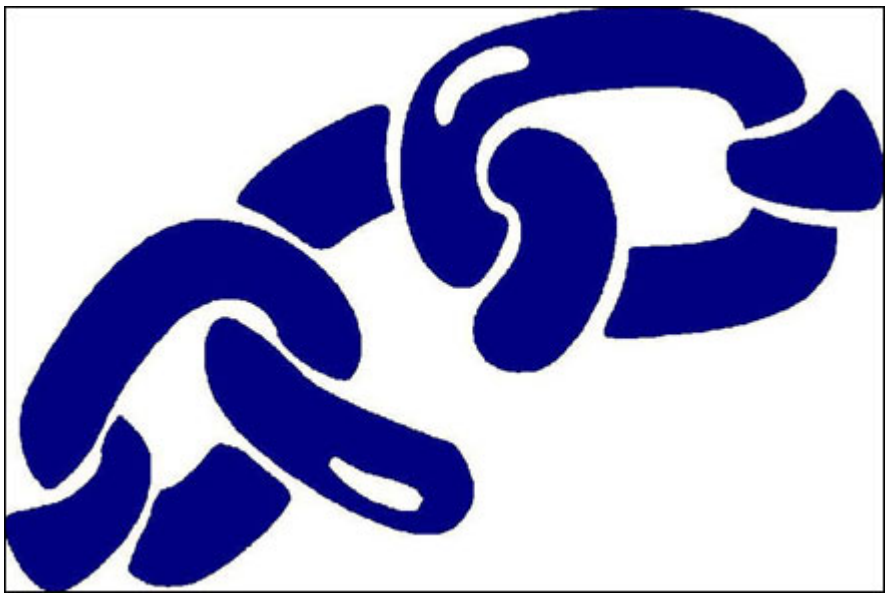
Если несколько лет назад поисковики не могли отключить влияние всех продажных ссылок из-за малого количества игроков в определенных тематиках, то к этому времени коммерческих сайтов появилось достаточно много и есть из кого выбрать ТОП, поэтому, ссылки начали играть меньшую роль, и больше уделяется внимание ценности ресурса и его юзабилити.

Целью данной статьи не было найти современные способы продвижения сайтов, а лишь описать поисковый спам, показать серьезность проблемы для поисковиков и какие они используют подходы для её решения. На основе этих данных, надеюсь, читатель увидит тенденции и будет прилагать дальнейшие усилия по продвижению сайта в перспективное русло!

Часть III/10. Непот фильтр: особенности и методы определения

Автор: Сергей Сосновский

В этой статье *словаря* я хотел бы поговорить о **непоте** – еще об одном фильтре *поисковых систем*. Какими особенностями он обладает, как определить его наличие на том или ином сайте. Все это будет довольно подробно разобрано в данной записи.



Как и в случае *фильтра АГС*, все карты и 100% точная информация находится в руках поисковиков (в частности яндекса, так как именно на его примере будет разбираться работа фильтра). В общем случае непот – это фильтр, который занижает до нуля вес исходящих ссылок.

Особенности фильтра

Как известно, входящие ссылки на сайт достаточно сильно влияют на его ранжирование в поисковых системах. Каждая проиндексированная ссылка передает какое-то количество веса веб-проекту, на который она ссылается. Непот-фильтр занижает до нуля этот вес. Другими словами, теперь сайт, на который наложены санкции **не передает вес по ссылкам** на другие проекты.

В непоте оказываются документы, то есть отдельные страницы. Хотя может быть, что и весь ресурс будет находится под этим фильтром. Иногда складывается такая ситуация, что с одной страницы вес от ссылки передается, а уже с другой нет.

Выше я написал, что на сайт накладываются санкции. А так ли это на самом деле? Если веб-ресурс оказывается под непотом, то **конкретно на нем это никак не отражается**. Он не теряет позиции в поисковых системах, не теряет количество проиндексированных страниц и так далее, то есть продолжает жить своей жизнью. Тут обратная сторона медали. Проблемы получают проекты, на которые ссылается занепоченный сайт. Ссылка размещена, а толку от нее нет.

Фильтр непот, несмотря на то, что был создан еще в конце 20 века на западе, в России активизировался с бурным развитием ссылочных бирж типа sape.

Почему мой сайт попал под непот?

В первую очередь фильтр борется с ссылками, которые поставлены не из-за целесообразности и полезности, а из-за какой-то выгоды: нетематический обмен ссылками, их продажа и так далее. В связи с этим алгоритмы поисковых систем стараются вычислить документы, на которых они размещены и не учитывать их при ранжировании. Если на практике ручной даже нетематический обмен (конечно, небольшими объемами), не приводит к наложению непота, то продажа ссылок в автоматических системах (например, в той же sape), увеличивает эту вероятность. Если вы долго продаете ссылки и вас не тронул АГС, то проверьте свой сайт на этот фильтр. Большая вероятность того, что он там находится.

Как определить, что сайт под непотом?

Точной схемы определения не существует, но большую вероятность дают следующие шаги.

1) Имеется 2 страницы разных сайтов, которые проиндексированы в яндексе. Можно взять и без индекса, но тогда в конце *эксперимента* они точно должны там оказаться.

2) На сайте, который необходимо проверить на непот, размещается ссылка с уникальным анкором, например, что-то неопределенного вида “jhkljjswe” или нового слова “кардиблестность”.

3) Далее необходимо подождать, чтобы ссылка проиндексировалась (от 1 недели до месяца).

4) Если при *поисковом запросе* в яндексе по этому уникальному анкору выдается только сайт, на котором размещена ссылка, то это говорит о том, что этот ресурс под непотом.

Здесь не надо забывать, что 2 страницы должны быть проиндексированы в поисковой системе и должна быть уверенность, что размещаемая ссылка также в индексе.

Как выйти из под фильтра?

Непот – скорее всего, автоматический фильтр. Сайт автоматически под него попадает, также автоматически он и снимается. Если ваш проект продает ссылки, то уберите их и подождите некоторое время. Возможно, он снимется сам.

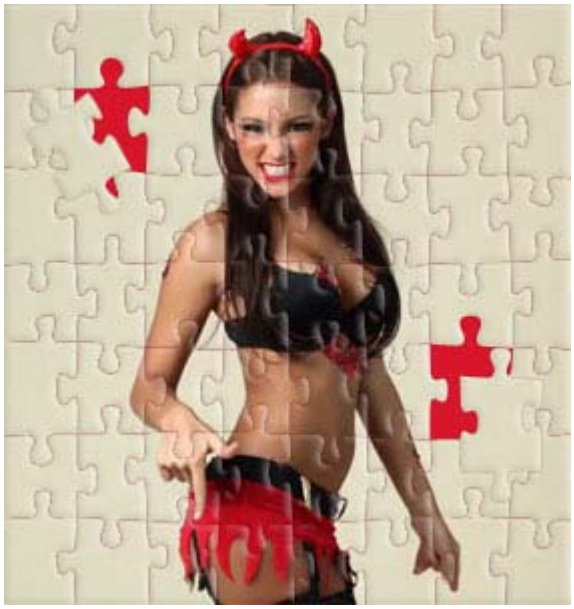
Кстати проверку на наличие сайта в непоте делает биржа размещения статей навсегда *miralinks*. Это не обязательно, но желательное требование к ресурсам, которые находятся в их каталоге.

Если делать вывод, то можно сказать, что фильтр для сайта, на которого он наложен безвреден. Он приносит некоторые проблемы проектам, которые купили (приобрели, разместили) ссылки на нем.

Часть III/11. Как создать ГС и попасть под АГС?

Автор: Александр Карташев

Сегодняшней записью я открываю новую рубрику на блоге — «Вредные советы». Здесь я будут писать самые наивреднейшие советы, следуя которым вы растопчите в пух и прах работу десятков сеошников, сделаете блог непосещаемым, да и в конце концов, просто просто убьете свой блог. Ну а если им не следовать… делайте выводы сами…



Начну с самого ужасного, что может случиться с рабочим сайтом — вылет его из индекса самой крупной русской поисковой системы Яндекс. За выполнение этого процесса в автоматическом режиме отвечает фильтр АГС Яндекса — специальный алгоритм, который по нескольким факторам отделяет хорошие сайты от плохих (сайт ГС) и исключает страницы последних из поисковой выдачи. АГС собственно и расшифровывается как АнтиГумноСайт. Если вы хотите насладиться всей мощью этого фильтра, чтобы ваш сайт никогда и никто не мог найти через поиск, то следуйте правилам ниже.

Как сделать ГС сайт?

1. Используйте на сайте повсеместно используемый некрасивый и тяжелый для зрительного восприятия шаблон WordPress. Современные поисковые роботы умеют отлично различать несочетаемые цвета и шрифты, поэтому нечитаемый сайт — залог «успеха». Множеством подобных шедевров забито большинство архивов с шаблонами. Главное, чтобы он был как можно более корявый и использовался как можно на большем числе блогов.

2. Разместите свой блог на самом тупом и медленном хостинге, сервер которого находится где-нибудь в Мумба-Юмба. Чем дольше время загрузки, тем хуже.

3. Установите на сайте все известные вам плагины WordPress и обязательно их все активируйте. Это еще больше замедлит его работу!

4. Наполните сайт неуникальными текстами, сдернутыми с других более популярных сайтов. Для этого даже не обязательно тратиться на биржу контента — просто находите статью по любой теме и размещаете. Копипаст — гарантия отличного ГС сайта.

5. При этом еще желательно, чтобы статья была не более 1000 — 1500 символов с пробелами или без, на ваш вкус.

6. Еще к этому можно прибавить, что для увеличения эффекта статьи могут быть из совершенно разных тем. Сделайте сайт «все обо всем» — это же круто писать обо всем и ни о чем одновременно!

7. Обязательно сразу начните продавать с сайта ссылки. Причем, опять же, нетематические. Заведите аккаунт в бирже ссылок Sape и разрешите добавлять по 10-20 ссылок на страницу. Да и вообще, на размещении рекламы можно не скупиться — используйте все описанные на этом блоге способы. Отличный вариант — повесить кучу разномастных баннеров — в шапке, подвали, сайдбарах, внутри статей и везде, где только можно.

8. Да, когда я говорил о плагинах, забыл сказать об одном исключении — не ставьте такие, которые бы закрывали ссылки от индексации. Все они должны читаться роботами.

9. Не используйте ЧПУ и никогда не скрывайте дубли страниц в robots.txt — пусть одна и та же страница у вас выглядит как вася.html и index.php?id=3.

10. По максимуму задействуйте все известные способы SEO оптимизации — ключевые слова через слово и во всех заголовках прямым вхождением. И для надежности еще мелким невидимым текстом в низу страницы.

11. Ошибка 404. Если на вашем сайте куча ссылок на страницы, которых реально нет, или в индексе поисковика множество страниц, которые вы уже удалили, то это еще один удар по блогу. Своевременно убирайте ссылки на страницы, которых нет, в том числе и в таких инструментах, как Вебмастер Яндекс и Гугл, а также обновляйте sitemap.xml

12. Разместите заманивающие всплывающие окна — попандеры, а также настройте редиректы на другие сайты при клике на какие-либо ссылки или при уходе со страницы. Это бесит не только поисковиков, но и реально действует на нервы посетителям!

Подводя итог, можно смело сказать, что главное для гс сайта — плагиат во всем!

В принципе, этих простых правил, думаю, будет вполне достаточно для того, чтобы получился наиужаснейший ГС сайт и АГС Яндекса упрятал его глубоко и надолго. Следуйте им, если хотите навлечь на себя кару «великого и ужасного»!

Часть III/12. Что делать с сайтом под АГС?

Автор: Сергей Сосновский

Всем привет! Недавно на почту мне пришло письмо с довольно интересной ситуацией, которую я хотел бы разобрать в этом посте, опубликовать свои доводы, а также увидеть ваши идеи и мысли. Сюжет разворачивается вокруг 2-х сайтов одинаковой тематики, один из которых под фильтром Яндекса – *АГС*.

Хотя лучше я опубликую сам текст письма:

Привет, Серега! У меня неоднозначная ситуация. Прошу совета или хотя бы просто выскажи свое мнение. Есть 2 сайта – *****.ru и *******.ru. Они одной тематики. Хотя это ты и сам мог заметить))).

1) *****.ru
Посещаемость – около 6000 уников ежедневно.
ТИЦ – 100. За последние полгода примерно стабилен.
Домену более 4 лет.
С этим сайтом все неплохо. Также индексация нормальная.

2) *******.ru
Посещаемость – около 1000 уников ежедневно.
ТИЦ – 50. За последние полгода примерно стабилен.
Домену 2 года.
Главная проблема – АГС. До фильтра было 3-4 тысячи посетителей в сутки.

На второй сайт весь трафик идет с гугла. Постепенно падает. Под АГС он попал больше года назад. На нем я относительно активно продавал вечные ссылки. В этом и вижу причину попадания под фильтр. Писал сначала Платонам, но получал шаблонные ответы. Руки стали опускаться и постепенно начал забывать про него. С того времени не обновлял. Но недавно решил снова заняться разбором ситуации. Зачем пропадать такому добру)))) . Нужно с ним что-то делать. Только вот что?

Сначала был создан первый сайт. Мне нравилось им заниматься. Потом создал еще один по такой же тематике. На них писались, как я думаю, интересный контент, уникальный. Если нужно разместить было ссылку, то она была контекстной, в основном, в тематическом (ссылке и сайту) материале. Раньше был

интерес заниматься двумя. Сейчас же смысла особого не вижу вести 2 проекта практически одинаковых по тематике, но и просто пустить в свободное плавание не хочется. ТИЦ все-таки есть, посещаемость. Было много вложено сил и денег в контент, оформление, вечные ссылки в miralinks и gogetlinks. Что бы ты посоветовал сделать? Какие есть варианты вообще?

С уважением, Вадим.

То, что сайт попал под АГС из-за продажи ссылок довольно часто встречаемая ситуация. Только если раньше под АГС попадали проекты, которые торговали автоматическими ссылками в биржах подобных sape, то сейчас Яндекс может наградить данным фильтром площадку, которая продает вечные ссылки.

Что делать с сайтом под АГС? Что можно предпринять в данной ситуации? Об этом ниже.

1. Ничего не делать

Самый легкий вариант – это ничего не делать . Зачастую под этот фильтр Яндекса попадают и(или) молодые сайты, и(или) некачественные, и(или) так далее. В большинстве случаев их из под фильтра не вывести или это будет очень сложно сделать. Я только один раз вывел ресурс из под АГС. Ничего интересного в этом нет. Это забирает много времени и нервов. Не во всех случаях целесообразно заниматься данным мероприятием.

Можно *повесить Google Adsense*, тизерки, и пассивно монетизировать проект. Больших денег это не принесет, доходы будут, скорее всего, нисходящими, но, по крайней мере, сайт не будет забирать время у его владельца. Можно заняться развитием или созданием других ресурсов.

Данный вариант, несмотря на то, что имеет право на жизнь, не подходит автору письма. Идем дальше.

2. Развивать и снять фильтр

Если это не среднего (низкого) качества сайт, а ваш флагман, то просто “забить” на него не получится. Нужно возвращать его к полноценной жизни в Яндексе. Вопроса выхода из под АГС я касаться не буду, так как это тема для отдельного поста. Общая схема сводится к тому, чтобы убрать возможные причины попадания под этот фильтр, произвести внутренние работы над площадкой (например, создание новых уникальных сервисов, контента, изменение структуры и так далее), а также вести долгую и нудную переписку со службой поддержки Яндекса.

Если же ваш проект случайно попал под эту санкцию, то процесс выхода может упроститься и ускориться. К сожалению, это редко происходит. Данный пункт также советуют и представители Яндекса. Но, несмотря на всю его правильность, в итоге сайт все равно может и не выйти из под АГС. Силы, время и деньги могут быть потрачены практически впустую (для проектов, которые в основном живут трафиком из поисковых систем).

И этот вариант не подходит автору письма. У него уже нет желания развивать второй ресурс.

3. Перенести проект на новый домен

Я несколько раз просто переносил сайт под АГС на новый домен. Он полностью переиндексировался Яндексом, Гуглом и со временем возвращался на ту же посещаемость, что и ранее. Соответственно, после переноса ресурса на новое доменное имя, я убирал причину попадания под фильтр – снимал ссылки с sape. 2 уточнения: проекты были в основном без обратных ссылок, а также не имели большого возраста.

Что я делал? Регистрировал новый домен. Переносил туда сайт, изменял что надо: базу, некоторые файлы. Ставил 301-редирект и прописывал директиву host, то есть склеивал ресурсы.

Некоторые замечания по данному пункту:

1. Если АГС был наложен не за продажу ссылок, а, например, по большей части за некачественный контент, то велика вероятность, что на новом домене сайт также получит данный фильтр.
2. Не стоит в большей мере рассчитывать на полное возвращение былого траста и посещаемости.
3. Не совсем однозначная ситуация с 301-редиректом и директивой host. С одной стороны, склейка поможет перенести посещаемость на время переиндексации, пузомерки и не даст думать о новом сайте, как о дубле старого. С другой стороны, она может стать связывающим звеном между новым и старым проектами. “Зачем индексировать новый идентичный ресурс, если старый находится под фильтром?” – по логике вещей так могут “подумать” алгоритмы Яндекса. Я считаю, что если на новом сайте уже отсутствует проблема, по которой он попал под АГС, то склейка больше поможет, чем навредит.

Этот пункт – один из вариантов, который может подойти автору письма. Единственное, он не хочет заниматься двумя сразу, а только одним основным.

4. Перенести пузомерки на первый сайт

Можно перенести пузомерки второго ресурса на первый. Два варианта:

- Все той же склейкой (host и 301-редирект со всех страниц второго на главную первого). Сверх роста посещаемости на первом сайте ждать не стоит, но ТИЦ и Page Rank должны перенестись. Также на время перенесется посещаемость с гугла, но она со временем угаснет, так как страницы второго ресурса пропадут из выдачи Google.
- Разослать просьбу всем вебмастерам, которые ставили ссылки на второй проект в gogetlinks и *miralinks* с просьбой поменять их на новый ресурс. Изменение страниц и текстов ссылок уже в зависимости от ситуации. Главный довод, из-за которого вебмастер сможет с охотой поменять URL и анкор, это то, что его сайт будет ссылаться не на ресурс под АГС, а на нормальный проект. Конечно, не все откликнуться, но бОльшую часть ссылок можно перенести на профилирующую площадку. В этом случае посещаемость с гугла пострадает в меньшей степени .

Это еще один вариант для автора письма.

5. Перенос пузомерок и части контента

Если есть уверенность, что АГС был наложен из-за продажных ссылок, а не по большей части из-за контента, то можно перенести не только пузомерки, но и часть материалов. Как, на мой взгляд, это лучше сделать:

а) Вторым вариантом 4-го пункта переносим ссылки со второго проекта на первый. Если все вебмастеры или их существенно бОльшая часть согласится поменять линки, то директиву host можно и не ставить. Если же большинство не откликнется, то поставить директиву host. Это поможет перенести ТИЦ на первый проект.

б) Проверить уникальность всех размещенных материалов на второй площадке в Яндексе. Все те статьи, которые будут уникальны в этой поисковой системе, можно перенести на первый ресурс. Для зеркала рунета это будет новый контент, который с большой вероятностью проиндексируется и будет долгое время держаться в индексе на 1-м сайте.

в) Поставить 301 редирект со всех перенесенных страниц 2-го ресурса на аналогичные на первом. Это позволит перенести посещаемость с гугла, которая приходилась на данные документы, а также не позволит выглядеть копипастом для этой ПС на новой площадке. Дополнительно перенесется и вес ссылок, которые не поменяли вебмастера в miralinks и (или) *gogetlinks*, а также ставили другие владельцы интернет-проектов на эти страницы.

Почему нельзя перенести весь контент? Как известно, многие сайты копируют друг у друга материалы. Так вот, если ваш проект находится под АГС и практически не индексируется Яндексом, то это не

говорит о том, что копии вашего контента не проиндексированы этой поисковой системой на других ресурсах. Если вы их перенесете на другой, то для зеркала рунета они будут расцениваться как копипаст.

Считаю, что для автора письма этот пункт является самым оптимальным:

1. Переносится бОльшая часть пузомерок;
2. Переносится часть контента;
3. Переносится часть посещаемости.

Оставшихся посетителей, которые переходят с Google можно пассивно монетизировать, например, через контекстную рекламу или тизерные системы.

Часть III/13. Фильтры Яндекса и Google — за что можно получить пессимизацию new

Автор: Дмитрий KtoNaNovenkogo

Сегодня я хочу поговорить о фильтрах, которые имеют место и в Гугле, и в Яндексе, а так же поделиться собственным примером попадания под один из них.

На самом деле оптимизация сайта под поисковые запросы — это, по большому счету, ходьба по лезвию бритвы. Причем все те действия, что совсем недавно не вызывали у поисковиков никаких нареканий, могут с течением времени стать причиной наложения фильтра или даже попадания в бан. Во второй половине статьи я опишу свою печальную историю об общении с техподдержкой Яндекса на предмет попадания KtoNaNovenkogo.ru под фильтр за переоптимизацию, ну, а пока немного теории.

Пессимизация и фильтры при ранжировании (продвижении)

Все описанное выше было бы очень здорово, если бы у поисковиков не было такой вещи как пессимизация и фильтры, которые способны существенно понижать в выдаче даже высоко релевантные запросу сайты. Для чего нужны поиску эти инструменты?

Ну, очевидно, что для отсева различных вариантов накрутки и переспама описанных чуть выше факторов ранжирования. Те же самые тексты можно так забить ключевыми словами для якобы повышения соответствия поисковому запросу, что на документ будет наложен соответствующий фильтр, позволяющий алгоритму исключить такой документ из индекса или же серьезно понизить его релевантность. Тоже самое относится и к переспаму анкор листов и накрутке поведенческих факторов.

Пессимизация и фильтры (или бан) — это инструменты поисковых машин для борьбы с накрутками и спамом. Они последнее время очень сильно нацелены на то, чтобы бороться с попытками манипуляций с факторами продвижения и попытками улучшения значения формулы релевантности для своего ресурса. Поисковики стараются не допускать и бороться с искусственным воздействием на формулу и все используемые ими **способы пессимизации** можно разделить на две категории:

1. Фильтры, накладываемые еще до начала построения формулы ранжирования для вашего сайта. В этом случае поисковики снижают влияние или полностью обнуляют для вас некоторые факторы, тем самым существенно снижая ваши шансы попадания в Топ выдачи. Например, при активных

попытках манипуляции с входящими ссылками, могут обнулить значение ссылочных динамических факторов (ссылочное или анкорное влияние) для вашего ресурса (не учитывать ссылки вообще).

После наложения такого предварительного фильтра, тем не менее, к вашему ресурсу будут применяться стандартные формулы ранжирования, но за счет нулевого (или пониженного) значения одного из факторов, место вашего сайта в поисковой выдаче будет не соответствовать реальной релевантности документа. Пессимизация во все красе.

2. Есть фильтры, которые накладываются уже после того, как для сайта будет рассчитана формула. Но вследствие наложения фильтров рассчитанная релевантность будет понижена на определенную величину, т.е. от полученного значения для определенного документа вычитается некий штраф. К данному типу фильтров можно отнести так называемый «портяночный фильтр» Яндекса, который за переспам ключевых слов в контенте опускал ресурс довольно сильно в результатах поиска.

Давайте рассмотрим несколько примеров, показывающих, за что могут быть наложены фильтры (пессимизация):

1. **Аффилированность** сайтов — иногда оптимизаторы (или владельцы бизнеса) идут на то, чтобы захватить как можно больше мест в Топе поисковой выдачи и тем самым перехватить как можно больше целевых посетителей (потенциальных клиентов). Сделать это не так то просто, т.к. в результатах поиска обычно отображается только один документ с каждого ресурса (наиболее релевантный запросу). Но выход есть.

   Создается еще один или несколько ресурсов помимо основного и их тоже начинают усилено продвигать по тем же поисковым запросам. В результате, в Топе результатов поиска может присутствовать несколько сайтов одного и того же владельца (фирмы). Поисковикам такая ситуация не нравится и при обнаружении такой попытки повлиять на ранжирование, они накладывают фильтр за аффилированность, в результате действия которого в выдаче остается только один ресурс, а остальные начинают считаться его зеркалом.

   Что примечательно, этот фильтр работает не всегда корректно и именно благодаря ему появился способ борьбы с конкурентами, который позволяет убедить поиск в том, что ваш сайт аффилирован с ресурсом вашего конкурента, но поиск предпочтет, в силу ряда причин, оставить в выдаче именно ваш ресурс, выкинув конкурента не только из Топа, но и вообще из результатов поиска по данному запросу.

2. Фильтр на одинаковые *сниппеты* — если у нескольких сайтов в результатах поиска по определенному запросу будут до некоторой степени одинаковые сниппеты, то будет показываться только один из них. Причем, не факт, что останется более релевантный документ.

   Наверное, данный фильтр наиболее актуален для интернет магазинов, которые зачастую имеют одинаковые описания товаров (а они могут использоваться в качестве сниппета) взятые с ресурсов производителей.

3. Фильтры за качество контента
   1. Портяночный фильтр — переоптимизированные тексты, где чрезмерно высоко количество употреблений *ключевых слов*. Этот фильтр зависит от конкретных запросов (в основном применяется к коммерческим) и на его наложение или неналожение может повлиять авторитетность ресурса.

      Например, в случае коммерческого запроса и пятидесяти вхождений ключа в тексте документа, вы гарантированно попадаете под портяночный фильтр и релевантность вашего документа уменьшится на величину штрафа (кстати, очень большого, способного отбросить ресурс за первую сотню в выдаче).

Для того, чтобы исключить наложение портяночного фильтра, достаточно будет:

1. избегать многократного употребления ключевых слов (не более пяти десятков в документе, а лучше половину от этой цифры)
2. не допускать концентрации ключей в конце текста (фильтр был направлен именно на Seo тексты, где все ключи собирались в самом конце текста, до которого никто из посетителей не доходил)
3. не допускать высокой концентрации ключевых слов в отдельных фрагментах текста, т.е. распределять их как можно равномернее

2. Фильтр за переоптимизацию — направлен против манипулирования текстовыми факторами ранжирования и попытки оказать влияние на релевантность документа. Отличается от портяночного тем, что штраф накладывается не за количество употреблений ключевых слов в тексте.

   Данный фильтр применяется практически исключительно для коммерческой выдачи и не привязывается к конкретному поисковому запросу, т.о. если он накладывается на документ, то веб страница понижается по всем запросам, по которым она продвигалась. Причем, штраф (пессимизация) при наложении этого фильтра будет меньше, чем при наложении портяночного (пару десятков позиций, т.е. просто **выкидывается сайт из топа**)

4. Фильтры за вторичность (*использование копипаста*) контента
5. Фильтры за качество входящих ссылок
   1. Ссылочный взрыв — данный фильтр налагается тогда, когда резко увеличивается ссылочная масса ведущая на сайт. Он присутствует и в Яндексе, и в Google, причем в Гугле пессимизация за ссылочный взрыв для молодых ресурсов даже более актуальна. Поэтому, если ресурс вообще еще не обладает ссылочной массой, следует ограничиться приростом бэклинков, скажем, не более десяти в неделю.
   2. Большое количество ссылок с плохих и ненадежных, с точки зрения поисковых систем, ресурсов может привести к проблемам с ранжированием (наложению фильтра). К вопросу о пользе автоматического прогона по десяткам тысяч ГС каталогов — несколько ссылок пойдут в плюс вашему сайту, а вот остальные могут утянуть его под фильтр за некачественную ссылочную массу и, как следствие, понижение в выдаче (пессимизация).
   3. Покупные Seo ссылки — поисковики умеют определять покупные бэклинки с большой долей вероятности, но коммерческие ссылки не всегда есть зло с точки зрения поиска, ибо зачастую проставляются они с качественных и авторитетных ресурсов. Покупные линки по коммерческим запросам могут положительно влиять на ранжирование и увеличивать релевантность документа.

      Другое дело, когда вы попытаетесь продвигать информационные запросы при помощи закупки ссылочной массы, то это будет просто пустая трата денег и времени. Получается своеобразный запросозависимый ссылочный фильтр.

   4. Участие в линкаторах (автоматических биржах по обмену ссылками) тоже может привести к наложению фильтра и, как следствие, к понижения в выдаче.

Повышая релевантность можно попасть под фильтр

Вот именно о тех неправедных способах повышения соответствия страниц своего сайта требованиям поисковиков, которые могут привести к совершенно обратному эффекту (сильному понижению позиций в поисковой выдачи — наложению фильтра, пессимизации или бану), мы и поговорим в этой статье.

Причем, ничего выдумывать сам я не буду, да и не зачем это делать. Ведь поисковики обязаны прикрыться фанеркой и подробно описать все запрещенные и караемые способы повышения релевантности и воздействия на ранжирование.

В общем, спросим у первоисточника — за что можно получить в лоб, а что можно применять без особой опаски для небольшой корректировки и улучшения позиций сайта в выдаче. Давайте спросим о сокровенном у Яндекса (поддержим отечественного производителя), ибо он все же является лидером в России. Итак, **интервью у хелпа Яндекса** по поводу допустимых и недопустимых способов улучшения ранжирования.

Хотя, нет. Сначала напомню вам те способы легитимного воздействия на релевантность, о которых я уже неоднократно говорил. Кроме уже упомянутой чуть выше оптимизации текстов под нужные поисковые запросы, наверное, прежде всего стоит сообщить поисковикам о существовании своего веб проекта — *добавить Url своего сайта в аддурилку Яндекса* и др. поисковых систем.

На ранжирование очень сильно влияет такое понятие, как *траст*, а поднять его можно обратными ссылками с трастовых ресурсов. Поэтому было бы не плохо попытаться *добавить сайт в Трастовый каталог, Яндекс каталог, Dmoz* и другие трастовые и авторитетные каталоги

Ну, это так, для общего сведения, а сейчас, наверное, пора переходить к перечислению запретных способов манипуляции релевантностью веб документов, в частности, Яндекса. Дело в том, что поисковые системы могут не только повышать или понижать уровень соответствия страниц наших сайтов запросам поиска, но и могут применять санкции и вносить их в черные списки, в случае, если они посчитают, что мы их пытаемся обмануть (описанные выше фильтры и баны).

В лицензии поиска такие моменты очень подробно описаны, чтобы к ним не было по этому поводу никаких претензий. Например, в *лицензии на использование поисковой системы Яндекса* довольно подробно описано про ранжирование:

3.4. Упорядочивание результатов, как часть процесса индексирования и поиска, происходит полностью автоматически в соответствии с установленными критериями релевантности, которые могут меняться для повышения качества по нашему усмотрению.

Ни по каким ключевым словам Яндекс не манипулирует позициями сайтов (страниц), никогда и никому их не продает и не гарантирует их неизменность.

Яндекс понимает релевантность как наилучшее соответствие интересам пользователей, ищущих информацию, что может в общем случае не совпадать с интересами авторов сайтов.

3.5. «Поисковый спам» — это попытки обмана поисковой системы и манипулирования ее результатами с целью завышения позиции сайтов (страниц) в результатах поиска. Сайты, использующие «поисковый спам», могут быть понижены при ранжировании или исключены из поиска Яндекса из-за невозможности их корректного ранжирования.

Мы не комментируем исключение сайтов из поиска и/или изменение их позиции, не предуведомляем о них и не даем никаких гарантий и сроков на повторное их включение в поиск.

Мы также не сообщаем исчерпывающий список методов спама, которые могут вызвать исключение сайта из поиска и/или изменение их позиции. Тем не менее, мы изложили наши взгляды на качественную и некачественную информацию в следующем документе: «Чем отличается качественный сайт от некачественного с точки зрения Яндекса?»

KtoNaNovenkogo.ru

В первом абзаце лицензии говорится, что оно осуществляется, как и следовало ожидать, на основе определения релевантности страницы поисковому запросу, но делается акцент на то, что она определяется не предвзято с помощью программы, причем, настройки этой программы могут постоянно меняться и, следовательно, ваш ресурс может совершенно спокойно **скакать в выдаче** с одного места на другое по мере изменения алгоритмов и ничего вы с этим поделать не сможете.

В третьем абзаце пункта 3.4 Яндекс как раз говорит о том, что для него и любой другой поисковой системы **главное это интересы пользователя**, а не авторов веб проектов (по которым осуществляется поиск), чтобы сразу же в корне пресечь все попытки вебмастеров апеллировать к Яндексу с вопросами о не справедливом и не правильном расчете релевантности по тому или иному запросу (мой ресурс такой хороший, а вы его в конец очереди...).

В первом предложении пункта 3.5 как раз описано то, чем занимаются все SEO оптимизаторы (как начинающие, так и продвинутые) — обманом и спамом (искусственное завышение релевантности страниц для улучшения позиций). При этом Яндекс грозит нам фильтрами (ухудшением позиций — пессимизация сайта), либо вообще баном (полным исключением ресурса из индекса и, соответственно, поиска).

Во втором абзаце этого пункта лицензии написано, что о факте понижения в ранжировании (наложении фильтра или забанивания) вам никто специально не сообщит и возможностей выхода из под фильтра вам никто не гарантирует.

Хотя, на самом деле, при корректном общение с «Платоном Щукиным» (так обычно подписываются операторы службы поддержки Яндекса) можно будет выяснить и причину понижения в выдаче, и решить проблему с выходом из под фильтра (полностью банят ресурс сейчас крайне редко). Правда, нервов и времени уйдет на это предостаточно.

Далее Яндекс говорит, что не обязан отчитываться за что именно вас забанили или понизили в выдаче, тем более, что со временем могут появляться все новые и новые методы спама, за которые можно будет угодить под фильтр. Но зато он приводит ссылку на весьма полезный документ — *Чем отличается качественный сайт от некачественного с точки зрения Яндекса*, который следует изучить со всем тщанием. Давайте вкратце пробежимся по его ключевым моментам, чтобы понимать чего не следует ни в коем случае делать в погоне за повышением релевантности.

В разделе «Основные принципы» говорится о том, какие ресурсы он хотел бы видеть в своем индексе. Тут нас «агитируют за советскую власть» — советуют использовать только оригинальный контент, продумывать *юзабилити*, не проставлять ссылки на страницах своего проекта за деньги, а так же думать прежде всего о посетителях (т.е. создавать нужно именно СДЛ) и не пытаться продвигаться по тем поисковым запросам, по которым на страницах нашего ресурса не будет исчерпывающей информации. В общем-то, справедливо, но...

Наверное, это все интересно, но гораздо интереснее то, что написано в разделе «Примеры к принципам» после слов «Мы стараемся не индексировать или не ранжировать высоко».

Примеры к принципам
Если в этом разделе не описан какой-то прием, помогающий искусственно повлиять на ранжирование сайта в Яндексе, это не значит, что мы его приветствуем. Следуйте здравому смыслу и духу описанных выше принципов.

Мы стараемся не индексировать или не ранжировать высоко:

KtoNaNovenkogo.ru

В первом пункте Яндекс предупреждает, что за не уникальный (скопированный) контент ресурс может быть пессимизирован.

- сайты, копирующие или переписывающие информацию с других ресурсов и не создающие оригинального контента,

Наверное, небольшой процент не уникального контента не приведет к печальным последствиям, но при переходе определенной грани можно попасть под фильтр и сильно потерять в позициях в выдаче, несмотря на то, что релевантность страниц вашего сайта будет достаточно высокой.

Следующие два пункта кидают камень в огород так называемых дорвеев или доров.

- страницы и сайты, единственной целью которых является перенаправление пользователя на другой ресурс, автоматически («редирект») или добровольно,
- автоматически сгенерированный (бессмысленный) текст,

Несколько лет назад было довольно популярным занятием создавать дорвеи, тексты страниц которых генерировались автоматически с простановкой нужного количества ключевых слов. Таким образом эти дорвеи попадали в Топ выдачи по нужным ключевым запросам, но пользователи, переходящие на доры из поисковиков, не видели этот автоматически генерированный бредо-текст, т.к. их автоматически перебрасывало на страницы совершенно другого ресурса, продвигаемого таким образом.

Этот способ продвижения относится к так называемому черному SEO. Сейчас двигаться с помощью дорвеев очень сильно затруднено в связи с очень серьезным отношением к этой проблеме поисковых систем. Доры попросту долго не живут и умирают, так и не успев попасть в Топ поисковой выдачи. Однако, их все равно продолжают клепать, дорвеестроители стараются всегда найти лазейку во все еще довольно крупноячеистой сети поисковиков, в которой они отлавливают кандидатов на отправку в бан или под фильтр.

Дальше Яндекс предупреждает, что в ранжировании будут понижаться сайты, имеющие в своем составе каталоги чего угодно, которые не содержат какой-либо уникальной информации.

- 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,

В связи с этим становится ясно, что продвижение с помощью прогона по каталогам, которое было популярно несколько лет назад, сейчас уже не работает в силу нахождения всех этих каталогов под фильтрами Яндекса (они искусственно занижены в ранжировании, несмотря на реальную релевантность их страниц). В общем, не создавайте сами ГС каталоги и не прогоняйте по ним свои ресурсы, ибо это абсолютно бесполезно (если не вредно).

Далее следует уже банальность — в выдаче будут понижены ресурсы с невидимым или слабо видимым текстом (белым по белому и т.п.) и ссылками.

- страницы с невидимым или слабовидимым текстом или ссылками,

Понятно, что если вы чего-то прячете от посетителей (например, портянку текста, напичканную ключевыми словами), то несмотря на высокую релевантность этой страницы продвигаемому запросу, Яндекс все равно не позволит ей высоко подняться в выдаче.

Чуть ниже вы сможете узнать, что даже заключая большой текст с ключами в окошко со скролингом, вы все равно потеряете в позициях за счет попадания под фильтр и последующую пессимизацию (пару лет назад это стало громом среди ясного неба для многих профессиональных сеошников).

- 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,

Затем он предупреждает нас о недопустимости использования еще одного приема продвижения из области черного SEO — **клоакинг**.

- сайты, отдающие разный контент пользователям и роботам поисковых систем («клоакинг»),

При использовании клоакинга сайт программируется таким образом, чтобы определять, кто именно осуществляет запрос данной веб страницы — поисковый робот или же браузер пользователя (сделать это не сложно на основе анализа запроса к веб серверу). Соответственно, боту отдается веб страница релевантная нужному запросу, а реальному пользователю показывается совершенно другое содержимое.

В очередном примере того, чего не нужно делать, чтобы не попасть под фильтр, Яндекс предупреждает о недопустимости создания ресурсов, которые предназначены лишь для того, чтобы «лить трафик» на вебсайт какой-либо партнерской программы.

- сайты, предоставляющие товары или информацию по партнерским программам, но не представляющие никакой ценности для пользователя,

Очень часто этим занимаются в так называемой «фарме». Несмотря на высокую релевантность страниц таких ресурсов они будут серьезно пессимизированы. Хотя, многие на этом живут, с успехом обходят все препоны, которые расставляют поисковики на их пути, и их сайты не попадают под фильтр.

Читая данную «декларацию о намерениях» дальше вы узнаете, что поисковикам не нравятся сайты с вирусами и прочими хитрыми заморочками в настройках серверов, такие ресурсы будут нещадно пессимизироваться невзирая на реальную ценность их страниц для поиска.

- 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 popup, popunder, clickunder),

Равно, кстати, как и ресурсы, использующие агрессивные способы рекламы с всплывающими окнами (popup, popunder, clickunder). Лично я только за расстрел таких ресурсов из оружия крупного калибра, ибо понижение в выдаче для них уж слишком мягкое наказание — бан и никак не меньше. Вот такой вот я злой, ибо до того как стать вебмастером, я был обычным пользователем и потратил много нервов (сдерживался, чтобы не врезать кулаком по монитору) на подобные сверх раздражающие вещи.

Довольно часто раньше встречался на многих сайтах такой вид спама — «нас находили по таким-то поисковым запросам» и далее следовал список этих самых запросов. Веб сервер собирал эту информацию и выкладывал на данной веб странице запросы в чистом виде, тем самым существенно **искусственно повышая релевантность** этой страницы.

- 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,

Вот я раньше попадая на такую страницу очень долго гадал, а чего это меня поисковик на нее привел, когда там нет ответа на мой вопрос (даже намека нет), а только перечисленные фразы, включая ту, которую задавал и я в поисковой строке. Естественно, что такая изгаженная выдача не нравится никому (поисковики теряют на этом лояльных посетителей) и начинают понижать в ранжировании такие ресурсы, загоняя их под фильтры или даже в бан (полное удаление из индекса).

Плагины и расширения, реализующие такой вид спама для увеличения релевантности страницы, можно встретить и сейчас, но упаси вас воспользоваться ими — ни в коем разе, ибо сразу пессимизируют и так понизят в выдаче, что **трафика с поисковиков вообще не будет**.

Но что обидно, иногда под этот фильтр можно попасть за использование совершенно, казалось бы, безобидного «облака тегов», если поисковик сочтет его за такой вид спама и стремление искусственно повысить соответствие страницы запросам поиска.

Далее Яндекс предостерегает нас от создания нескольких ресурсов для одного владельца (аффилированность):

- 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,

Есть такой хитрый способ оккупации всего топа поисковой выдачи за счет создания целой когорты сайтов для одной и той же фирмы, которые делаются на разных доменных именах и наполняются разным контентом, с высокой релевантностью нужным запросам. В результате продвижения их выталкивает в топ выдачи Яндекса и Гугла и, в случае большой удачи, весь Топ 10 может быть заполнен ресурсами одной и той же фирмы.

Для данной фирмы это будет неоспоримая удача, но поисковикам такая ситуация кажется неправильной и они всеми силами и средствами пытаются выявить и понизить в выдаче такие дубликаты (аффилиаты). Обычно аффилиаты палятся (попадают под аффилиат-фильтр) на одинаковых контактных телефонах и других признаках принадлежности одному владельцу, но гораздо чаще **по «стуку» конкурентов**.

Понятно, что поисковикам не интересны спамные форумы и доски объявлений, где любой посетитель может написать все что угодно и поставить любую нужную ему ссылку, и они будут нещадно понижать в ранжировании и фильтровать вплоть до полного исключения из индекса (бана).

- немодерируемые форумы, доски объявлений, содержащие большое количество ссылочного спама,

Яндексу, равно как и другим поисковикам, очень не нравятся ресурсы, продающие ссылки для накачки релевантности других ресурсов. Продажные ссылки портят стройный алгоритм ранжирования, основанный на ссылочном факторе.

- сайты, ставящие внешние ссылки исключительно для обмана поисковых систем и «накачивания» релевантности и не являющиеся рекомендацией автора посетить ресурс,

Однако, основному риску попадания под фильтр или в бан подвергаются ресурсы, устанавливающие скрипты бирж ссылок типа Sape, в то же время, как продавать ссылки через «биржи вечных ссылок», подобные описанным ниже, можно практически безболезненно и ничем не рискуя.

1. **МираЛинкс**
2. **ГоГетЛинкс**
3. **ГетГудЛинкс**
4. **РотаПост**

Довольно часто, особенно несколько лет назад, для продвижения проектов и получения внешних ссылок использовали так называемые «сателлиты», т.е. группа сайтов, которая создается только лишь для продвижения одного или нескольких ресурсов, путем проставления на него ссылок. Такие вещи сильно не нравятся поисковикам, т.к. создается искусственная накрутка релевантности и сетки сателлитов довольно эффективно выявляют и отправляются под фильтр или в бан.

- сайты или группы сайтов, интенсивно ссылающиеся друг на друга («линкфармы»),

Практически на любом ресурсе будет присутствовать внутренний поиск. Он может быть реализован средствами используемого движка, а может быть прикручен с помощью скрипта *поиска по сайту от Яндекса*, либо от *Гугла*. Но в любом случае страницы с результатами поиска по материалам вашего ресурса **не должны попадать в индекс** поисковых систем во избежании наложения фильтра.

- страницы сайта с результатами поиска.

Как это сделать? Ну, у нас всегда есть под рукой очень сильный инструмент по управлению *индексацией сайта — robots.txt*.

Часть III/14. Как выйти из-под фильтров Google?

Автор: Денис Тумилович (CLASSIK)

Любой сайт может рано или поздно оказаться отфильтрованным поисковыми системами, потерять трафик и посещаемость. На самом деле *фильтры поисковых систем* всегда на чеку. И на любое действие всегда есть противодействие, и вы можете минимизировать риск попадания своего сайта под фильтры… Минимизировать этот риск можно только узнав, с чем вам предстоит столкнуться в процессе продвижения вашего ресурса. С какими фильтрами Google и как сделать так, чтобы эти фильтры обошли вас стороной? Читаем дальше…

Google, как одна из самых крупных поисковых систем, оснащена целым спектром фильтрации некачественных сайтов. Следует понимать, что внутренняя оптимизация сайтов должна проводиться крайне осторожно, чтобы потом не задаваться вопросом как выйти из-под фильтров Google. Под эту систему безопасности попадают все вновь созданные сайты, но выйти из-под фильтров Google удается далеко не всем. Создавая сайт и планируя его продвижение, следует уже знать о наличии этой системы фильтров и оптимизировать свой ресурс таким образом, чтобы максимально повысить его позиции в выдаче. А если вы все-таки пересолили с оптимизацией или даже с уникальностью контента и вылетели из индексации, читайте, как выйти из-под фильтров Google..

Прежде всего, оцените, что происходит с вашим сайтом: упал трафик; он больше не занимает верхних позиций; понизилась индексация? Все это действительно означает, что сайт попал под один из фильтров. В таком случае вопрос как выйти из-под фильтров Google становится очень актуальным. Зная, какие подводные камни ожидают оптимизатора при продвижении сайта, можно их избежать.

Фильтр «песочница»

Он ограничивает выдачу страниц новых сайтов по высокочастотным запросам в течение довольно длительного времени, от нескольких месяцев до пары лет. Выйти из-под него можно уникализировав контент, то есть чем полезнее сайт по мнению поисковой системы, тем больше шансов остаться в ТОПе.

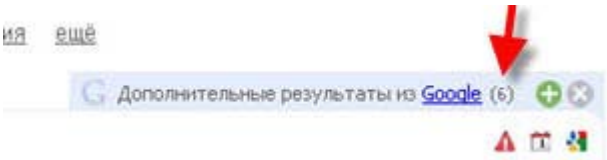
Однако, этот фильтр можно обойти, как бы это странно не звучало. Я встречал такие сайты, которые не попали под этот фильтр. Дело в том, что Google использует трастовую систему рейтинга (trust rank). Смысл этого траста в том, что если ваш сайт новый, но на него уже ссылаются крупные сайты, которым доверяет гугл – вашему сайту тоже будут доверять. Банальным примером является включение вашего сайта в DMOZ – да, я сам в шоке, но это факт. Новенькие сайты часто попадают в каталог, не известно за что. И как только вы туда попали – вы или очень быстро «выйдите из песка» или вообще в него не попадете.

Фильтр «Bombing»

Поисковый робот проверяет анкоры внешних ссылок на странице, поэтому размещать внешние ссылки необходимо только с уникальными анкорами. Как только поисковик Google заметит, что у вас куча ссылок с одинаковыми анкорами – он сразу поймет что вы пытаетесь повлиять на поисковую выдачу путем закупки ссылок. Это чревато выпадением всего сайта из индекса системы и запретом на его повторное добавление.

Поэтому, если вы имеете кучу ссылок с одинаковыми анкорами – лучше начинать их снимать. Причем снимать лучше постепенно.

Фильтр «Дополнительные результаты»



Этот фильтр не остановит страницу, у которой имеется несколько входящих ссылок. Это воспринимается поисковиками как один из показателей полезности сайта для пользователя. Кнопка «дополнительные результаты» находится в самом низу страницы. И пока пользователь не нажмет на неё – он не увидит эти результаты.

Коварный фильтр, не правда ли? Чтобы выбрать из-под этого фильтра – достаточно просмотреть качество вашей SEO-оптимизации этой страницы. Правильно ли проставлены META-теги, уникален ли контент, если все так – может помочь закупка нескольких трастовых ссылок на эту страницу.

Фильтр «Дублирующий контент»

Запрещено дублировать чужой контент, это вы знаете. Любопытно, что ваш уникальный текст, скопированный другими сайтами, тоже может сослужить вам плохую службу и включить вам этот фильтр. Чтобы избежать фильтра «Дублирующий контент», пресекайте попытки копировать ваш контент без прямых ссылок, открытых поисковикам.

Под этот фильтр могут попадать ресурсы, у которых размещается контент, уже созданный ранее, и размещенный на других ресурсах. Такие страницы, как правило, не ценятся поисковиками и не могут попасть на передовые позиции. Более вероятно, что такие страницы вообще не попадут в индекс, на крайний случай, страницы могут попасть в дополнительный индекс Google.

Чтобы исправить это вопиющее недоразумение – нужно банально исправить свою ошибку. Если же вы являетесь источников – тщательно следите за источником. Ведь если вы автор контента – а кто-то его использует на более трастовом ресурсе – ваш сайт может попасть под фильтры. Поэтому проверяйте уникальность и добавляйте свои статьи в Яндекс.Вебмастер для проверки уникальности.

Фильтр «Много ссылок сразу»

Покупать много ссылок и размещать их на сайтах-донорах следует аккуратно, нельзя допустить «взрыва ссылок», что однозначно будет замечено поисковиками, но вместо продвижения принесет вам «бан»,

Осталось только определить количество этих ссылок, чтобы не вызывать подозрение у поисковиков. В прошлом году товарищ *Шакин* говорил что-то про 20 ссылок в день.

Чтобы не попасть под этот фильтр – банально используйте грамотней свой ссылочный бюджет. Лучше медленее но качественнее.

Фильтр «Чрезмерная оптимизация»

Чтобы пройти этот фильтр, ключевые слова на сайте должны использоваться очень дотошно и логически не выходить из смысла текста. Вообще рекомендуемая плотность ключевых слов – не более 4-6 % контента.

Фильтр «Возраст домена»

С возрастом домена растет и его трастовость, показатели цитируемости и повышается полезность для пользователя, считают поисковые роботы. Если ваш сайт прожил уже боле года, радуйтесь: этот рубеж проходят не более половины сайтов.

Вывод: Перестаньте переоптимизировать ваши сайты. Займитесь нормальной оптимизацией.

Фильтр «-30»

Дорвеи или редиректы на странице караются поисковиками снижением позиции сайта как минимум на 30 позиций. Если они у вас есть, лучше убрать. Да и вообще, если вы заметили, не стоит ругаться ни с кем – достаточно просто исправить свою ошибку и поисковики опять начнут вам доверять.

Фильтр «Links»

Google не приветствует обмен партнерскими ссылками, страницы исключительно с такими линками банятся. Поэтому сто раз подумайте, прежде чем начинать обмениваться с кем-то ссылками или добавляться в каталог и ставить себе ссылку каталога. Блоггерам рекомендуется отказаться от такого блока как Blogroll – по крайней мере пока не разовьетесь до 1000 посещаемости в сутки.

«Время загрузки страниц»

Наконец, если все выше названные показатели у вашего сайта в норме, а он все равно не поднимается наверх, обратите внимание на вес страниц. Они должны загружаться быстро и не быть перегруженными. Чтобы уменьшить время загрузки страницы – нужно увеличить *скорость загрузки блога.*

Есть еще несколько полезных фильтров, но о них давайте в следующий раз, чтобы не засорять вам моск.

Часть III/15. Как вывести сайт из-под фильтра

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

В июле-октябре мы с *командой Сайтклиники* (офисной и дистанционной) сделали около 50 SEO-аудитов. Больше половины проблем, с которыми к нам обращались, было связано с фильтрами Яндекса, также были аудиты по фильтрам Google.

Очевидно, что антиспам-алгоритмы, отправляющие сайты под санкции, заметно эволюционировали. Еще года полтора назад для определения причин пессимизации было достаточно даже поверхностного анализа – сайты отправлялись под фильтры за *явные* признаки переоптимизации или *явно* некачественный контент. Все было просто – чистишь контент от лишних выделений, заголовков, спамовых конструкций и перечислений ключевывых слов, уникализируешь контент – и санкции снимаются.

А теперь все чаще встречаются случаи, когда причины санкций не являются столь очевидными. К нам постоянно обращаются владельцы пессимизированных сайтов, которые по несколько месяцев не могут избавиться от фильтров, несмотря на многоразовую “чистку” контента и длительную переписку с Платонами. И тексты вроде бы уже совсем не содержат переспама, и сайт вроде уже совершенно белый и пушистый, а поддержка все равно отвечает: “причина, по которой на Ваш сайт были наложены санкции, еще не устранена”.

Истинная причина в таких случаях всегда заключается в одном и том же – вебмастера вкладывают в понятие “качество сайта” совсем иной смысл, чем разработчики поисковых алгоритмов. Вебмастера, как правило, зацикливаются на сугубо технических характеристиках – уникальности текстов, плотности ключевых слов, внутренней оптимизации и т.д. А разработчики поиска стараются настроить алгоритмы таким образом, чтоб оценивать качество с точки зрения ценности сайта для пользователей.

Сегодня я расскажу о нескольких интересных случаях из нашей практики, когда причины пессимизации приходилось искать не там, где обычно. Возможно, кому-то это поможет взглянуть на проблему со своим сайтом с другой стороны и избавиться от санкций.

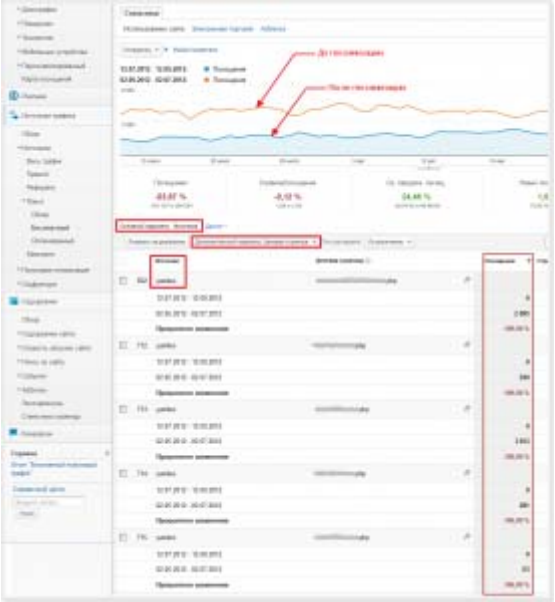
Кейсы по фильтру за переоптимизацию

Принято считать, что этот фильтр накладывается за явные признаки переоптимизации сайта (стронги, заголовки, спамовые конструкции), но это не всегда так. ***Фильтр за переоптимизацию* накладывается, если страница содержит явные признаки оптимизации под запросы, на которые в действительности она ответа пользователям не дает.**

1. Случай с несоответствием контента ожиданием посетителей

У сайта компании, предоставляющей услуги по оформлению помещений для праздников, резко снизился трафик. Владелец сайта обратился к нам, ответ Яндекса подтвердил наличие санкций.

Мы проанализировали данные GA и заметили, что у большинства страниц трафик снизился на 20-50%, но есть и такие, которые полностью потеряли посетителей из Яндекса:



Мы проанализировали эти страницы и заметили, что их содержание явно не соответствует очевидным ожиданиям посетителей. Например одна из страниц до пессимизации стабильно получала трафик по СЧ-запросам со словами “фото”, “фотографии”, “фотогалерея” (“название услуги + фото” , “название услуги + фотогалерея” и т.д.). Очевидно, что до наложения фильтра по этим запросам страница находилась в топе Яндекса.

Проблема в том, что страница не содержала никаких изображений. Там был только текст, где встречались указанные слова – например, предлагалось пройти регистрацию, чтоб получить на email фотографии работ в виде pdf. Судя по проценту отказов (97%), пользователей, которые переходили из выдачи Яндекса, это явно не устраивало. Не получая ожидаемого (готовых фотографий), они покидали страницу и возвращались к результатам поиска.

Такие же проблемы были со страницами, которые ранее получала трафик по СЧ со словами “каталог”, “цены”,”стоимость”, “скидки” (“название продукта + каталог”, “продукт + цены” и т.д.). На посадочных страницах и на сайте вообще не было ни каталога, ни информации о ценах и скидках – был просто текст, где встречались эти слова. Средний процент отказов у таких страниц составлял 94,6%.

По результатам аудита, было сделано следующее:
- на большинстве проблемных страниц полностью заменили контент. Вместо текстов разместили фотографии работ с кратким описанием, цены на продукцию (для оформления), каталог;

- две страницы, содержание которых было невозможно изменить, просто удалили.

После этого написали в Яндекс, и фильтр был снят.

Вывод: причиной пессимизации может стать несоответствие контента ключевому слову, по которому есть много переходов из выдачи. Посмотрите на свою статистику по Я.Метрике или GA и обратите внимание на запросы, генерирующие заметный процент трафика, у которых при этом высокий

процент отказов. Если предполагается, что по этим запросам пользователи должны задерживаться на странице, пересмотрите контент.

2. Случай с нерелевантностью сайта группе ключевых запросов.

Под фильтр попал некоммерческий женский портал (обзоры косметики, новости моды, статьи по женской психологии и т.т.). Сайт 1998 года, посещаемый и достаточно известный. Нельзя сказать, что к контенту не было никаких нареканий – мы нашли много “позаимствованных” статей, внутренних дублей и полупустых страниц. Но, как правило, для сайтов такого уровня это всего-лишь “мелкие грешки”, которые вряд ли могут стать причиной наложения санкций.

При анализе источников посетителей, мы заметили резкий скачек трафика незадолго до момента пессимизации. При детальном рассмотрении оказалось, что скачек произошел за счет переходов из выдачи Яндекса по коммерческим запросам со словами “купить”, “доставка”, “заказать”, “продажа” и т.д. Это было само по себе странно, так как сайт ничего не продавал.

Клиент объяснил, что за несколько месяцев до пессимизации штатные оптимизаторы решили продвигать сайт по коммерческим запросам с целью поднять конверсии в лид-системах (считается, что коммерческий трафик конвертируется лучше). Подобрали список ключевиков, часть из них раскидали по существующим страницам, для некоторых создали новые. Поскольку сайт трастовый, трафик по таким запросам появился практически сразу. Но в результате это привело к увеличению отказов, ухудшению ПФ и наложению фильтра.

По результатам аудита было сделано следующее:
- со страниц сайта убрали вхождения коммерческих запросов;

- сайт почистили почистили от дублей и неуникального контента, исправили ошибки внутренней оптимизации;

- разработали альтернативную стратегию повышения окупаемости сайта.

В результате **фильтр сняли через месяц после повторной модерации**, и сейчас сайт активно наращивает целевой трафик согласно разработанной стратегии.

Вывод: причиной фильтра может послужить принципиальное несоответствие сайта целой группе ключевых запросов. Не стоит продвигать свой сайт по запросам, которым он не релевантен в принципе.

3. Случай со страницами, “заточенными” под ключевики.

Сайт клиента, о котором идет речь, на момент обращения к нам находился под фильтром уже около полугода. За это время клиент уже несколько раз полностью переписывал контент посадочных страниц и вносил изменения на сайт с целью избавиться от признаков переоптимизации, но это не помогало. Перед тем, как обратиться к нам, он в очередной раз “почистил” сайт, оставив в тексте каждой посадочной страницы только одно вхождение ключевого слова. Оказалось, что этого недостаточно – поддержка Яндекса в который раз ответила, что причина пессимизации не устранена.

Мы проанализировали все страницы сайта. Действительно, с точки зрения. SEO все было нормально: мета-теги прописаны вручную, тексты были уникальны и легко читались, заголовок (h1) на каждой странице встречался только один раз, внутренняя перелинковка не содержала признаков переспама.

Но наше внимание привлек другой нюанс – содержание URL, Title и H1 каждой посадочной страницы содержало ключевую фразу, плюс этот же ключевик обязательно встречался один раз в тексте, и всегда – именно в первом абзаце.

Например, страница, продвигаемая по запросу “Разведение сиреневых слонов”, на этом сайте выглядела бы так:

URL: www.siteoslonah.ru/razvedenie-sirenevyh-slonov/
Title: Разведение сиреневых слонов в Москве – Siteolinah.ru
H1: Разведение сиреневых слонов
Текст (первое предложение): “Мы занимаемся разведением сиреневых слонов с 1997 года, и являемся лидером в этой области… “

Под каждый поисковый запрос была создана отдельная страница, причем содержание многих страниц по смыслу очень сильно пересекалось. Многие услуги, под которые были заточенные отдельные страницы, отличались только названием (“*разведение* сиреневых слонов”, “*выращивание* сиреневых слонов” и т.д.). Очевидно, что такая структура создавалась с целью упростить продвижение, а про интересы посетителей при этом не подумали. Судя по статистике Я.Метрики и данным Вебвизора, многие пользователи не могли сориентироваться в таком беспорядке – просматривали несколько страниц по 7-10 секунд и возвращались обратно в выдачу.

По результатам аудита было сделано следующее:

- для похожих услуг оставили по одной странице, лишние страницы удалили с сайта;

- содержание Title и H1 в рамках каждой страницы сделали разными;

- убрали точное вхождение ключевика в URL;

- сделали структуру каждой страницы индивидуальной, ориентируясь на удобство пользователей: где надо, добавили таблицы, где надо – маркированные списки и т.д.;

- убрали обязательное вхождение ключевика в первый абзац. В итоге получилось так, что каждая посадочная страница содержала по 1-2 точных и 3-4 разбавленных вхождения, но они были добавлены согласно смыслу текста (про SEO при этом не думали).

По окончанию работ отправили запрос на пересмотр сайта в Яндекс, **фильтр был снят в течении недели**.

Вывод: причиной пессимизации сайта может послужить наличие похожих по смыслу страниц, созданных для продвижения под разные ключевые слова. Раньше такой подход к оптимизации помогал поднять видимость сайта, теперь может стать причиной санкций.

АГС

АГС накладывается в случаях, если сайт в целом с точки зрения Яндекса не несет никакой пользы для посетителей. Обычно какие-то отдельные работы по контенту, как в случаях с фильтром за переоптимизацию, здесь не помогают – требуются более глобальные действия.

4. Случай с уникальным контентом без добавочной ценности

Вначале года был запущен новый сайт о банковских услугах. Владельцы ресурса готовились к запуску около пяти месяцев – собирали базу услуг, готовили статьи, добавляли описания банков. Через месяц после запуска наступило разочарование – сначала Яндекс проиндексировал несколько сотен страниц, но потом их количество стало стабильно уменьшаться с каждым апдейтом, пока в индексе не осталась всего одна страница (главная).

Администрация сайта вела длительную переписку с Платонами, делая упор на том, что весь контент ресурса уникальный, качественный и написанный специалистами, которые разбираются в теме. Но все ответы Яндекса сводились к рекомендациям *"развивать сайт и делать его более полезным и актуальным для целевой аудитории"*. На самом деле, совет не такой бессмысленный, каким его считают многие оптимизаторы.

Мы проанализировали весь сайт с точки зрения SEO. Не было абсолютно никаких нареканий в плане технического качества контента и внутренней оптимизации – никаких очевидных причин пессимизации.

Но мы знаем – Яндекс накладывает АГС, если считает сайт бесполезным для аудитории. Мы посмотрели на сайт с точки зрения пользователей и пришли к выводу, что проблемы с контентом все-таки есть. Тексты действительно были уникальны технически, но назвать их уникальными по содержанию никак нельзя. Другими словами, **сайт представлял собой сборник качественного рерайта информации, которую можно было найти на сотнях других ресурсов.** Контент сайта не имел никакой добавочной ценности, и в этом была основная причина его исключения из индекса.

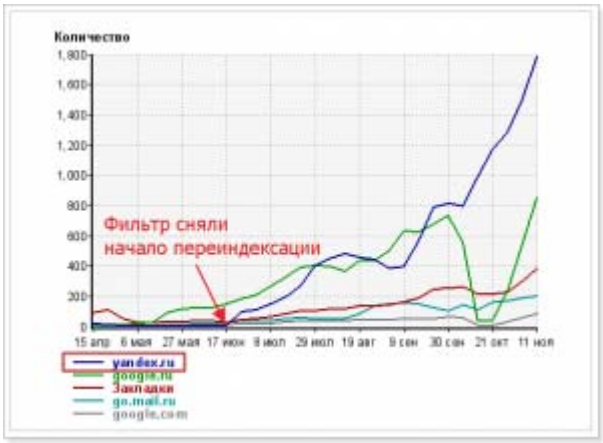
По результатам диагноза, совместно с владельцем сайта был разработан **план улучшения ресурса:**

- основные усилия сосредоточили на том, чтоб создать в рамках сайта некий уникальный сервис поиска и сравнения банковских продуктов;

- была добавлена возможность заказывать многие услуги прямо через сайт;

- внешний вид сайта реструктуризовали таким образом, чтоб сделать акцент на сервисе, а контентные разделы убрать на второй план.

После окончания работ, которые в целом заняли почти два месяца, отправили запрос в Яндекс. **Фильтр был снят, сайт переиндексировался заново.** Сейчас ресурс стремительно развивается и имеет стабильный рост целевой аудитории:



Кстати, на графике видно, что в конце сентября у сайта начались проблемы с Google (после выхода очередного релиза Панды). На выяснения причин и устранение проблемы ушло около 3 недель, и сайт восстановился в выдаче. Если сайт действительно хороший – нерешаемых проблем нет.

Случаи с пессимизацией за поддомены, созданные для регионального продвижения

Известно, что продвижение в какой-либо региональной выдаче заметно упрощается, если сайту присвоен нужный регион. Но без Яндекс.Каталога сайту можно присвоить только один регион, а попасть в каталог дорого и не всегда возможно даже за деньги. Поэтому многие вебмастера, с целью получать трафик из разных регионов, создают несколько поддоменов с липовыми контактами в разных городах, а затем пытаются продвигать их в разных региональных выдачах. Как правило, основная часть информации на поддоменах пересекается, иногда они отличаются только контактами и главной страницей.

Даже если сайту на какое-то время удается получить видимость в нескольких регионах, рано или поздно начинаются проблемы с индексацией. В нашей практике таких случаев было несколько, приведу два примеров.

5. Поддомены для интернет-магазина подарков

С целью получить трафик из более чем 30 регионов, оптимизаторы магазина создали соответствующее количество поддоменов. Их контент полностью повторялся, отличались только названия городов в Title и текстах за счет автоматической подстановки ("У нас можно заказать женский подарочный набор с доставкой по *Москве|Петербургу|Нововосибирску|Екатеринбургу|и так 30 регионов* самого высокого качества"). Некоторые поддомены так и не были проиндексированы, некоторые пробыли в индексе около месяца, после чего весь ресурс попал под АГС.

По результатам аудита сделали следующее:

- оставили только 5 поддоменов для основных регионов;

- содержание каждого поддомена максимально уникализировали. Например, были добавлены разделы с описанием особенностей отмечания праздников каждого города, уникальные категории с городскими сувенирами;

- включили возможность добавлять отзывы, каждый из которых выводился только на одном из поддоменов.

После запроса в поддержку получили ответ, что фильтр будет снят через месяц после повторного пересмотра. **По истечению указанного срока, фильтр сняли без повторного запрос**а – все 5 поддоменов проиндексировались.

6. Сайт образовательного центра

У одной небольшой образовательной компании, которая находится в Петербурге, появилась услуга дистанционного обучения из любого города. Перед штатными оптимизаторами сразу встал вопрос получения трафика из разных регионов. С целью получить привязку сразу к нескольким регионам, сайт пытались платно зарегистрировать в Я.Каталоге, но заявку отклонили по причине наличия спама. Поэтому оптимизаторы пошли другим путем – создали 8 поддоменов, контент которых почти не отличался. В течении месяца поддомены проиндексировались, а потом выпали из индекса за один апдейт (возможно, фильтр был наложен вручную). У основного домена в индексе осталась одна только главная страница, но и она перестала получать трафик из Яндекса.

После анализа ситуации, было сделано следующее:
- все поддомены удалили;

- основной сайт почистили от спама.

Фильтр сняли через месяц после повторной модерации:

После переиндексации, сайт был успешно добавлен в Я.Каталог на платной основе с регионом СПб, сейчас рассматривается заявка на присвоение дополнительных регионов.

Вывод: клонирование информации на несколько поддоменов с целью продвижения по регионам, как правило, приводит к пессимизации. Создавать поддомены можно только в случаях, если вы можете наполнить их разным контентом.

Аффилирование

Аффилирование – это “болезнь” сайтов, которые принадлежат одному владельцу и продвигаются по одинаковым ключевым запросам. Если сайт зааффилирован ошибочно, что случается достаточно часто, от фильтра вполне возможно избавиться. Все зависит от того, сможете ли вы привести достаточно ясных аргументов, что ваш сайт не имеет “братьев” по владельцу.

7. Случай с сайтами, которые продвигались одной компанией

К нам обратились представители одной российской SEO-студии с просьбой помочь разаффилировать сайты двух клиентов. Сайты принадлежали двум разным компаниям, предлагающим услуги ремонта техники. В реальности никакой связи между компания не было и, по сути, они конкурировали между собой. Но Яндекс решил иначе, и при подробном анализе сайтов стало ясно, почему:

- во-первых, **схема внутренней оптимизации обоих сайтов была идентична на 99%**. Создалось впечатление, что оба сайта оптимизировались по одному ТЗ – одинаковая разбивка ключевиков по страницам, очень похожая структура и мета-теги этих страниц, очень похожие разделы со статьями, которые использовались под внутреннюю перелинковку и т.д.;

- во-вторых, **пересечение ссылочных доноров для сайтов составляло около 60%**. Это значит, что больше половины ссылок на оба сайта было размещено практически рядом на одних и тех же страницах;

- в третьих, **оба сайта были добавлены в одну панель Я.Вебмастер**. Сотрудники студии объяснили, что у них сайты похожих тематик для удобства всегда добавляются в одну панель (чего я делать категорически не советую).

Мы изучили двухмесячную переписку студии с Яндексом – все ответы поддержки сводились к тому, что решение о ранжировании сайтов принимается автоматически, а комментировать действия алгоритмов сотрудники не могут. **Мы решили пойти другим путем:**

- один из сайтов удалили из общей панели Я.Вебмастер и создали для него свой аккаунт;

- почистили этот сайт от явных признаков оптимизации (снесли каталог статей, переделали структуру страниц и Title);

- отказались от большей части ссылочных доноров, которые пересекались с аффилиатом;

- с нового аккаунта написали письмо в поддержку Яндекса от имени владельца сайта с просьбой разъяснить ситуацию с падением трафика. При этом упомянули, что ранее продвигались у SEO-компании, от услуг которой отказались (что подтверждалось изменениями во внутренней оптимизации и ссылочной массе);

- получили ответ, что сайт был автоматически исключен из поиска по причинам, которые сотрудники поддержки не могут комментировать. Мы в свою очередь ответили письмом, где искренне просили подсказать, как выйти из ситуации. Снова получили ответ, что нужно ждать, пока алгоритмы пересмотрят сайт;

- пока думали над содержанием следующего письма, сайт неожиданно вернулся в выдачу.

Вывод: “конвейерный” подход к продвижению сайтов тоже может стать причиной пессимизации. Поэтому советую оптимизаторам разрабатывать для каждого сайта индивидуальную стратегию продвижения, а владельцам сайтов – задуматься над тем, является ли наличие ваших конкурентов в портфолио студии таким уж большим плюсом.

Бывают случаи, когда в ошибочном аффилировании не виноваты ни оптимизаторы, ни владельцы сайта Об этом – в последнем кейсе.

8. Случай с одинаковыми адресами

Недавно к нам обратился клиент, у которого интернет-магазин косметики за одни сутки потерял 80% трафика из Яндекса. При этом по большинству запросов сайт полностью исчез из выдачи – не просел, а полностью пропал. Симптомы указывали на аффилирование и, с помощью некоторых интересных приемов был найден сайт-аффилиат. Он представлял собой каталог косметики (не магазин), на страницах контактов которого был указан тот же адрес, что и у нашего интернет-магазина – офисы обеих компаний находились в одном торговом центре на одном этаже.

Мы составили письмо в Яндекс, где подробно описали ситуацию с трафиком и запросами и обосновали наше подозрение касательно аффилирования. Особый акцент мы обратили на то, что ассортимент продукции на сайте разный и ориентирован на разную целевую аудиторию – на случай, если аргумента касательно торгового центра окажется недостаточно. Сначала пришел невнятный ответ, что в частном порядке такие вопросы не решаются и наша жалоба передана разработчикам алгоритма **Но в течении двух недель трафик из Яндекса неожиданно вырос до прежнего уровня** – сайт вернул свою видимость в поиске, фильтр сняли.

В заключение хочу сказать, что не встречала случаев, когда вывести сайт из-под фильтра было бы невозможно. **Все зависит от готовности владельца сайта менять не только свой ресурс, но и свои взгляды на принципы продвижения.** Мы не беремся помогать в случаях, когда нам ставят задачу обойти алгоритм любым способом, не затрагивая при этом контент и структуру сайта. И это не потому, что не можем, а потому, что успех в таких случаях бывает очень непродолжительным.
Зато мы с радостью готовы помогать сайтам, владельцы которых стремятся к долгосрочному результату и осознают, что качество контента определяется не только техническими SEO-характериситками.

Часть III/16. Пессимизация сайта за смысловую неуникальность контента new

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

Вы с самого начала решили делать свой СДЛ правильно: придумали оригинальный дизайн, заказали уникальные статьи, подобрали ключевые слова, провели внутреннюю оптимизацию. Со временем на сайте появились посетители, и вы начали отбивать вложенные в него средства.

И вдруг, после очередного апдейта, трафик с Яндекса упал на 90% и/или количество страниц в индексе сократилось в несколько раз (падение могло быть как резким, так и постепенным). Вы уверены, что это какая-то ошибка, ведь не могут же пессимизировать стопроцентный уник, который вам обходится в 150 руб. за 1000 символов.

Но апдейт за апдейтом ситуация не улучшается, и вы пишете в Яндекс письмо, полное обиды и недоумения. Ответ Платона ставит вас в тупик – ваш ресурс ограничен в поиске, так как он не соответствует требованиям Яндекса к качеству сайтов. Как так, ведь статьи пишутся профессионалами, дизайн не шаблонный и признаков переоптимизации на сайте не больше, чем у конкурентов?! Вы выкладываете все это в ответном письме, но никакие доводы не работают, и раз за разом вы получаете от Платонов стандартный совет “Развивать свой сайт” и список ссылок на рекомендации Яндекса.

Такая очень распространенная на сегодня ситуация многих вебмастеров ставит в тупик. Приблизительно 35% клиентов сейчас обращаются к нам именно с этой проблемой, которую в нашей компании принято называть “**Проблема добавочной ценности**”.

Причина пессимизации – смысловая неуникальность

Как это ни парадоксально, проблема заключается… в контенте. В то время как вебмастера скрупулёзно следят за технической уникальностью своего контента, Яндекс, прежде всего, обращает внимание на уникальность смысловую. **Если контент вашего сайта дает ответы на вопросы, которые уже давно**

раскрыты на сотнях других сайтов, почему поисковик должен направлять посетителей именно к вам?

Чтобы получить высокую оценку Яндекса, стопроцентной уникальности текстов недостаточно. Сайт должен иметь свое УТП, свою изюминку, которая выделит его среди массы подобных, заставит посетителей раз за разом возвращаться именно сюда и вводить название сайта в поисковой строке.

Как Яндекс определяет отсутствие добавочной ценности?

Многие вебмастера не верят в существование проблемы добавочной ценности, считая, что невозможно определить смысловую уникальность на алгоритмическом уровне. Мне же задача определения добавочной ценности представляется не такой уж сложной. Три подхода, которые первыми пришли на ум:

1. Лингвистический анализ текста
На основании разбора предложений на слова и анализа синонимов можно определить смысловую суть текста и сопоставить ее с другими текстами, которые есть в базе. Вот почему «глубокий рерайт» не спасает контент от смысловой неуникальности.

Известно, что компания Яндекс уделяет особое внимание анализу естественного языка:

«Лингвистический анализ – одно из ключевых направлений в разработке поиска Яндекса. Мы непрерывно работаем над повышением точности, увеличением глубины анализа, расширением числа поддерживаемых языков. Объектом анализа выступает уникальный по охвату корпус текстов на естественном языке – индекс поисковой машины Яндекса и поток запросов к ней».

Пруфлинк: *http://company.yandex.ru/job/vacancies/dev_linguistic_cpp.xml*.

2. Работа асессоров
На основании асессорских оценок может быть сформирован ряд показателей, характерных для сайтов без добавочной ценности.
Здесь можно посмотреть очень интересную презентацию о работе асессоров Яндекса. Обратите особое внимание на слайды с 21-го включительно. Видео презентации можно посмотреть *тут*, для смартфонов – *тут*.

3. Ручная модерация
Я мало в это верю, но все-таки есть вероятность, что некоторые сайты могут быть пессимизированы вручную, если попадутся на глаза Платону.

Группа риска

По нашим наблюдениям, за отсутствие добавочной ценности чаще всего наказываются:

1. Информационные сайты
Подавляющее большинство сайтов, страдающих от этой проблемы, – информационные (у коммерческих ресурсов, как правило, другие проблемы и санкции).
С симптомами пессимизации за отсутствие добавочной ценности за последние полгода к нам обращались:
- сайты-обзоры чего-либо (автомобилей, банков, гаджетов);
- кредитные порталы;
– сайты с онлайн-играми;
– сайты с фильмами а-ля Кинопоиск;
- блоги разных тематик (кулинария, дети, спорт);
– СМИ (как региональные, так и всероссийские);
– социальные сети.

Хочу обратить внимание, что больше половины таких сайтов объединяет одинаковый подход к созданию. Сначала выбиралась “маржинальная” тематика, потом подбирались ключевые слова и объединялись в группы, на основании которых строилась структура сайта. Ну и потом под эти слова писался “уникальный” контент. Очевидно, что на первом плане стояла цель монетизации, а не создания действительно полезного ресурса. Концепция многих таких сайтов была просто слизана с успешных нишевых ресурсов.

Есть исключения. За все время нам попалось несколько сайтов, которые, по нашему мнению, достойны внимания пользователей больше своих конкурентов. Но количество таких ресурсов можно пересчитать на пальцах одной руки. Увы, от погрешности алгоритм никто не застрахован.

2. Относительно молодые сайты
Мы заметили, что под этот фильтр чаще попадают сайты моложе 3-х лет (процентов 70), хотя бывают исключения. Но я не думаю, что возраст сайта тут действует как отрицательный фактор. Скорее всего дело в том, что за последние 3 года псевдо-СДЛ расплодились как грибы после дождя (тактичность не позволяет мне использовать более сильную метафору).

3. Сайты с характерным набором признаков
Среди опасных признаков в первую очередь могу выделить такие:
– похожая структура подавляющего большинства страниц (все статьи написаны по одному шаблону и одинаково отформатированы, например: 1 заголовок, 2 подзаголовка, 1 картинка, 3000 символов всего);
– особый подход к оптимизации, при котором больше половины страниц оптимизированы под 1-2 СЧ запроса (страницы создавались специально под запрос);
– отсутствие других источников трафика, кроме поискового;
– наличие тизерной и другой низкопробной рекламы;
– наличие большого количества непрямых партнерских ссылок (с редиректами);
– низкие поведенческие показатели, отсутствие повторных визитов (большинство пользователей просматривают 1 страницу и уходят, так как сайт ничем не смог заинтересовать).

Интересно, что зависимости от дизайна и движка мы не заметили – наказываются как шаблонные сайты на бесплатных CMS, так и ресурсы, владельцы которых не пожалели потратиться на дизайн и CMS. Если у вас информационный сайт и ему присущи хотя бы 3 из перечисленных выше показателя, пора что-то менять.

Где взять добавочную ценность?

Избавиться от фильтра за отсутствие добавочной ценности далеко не так просто, как вылечить сайт от переоптимизации. Универсальных рекомендаций, как то: почистить сайт от переспама, переписать тайтлы или заменить тексты – нет. Сложность заключается в нетехническом характере проблемы – чтобы ее решить, недостаточно понимать принципы SEO, нужно быть маркетологом и психологом в одном флаконе.

Что может помочь:

1. Смена концепции сайта
Кто ваши посетители? Какие проблемы посетителей помогает решать сайт? Задумайтесь над тем, что люди вводят запрос в поисковую строку не для того, чтобы почитать статью, а с целью найти ответ на какой-либо вопрос или решить конкретную проблему. Что можно сделать, для того чтобы ваш сайт помогал людям решать их проблемы лучше конкурентов?

2. Добавление на сайт уникального функционала
Это может быть нестандартный внутренний сервис, какой-либо онлайн-тест, информер или любая другая фишка, которая заставит пользователей постоянно возвращаться именно к вам.

3. Нестандартная подача информации
Если невозможно поменять концепцию или добавить функционал, попробуйте поменять принцип подачи контента. Пусть ваш сайт на 99% состоит из информации, которая есть у других, но научитесь подавать ее так, чтобы посетителям было интересно получать ее именно из вашего источника.

Это далеко не исчерпывающий список возможных действий, каждую ситуацию нужно рассматривать индивидуально.

К сожалению, большинство вебмастеров, сайты которых пессимизированы за отсутствие добавочной ценности, не готовы к глобальным изменениям. Когда мы видим, что проблема «пациента» заключается именно в добавочной ценности, то заранее предупреждаем, что лечение может быть долгим и мучительным. **Есть случаи, когда создание нового сайта кажется нам лучшим вариантом, чем лечение старого** (потому что менять там нужно абсолютно все).

Часть III/17. Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов

Автор: Дмитрий 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.

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 уников 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.

При выполнении всех этих условий статья сама (без использования внешней поисковой оптимизации в виде покупки обратных ссылок с нужными анкорами) 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 получат 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 тестов статей и усилением внутренней перелинковки страниц.

Переиндексация в панели для вебмастеров Яндекса и улучшение определения авторских прав Яндексом

Кстати, хочу поделиться с вами некоторым 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 Яндексу было 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 заметен существенный перекос в сторону трафика с Google.

Получается, что Google сам умеет оперативно отслеживать все производимые изменения на страницах сайтов, а вот Яндексу 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 Яндексу 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.

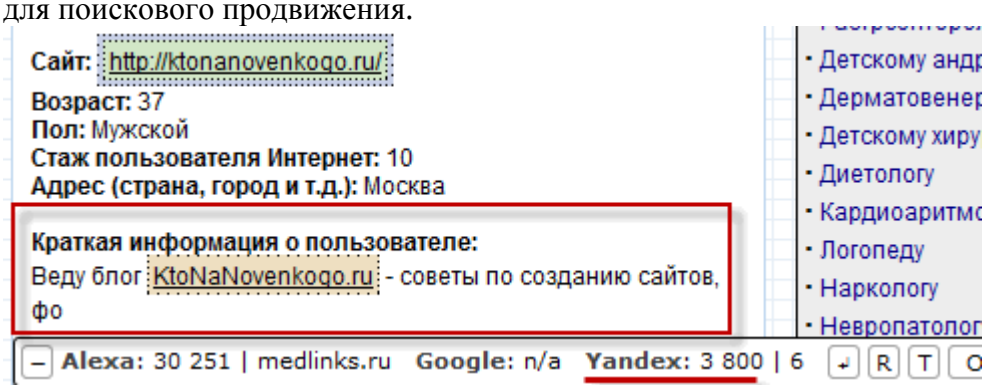
Поэтому, в связи со всем выше сказанным, наверное, будет целесообразно **откладывать анонсирование новых материалов** (особенно авторами молодых проектов) до их полной индексации поисковыми системами и безоговорочного присвоения вам авторства на данные материалы. В противном случае статья именно с вашего 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.



Как обычно, сначала регистрируемся (_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:

```
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*).

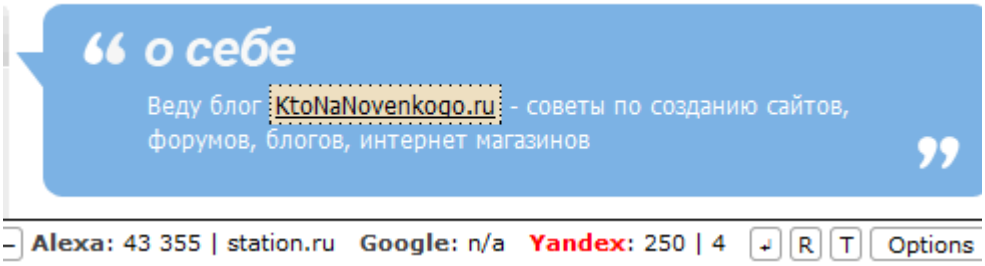
Чтобы узнать публичный URL странички своего профиля, где будет красоваться открытая для индексации поисковиками **абсолютно бесплатная жирная обратная ссылка**, вам нужно будет заменить мой логин Dima73 в приведенной ниже ссылке на свой, который вы задали при регистрации:

```
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), 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.

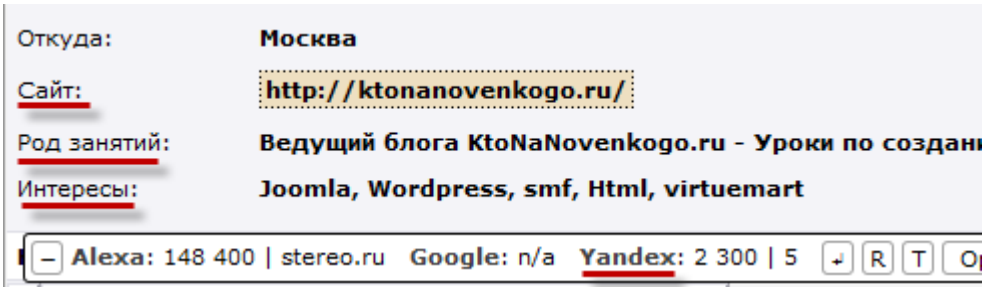


   URL странички с вашим профилем вы можете получить, заменив мой логин Dimon76 на свой в приведенной ниже ссылке:

```
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 анкора, но мы компенсируем это добавлением околоссылочного текста.

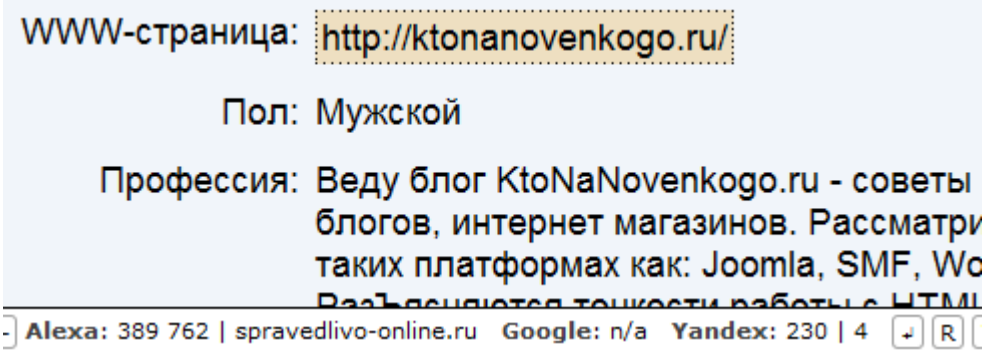


   Регистрируемся (_http://www.passport.stereo.ru/registration), а затем переходим по ссылке "Управление учетной записью" и в самом низу окна заполняем поля "Дополнительная информация", куда вводим в соответствии с приведенным выше скриншотом обратную ссылку на свой сайт и вписываем околоссылочный текст (для придания тематичности странички вашего профиля).

   URL странички с бесплатной обратной ссылкой вы можете узнать, посетив эту страницу (_http://www.stereo.ru/forum/) и перейдя по ссылке со своим логином, расположенным в самом низу

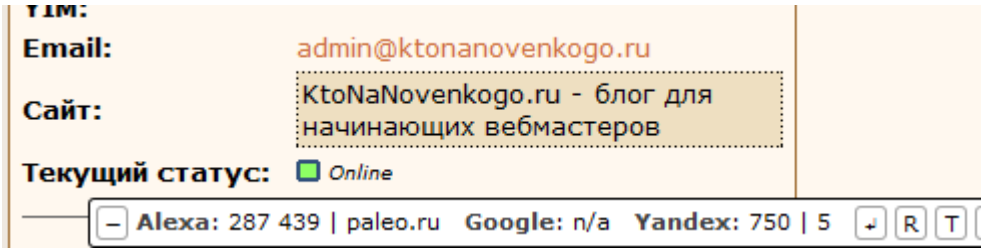
окна. Ну, и аддурилки вам в помощь, что гарантирует то, что поисковики обязательно обнаружат и проиндексируют ваш халявный беклинк.

4. **Spravedlivo-online - ТИЦ=230**. Традиционная **бесплатная обратная ссылка из профиля** без анкора, но с околоссылочным текстом. Регистрируемся (_http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/index.php?register=yes), подтверждаем регистрацию и авторизуемся, после чего попадаем на страничку редактирования данных профиля.



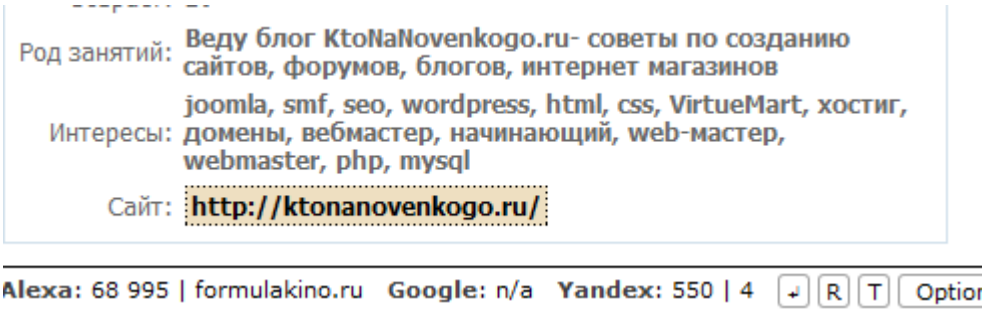
Здесь в области "Личные данные" в поле "WWW-страница" вводите обратную ссылку на свой проект, а в поле "Профессия" - добавляете околоссылочный текст. Чтобы найти URL странички с обратной ссылкой, вам нужно пройти на эту страницу (_http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/) и перейти по ссылке 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), подтверждаем регистрацию и авторизуемся.



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), щелкнув в самом низу по своему логину в поле "Последний пользователь".

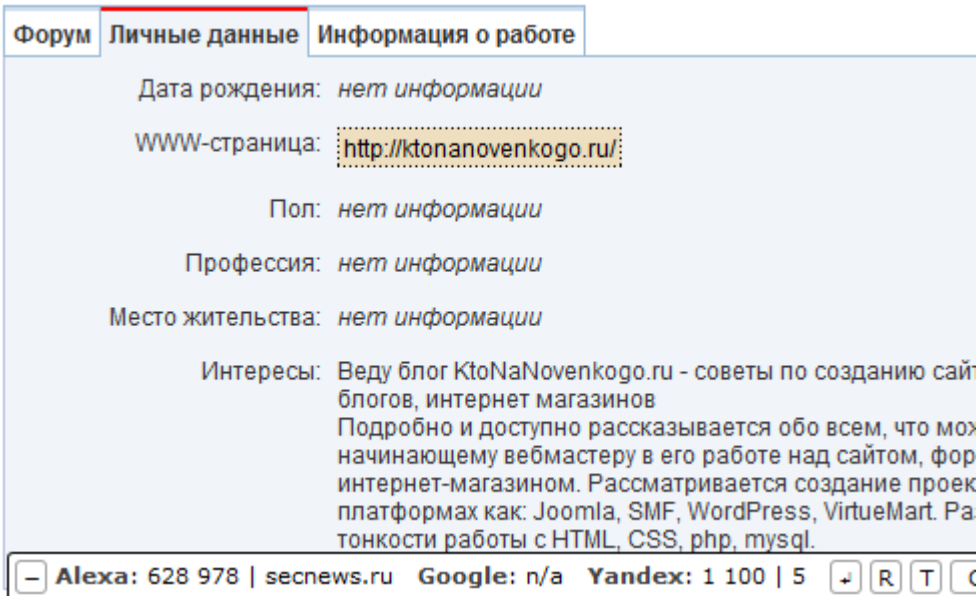
6. **Formulakino - ТИЦ=550**. Обратная ссылка будет безанкорная, но мы попытаемся это несколько сгладить добавлением околоссылочного текста. Итак, регистрируемся (_http://www.formulakino.ru/forum/ucp.php?mode=register), потом подтверждаем регистрацию из письма и авторизуемся.



Переходите в личный отдел (_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/) 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), после чего нас автоматически авторизует на сайте.



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) в поле "На форуме за последние 10 минут".

На сегодня все, но тема **бесплатного получения халявных обратных ссылок с жирных сайтов** будет продолжена.

Часть III/18. Обратные ссылки с профилей трастовых ресурсов за бесплатно

Автор: Дмитрий 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 фига подобного, доложу я вам. Во всяком случае, в рунете я даже намека 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 неимоверно 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, повторюсь, 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 брезгуют *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 выдачи.

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 отрыжка 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.

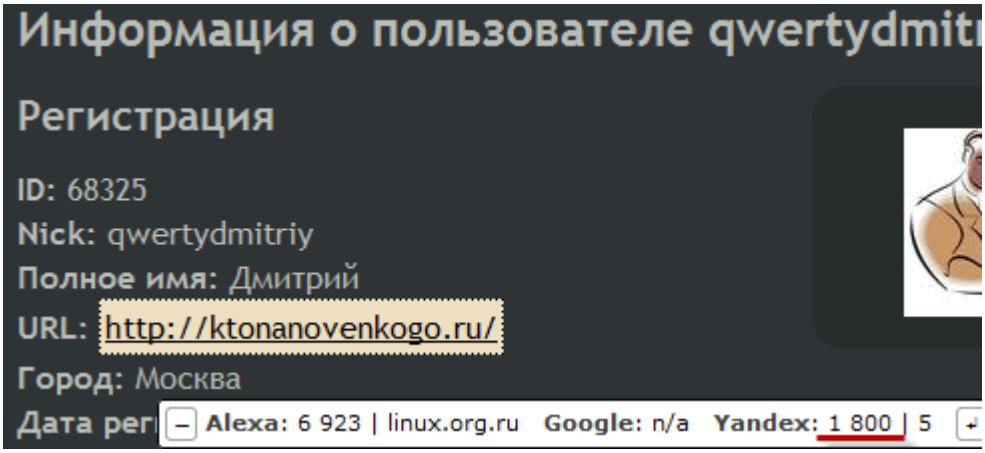
Сам не раз сталкивался с ситуацией, когда попадал на страницу с подробным ответом на мой вопрос, но такими окольными путями, что и сам повторить их не смог бы, а вот из поисковой выдачи ссылки на эту статью не было именно из-за **пренебрежения элементарной поисковой оптимизацией** (ну, не подсказал автор поисковикам 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 -Тиц=1800**. Уже ставшей традиционной обратная ссылка из профиля с трастового сайта. Ссылка будет без анкора, но даренному коню, как говорится, в зубы не смотрят. Будем благодарны и за это, тем более, что для передачи статического веса наличие или отсутствие анкора никакой роли не играет.

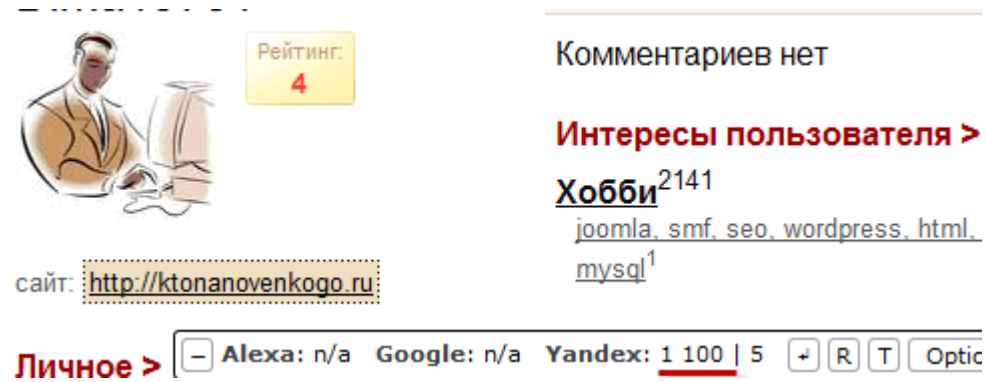


Сначала нужно будет, естественно, зарегистрироваться (_http://www.linux.org.ru/register.jsp). Сразу укажите обратную ссылку на свой ресурс, а в поле "Дополнительная информация" введите околоссылочный текст, для придания некой тематичности данному бэклинку. Дождитесь письма, перейдите по ссылке подтверждения 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*.

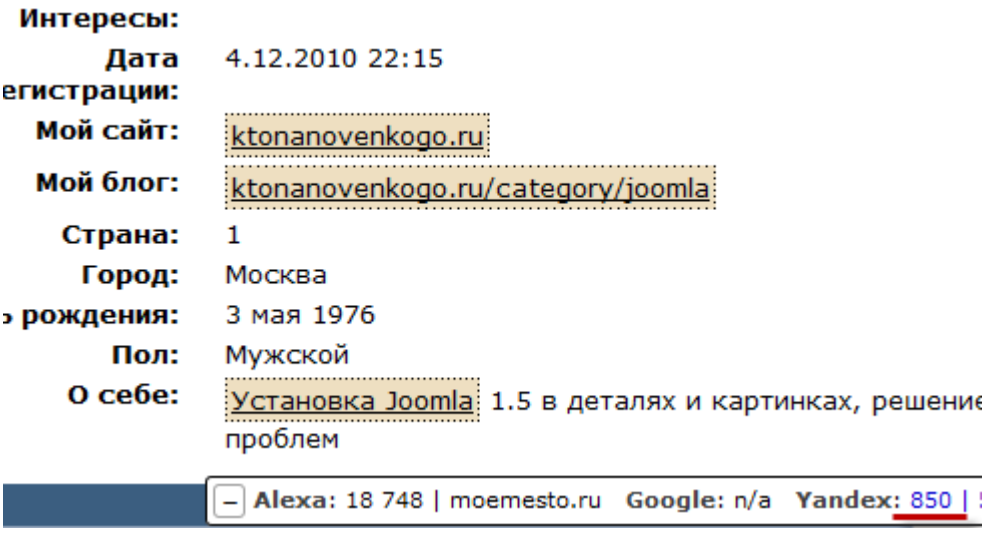
Добавьте Url этой страницы в аддурилки *Яндекса* и *Google*. Кстати, если Яндекс не скажет вам, что добавляемая страница закрыта для индексации в *файле robots.txt*, а плагин SEObar для Opera выделяет вашу обратную ссылку светло-коричневым фоном, то считайте, что проблем с индексацией этого халявного бэклинка поисковыми системами у вас не будет.

2. **Rodgor - Тиц=1100**. Зарегистрироваться можно на этой странице - _http://www.rodgor.ru/register. 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.



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 урл 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). После регистрации вас автоматически авторизует и можно будет приступать к добавлению обратных ссылок, зайдя в настройки своего профиля (_http://moemesto.ru/setup/profile/).



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:

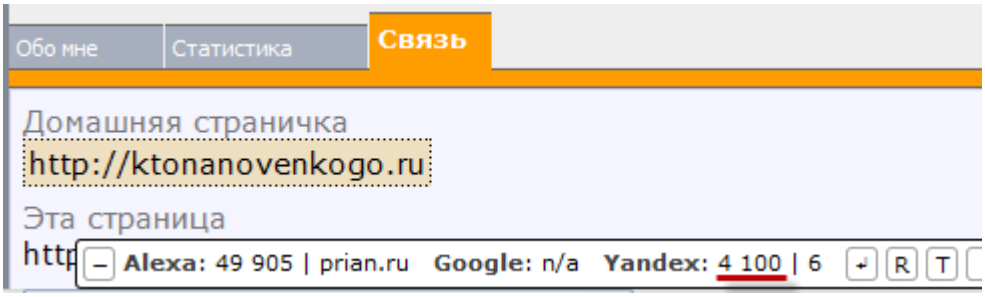
```
1 Веду блог <a href="http://ktonanovenkogo.ru/">KtoNaNovenkogo.ru</a> - советы по
созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов
```

URL страницы с жирными обратными ссылками вы может получить, просто заменив логин в этой строчке на свой:

```
1 http://moemesto.ru/DmitriyI/info/
```

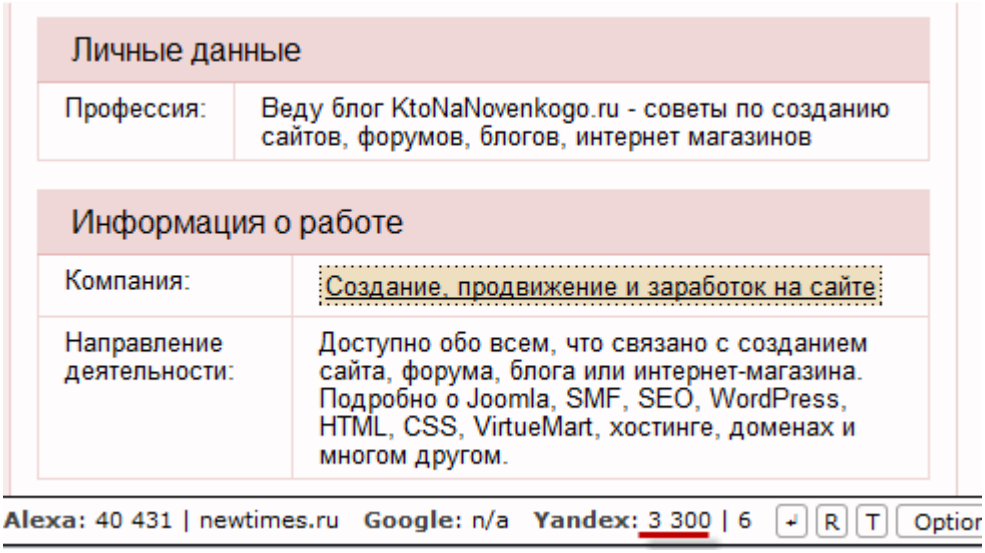
4. **Prian - Тиц=4100**. Бесплатная обратная ссылка без анкора, но зато с довольно жирного ресурса. Нужно будет зарегистрироваться (_http://prian.ru/forum/register.php), дождаться письма и перейти

по ссылке подтверждения. После авторизации, переходите в редактирование профиля (_http://prian.ru/forum/profile.php?) и добавляете обратную ссылку в поле "URL домашней страницы".



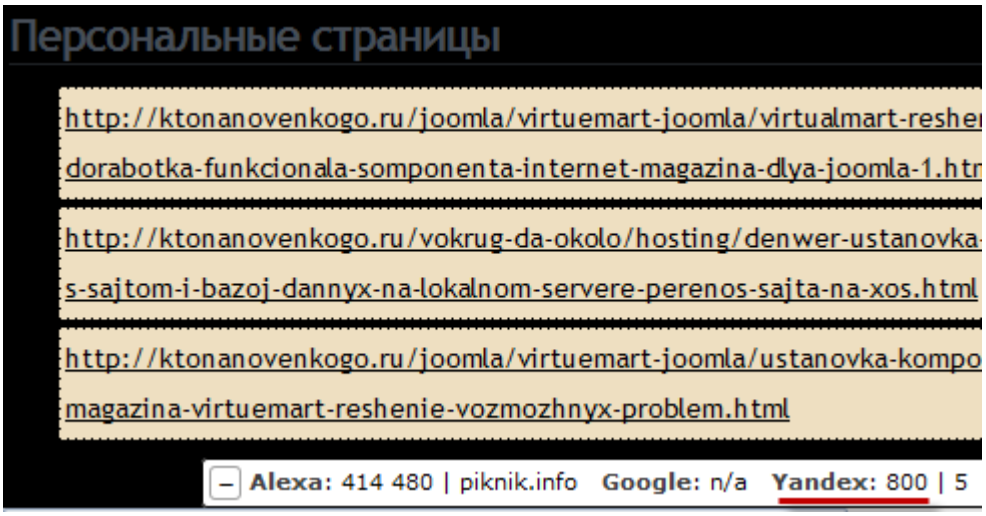
В поля из области "дополнительная информация" можно будет, при желании, добавить околоссылочный тематический текст. Переходите на главную страницу, в самом низу которой находите свой логин с URL публичной страницы профиля, который потом прогоняете по аддурилкам поисковиков.

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), 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), 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 анкора. Как всегда регистрируемся (_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.

Часть III/19. Вечные ссылки, трафик, околоссылочный текст

Автор: Александр Люстик (MyOST)

В последнее время просто дикие споры случаются по поводу того, что больше рулит, вечные или не вечные ссылки, те по которым идет трафик или по которым не идет, учитывается левая или правая часть околоссылочного текста…

Наверно стоит пройтись по каждому из пунктов, причем захотелось об этом поговорить именно в свете появления "усредненного" варианта, который объективно является "серединой", той самой, можно сказать что золотой. Попутно затрону стандартные вопросы, которые задают пользователи.

Вечные, полувечные, изувеченные ссылки.

Это стандартный вопрос, что рулит, сапоссылки или "вечные", к вечным я отношусь крайне субъективно, возможно, т.к. за ними нет контроля и часть из них умирает или снимается, поэтому их использование полностью зависит от тематики и бюджета заказчика.

Вечная – это инструмент маркетинга, не более того, мы прекрасно понимаем, что гарантировать ее нахождение хотя бы года 2-3 никто не в состоянии, может измениться владелец сайта, может просто снести ссылку, а может и сам сайт просто умереть, но при этом ссылка все равно будет называться "вечной".

Почему так? – маркетинг, если не называть вечной, то кто такие деньги будет платить?

Даже самая популярная биржа "ссылок навсегда" дает только 3 месяца гарантии, т.к. объективно дашь больше – материальных потерь не избежать.
Поэтому нужно очень четко расставлять приоритеты, в зависимости от бюджета и тематики продвигаемого сайта.

Трафик, поведенческие факторы у ссылок.

Нужны ли "ссылки навсегда"? – конечно нужны, они позволяют создавать ту самую трастовую подушку для сайта, которая во многих тематиках будет решающей. Да и сокращается зависимость от разного рода не стабильных элементов, сбоев и прочего, если говорить о биржевых ссылках.

Я не говорю, что биржевые ссылки потеряли свою эффективность, просто она снижена. Именно поэтому *Mainlink* начал работать с поведенческими факторами у ссылок, а не просто продавать ссылки. У многих площадок, качественных площадок, появились дополнительные показатели, вебмастера тоже хотят пометить свою площадку как качественную, а без поведенческих факторов уже не так легко это сделать.

Вот так и адаптируются, **подстраиваются некоторые биржи ссылок под новые условия игры**, которые "рисует" поисковая система.

Да, существуют разные виды вечных ссылок, от обычных постовых, до размещаемых в статьях. Но между "навсегда" и "сапоссылками" до сих пор существовала пропасть, т.е. дорого и сразу или дешево и подневно. А то что реально было нужно рынку – практически не существовало.

Как продвиженец я хочу видеть всего несколько факторов, которые мне нужны:

- Качественный рекламный текст, в котором запечатана ссылка.
- Больший объем гарантий, в контексте срока.
- Расположение не в "жопе мира", чтобы работал поведенческий фактор у ссылок, чтобы по ним осуществлялись переходы, а значит – чтобы ссылка работала!

И черт побери, но наконец-то эти потребности услышали, Сергей респект, спасибо и прочие благодарности. **Ссылки навсегда из тематических объявлений с рассрочкой платежа**!

Объективно – лежит на поверхности данный формат, но почему его начали реализовывать только сейчас?

Ведь совершенно точно, что каждый хочет, что бы по ссылкам еще и переходили, т.к. получается почти **контекстная реклама с SEO эффектом** (разумеется без таргетинга и с меньшим охватом площадок)!

На мой взгляд – это прорыв, т.к. осуществляется полный контроль этих ссылок, а процесс продвижения удешевляется, отсутствует такой формат, что пришел заказчик, на него накупили вечных ссылок на весь бюджет, а он ушел через 3 месяца. В результате ВЕСЬ бюджет потрачен и заказчика нет, отсрочка платежа в этом аспекте очень помогает контролировать расходную часть и распределять ее более равномерно.

Кроме того, рассрочка **на 6 месяцев**, т.е. вся сумма за эту вечную ссылку в объявлении будет выплачена за срок в 2 раза превышающий "гарантии" которые сейчас есть на рынке, в 3 месяца! Оплата ссылки идет постепенно, **в течении 180 дней**, а не "загоном" всего бюджета в первый месяц. Если в течении этого времени нужно будет изменить объявление или урл – его тоже можно заменить.

Самое главное, что расположено объявление не в подвале, а как раз "под контекст" маскируется, что в совокупности с тематическим размещением будет приносить трафик, а **ссылка по которой идет трафик – будет работать**. Модерация площадок двойная, собственно *Mainlink* + *Rookee*, 2 совершенно разные модерирующие стороны, это хорошо.

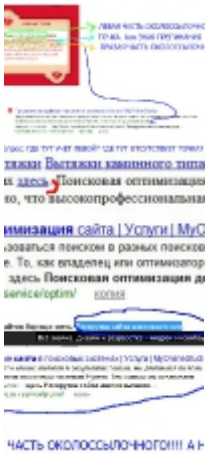
Покупка этих ссылок возможна только через Rookee, в интерфейсе и будет осуществляться полный контроль за ссылками, но не все и сразу найдут где покупать, в Руках все построено на сценариях, соответственно покупку этих объявлений нужно настраивать в сценариях.

Затем назначать бюджет, на различные виды ссылок.

Околоссылочный текст. Левый, правый, средний.

Относительно недавно получился бодрый срач на эту тему, с одним из участников сообщества на Я.Ру. Со взаимным киданием в друг-друга разных субстанций

Но результат таков, что я выложил несколько примеров. О том как работает околоссылочный текст для естественных ссылок, об этом я уже говорил и не раз.



Как видите на скринах, **околоссылочный текст нужен для естественных ссылок**, тематическое окружение **идет в анкор лист документа**, причем на 29.04.2011, как и годом ранее, в учет идет именно правая часть.

Кто не согласен – приводите примеры прохождения левой части. Только аргументировано, т.к. я сам хочу что бы левая часть учитывалась, это более естественно. 😉

Я не говорю, что нужно писать только с правой части тексты, нужно и с левой обязательно писать, хотя бы чтоб не получить склейки с другими ссылками, стоящими рядом с вашей. Тем более уже менялся учет с левой на правую часть, **поэтому я использую окружение с обоих сторон**!

P.S. у околоссылочного много интересных моментов, но пока спор лишь о учете для анкор-листа. По другим аспектам, я наверно отдельно расскажу с исследованиями, но гораздо позже.

Часть III/20. Околоссылочный текст и анкор-листы

Автор: Сергей Сосновский

В прошлом посте мы беседовали про *виды анкоров*, а сегодня я хочу поговорить про околоссылочный текст и анкор-листы. При создании ссылочной массы важен не только текст ссылки, но и его окружение, страница, с которой стоит линк, сам сайт. Опять же все нижесказанное – это мои выводы и рассуждения, которые в большинстве случаев относятся к Яндексу.

На качестве и выборе сайтов, с которых ставятся ссылки, я останавливаться не буду.

Околоссылочный текст

Под околоссылочным текстом я понимаю не только пассаж (грубо говоря, 1 предложение), но а также весь текст на странице. Контент вокруг анкора в идеале должен быть:

- тематическим. В таком случае ссылка будет как бы рекомендацией.
- Уникальным.
- Объемным. Как правило, чем больше, тем лучше, но переусердствовать не стоит.
- Чем меньше ссылок со страницы (сайта) на нетематические и (или) некачественные ресурсы, тем лучше.

Все это легко сделать, когда покупаются вечные ссылки в таких биржах как gogetlinks или miralinks. При *продвижении низкочастотных поисковых запросов* в некоторых случаях целесообразно использовать *ссылочные агрегаторы* или биржи арендуемых ссылок (sape и подобные). Там, как правило, в распоряжение оптимизатора дается небольшой размер публикуемого контента (около 100 символов). Сильно не разгуляешься .

Эти 100 символов желательно сделать уникальными и тематическими анкору, подобрав релевантные окружающие слова. Откуда их брать? На помощь могут придти 3 вещи (продвигаем запрос “продвижение сайтов”):

1) Правая колонка *wordstat*. Она часто помогает оптимизатору.

Что еще искали люди, искавшие **«продвижение сайтов»**:

Слова	Показов в месяц
оптимизация бизнес процессов	1439
оптимизация	147895
поисковая оптимизация	5711
поисковая оптимизация сайтов	3452
оптимизация сайта	12657
раскрутка сайта бесплатно	4225
раскрутка сайта +в поисковых системах	222
разработка	1189789
создание	1960763
продвижение	140995
раскрутка	71514
раскрутка сайта	33439

Контекстная реклама и #a#продвижение сайтов#/a# поможет в *оптимизации бизнес процессов*.

Форум поисковых систем о #a#продвижении сайтов#/a#. Понятно и доступно. Помощь новичкам.

Таких вариантов можно составить очень много. Если продвигаемый запрос слишком длинный и (или) по нему правая колонка ничего не показывает, то сократите его до ключевой фразы (слова). Пример: “Как выбрать хостинг для wordpress” -> “хостинг”.

2) Поисковая выдача Яндекса. В ней можно найти идеи не только для анкоров, но и для околоссылочного текста. Это слова, выделенные жирным шрифтом: синонимы и спектральные фразы.

3) Собственная голова на плечах. Если вы продвигаете проект, тематика которого вам хорошо известна, то наверняка не составит труда составить качественные околоссылочные тексты .

Важным частным случаем является околоссылочный текст естественных анкоров (вида URL, тут, здесь и так далее). Важно, чтобы рядом с ними располагались ключевые фразы (или их вариации), по которым идет продвижение.

Продвинуть сайт #a#тут#/a# можно за 100 рублей. ТОП 10 гарантирован.

На странице блога #a#http://site.ru/#/a# *продвижение сайтов* описано в лучшем виде.

Анкоры-листы

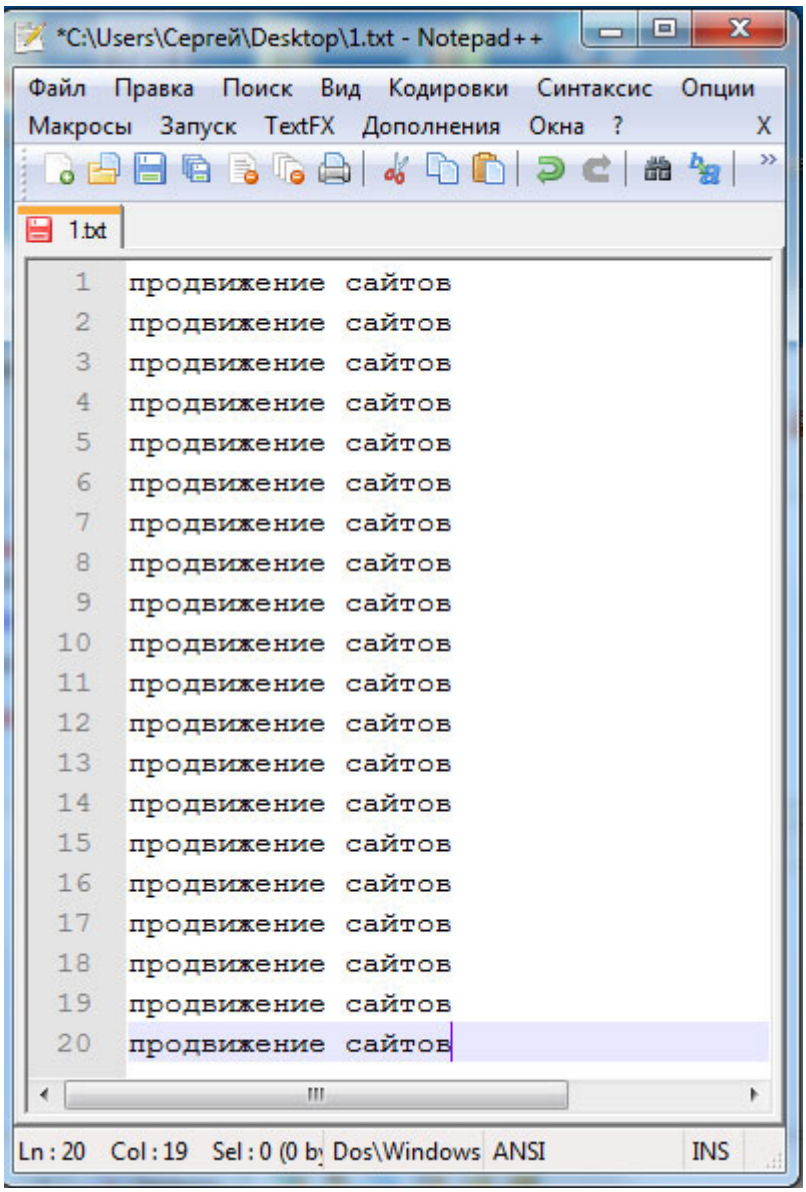
Поисковые системы ведут учет ссылок – это известно каждому. Также ведется учет анкоров, которые ссылаются на ресурс. Я выделяю:

- анкор-лист сайта.
- Анкор-лист документа (страницы).

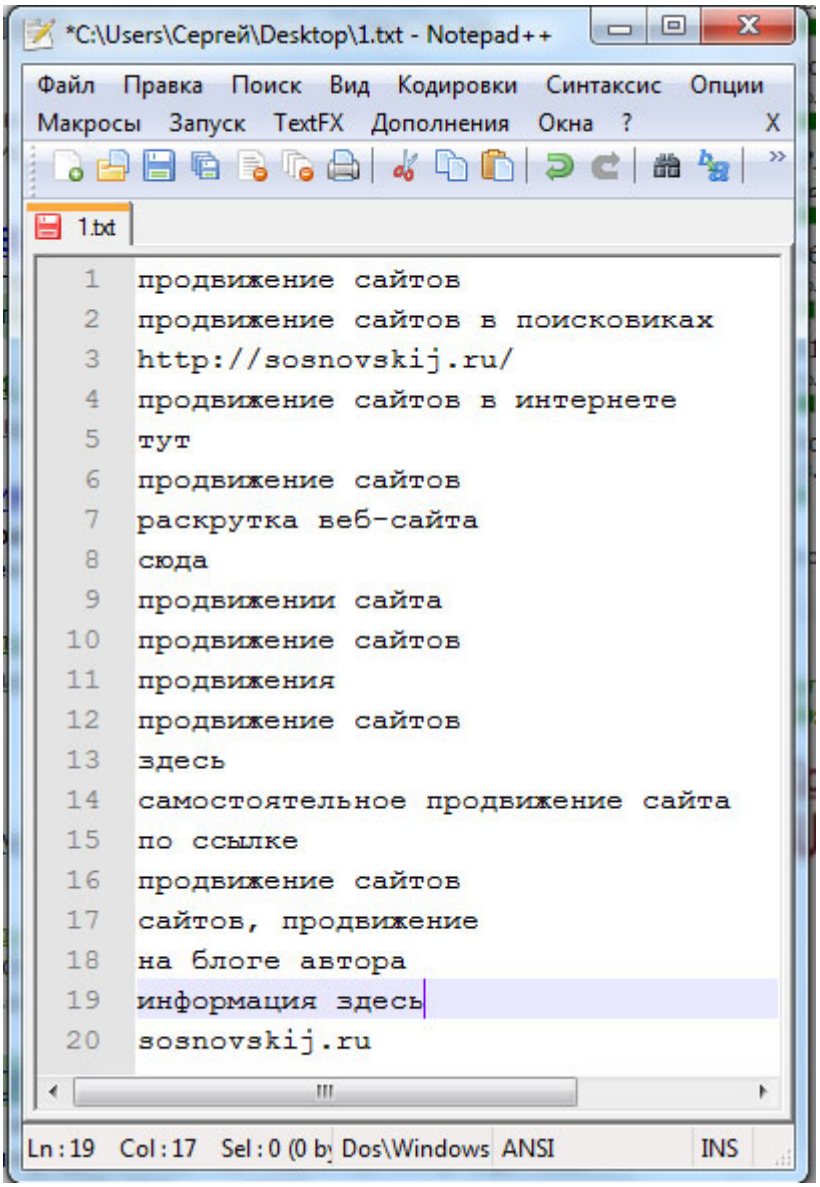
По анализу этих списков складывается вывод о релевантности той или иной страницы, того или иного сайта (здесь правда не стоит забывать о других факторах ранжирования).

Также как поисковая система оценивает переоптимизированность текстов, она может оценивать переоптимизированность анкор-листа. Сравните 2 примера.

Пример №1.



Пример №2.



Из этих 2-х вариантов понятно, что на странице, куда ведут эти анкоры, говорится о продвижении сайтов, но первый переспамленный, потому как неестественно, когда на страницу идет 20 ссылок с одинаковыми текстами. Поэтому я считаю, что в современных реалиях SEO (*в частности продвижения в Яндексе*) предпочтительно создавать анкор-листы, похожие на второй пример.

Процентное соотношение ссылок в анкор-листе

Сколько и каких ссылок покупать? Это наверно извечный вопрос. Но на него, к сожалению, нет точного ответа. В плане количества закупаемых линков лучше начинать с небольших чисел и бюджетов. Во-первых, постепенное увеличение ссылочной массы естественнее, чем ее скачок. Во-вторых, экономия бюджета: не нужно платить за лишние ссылки, когда сайт занял бы необходимые позиции без них (купили сразу на 10000 рублей, а на самом деле хватило бы и 5000).

Если говорить о процентном соотношении, то сейчас я придерживаюсь примерно таких пропорций:

1. Прямые вхождения 30-50%.
2. Разбавочные – 25-35%.
3. Естественные – 25-35%.

Такое соотношение позволяет создавать анкор-листы примерно похожие на 2-ой пример.

Резюмирую все вышесказанное, можно сделать вывод о важности нахождения ссылок в тематическом или близком по значению окружении с разнообразными анкорами. Все это придает естественность ссылочной массе. Чем поисковая система считает ее естественнее, тем бОльший вес она передает, тем выше позиции сможет занять продвигаемый сайт.

Часть III/21. Как разместить бесплатную ссылку на сайт

Автор: Дмитрий 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 завалящаяся, 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 любою 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, блога, сайтах, форумах и подобных ресурсах. Правда, у них гораздо попроще 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, получат 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 поисковым 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 сравнения 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 ленту (feed, фид)*, 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
```

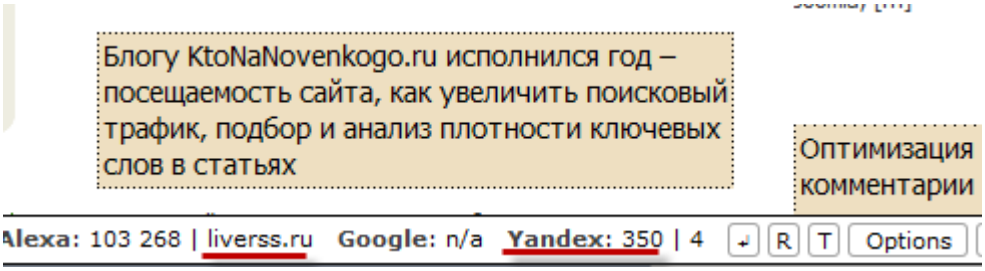
а так же вы получите возможность подсчитывать и отображать на своем сайте количество подписчиков на ваш RSS канал, а так же эта информация будет доступна и рейтингам, которые используют количество подписчиков на RSS ленту, как критерий ранжирования вашего проекта в рейтинге. Добавление вебсайта в рейтинги 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 добавлении своего проекта в некоторые каталоги блогов.

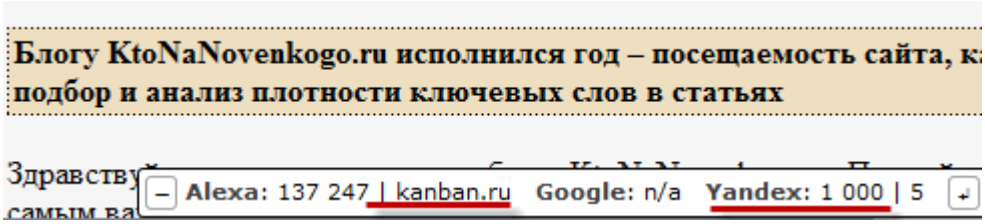
1. Каталог русскоязычных RSS лент *LiveRSS* имеет неплохой **ТИЦ=350** и обратные ссылки с его страниц будут успешно проиндексированы поисковиками. В качестве подтверждения открытости для поисковиков **бесплатной обратной ссылки с этого каталога**, приведу скриншот:



   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 SEObar*.

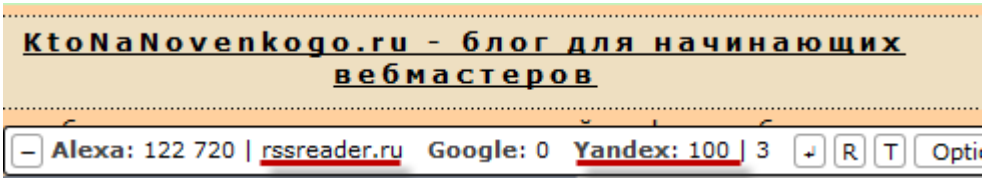
Для добавления своей RSS ленты в каталог LiveRSS вам достаточно на главной странице ввести адрес своей *RSS ленты* в поле "Проверить/добавить RSS-канал" и нажать на кнопку справа от этого поля. Собственно все, можно переходить к следующему RSS каталогу.

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.



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".



URL страницы с бесплатными обратными ссылками вы можете прогнать для гарантии их индексации поисковиками по аддурилкам (аддурилки *Яндекса* и *Google*).

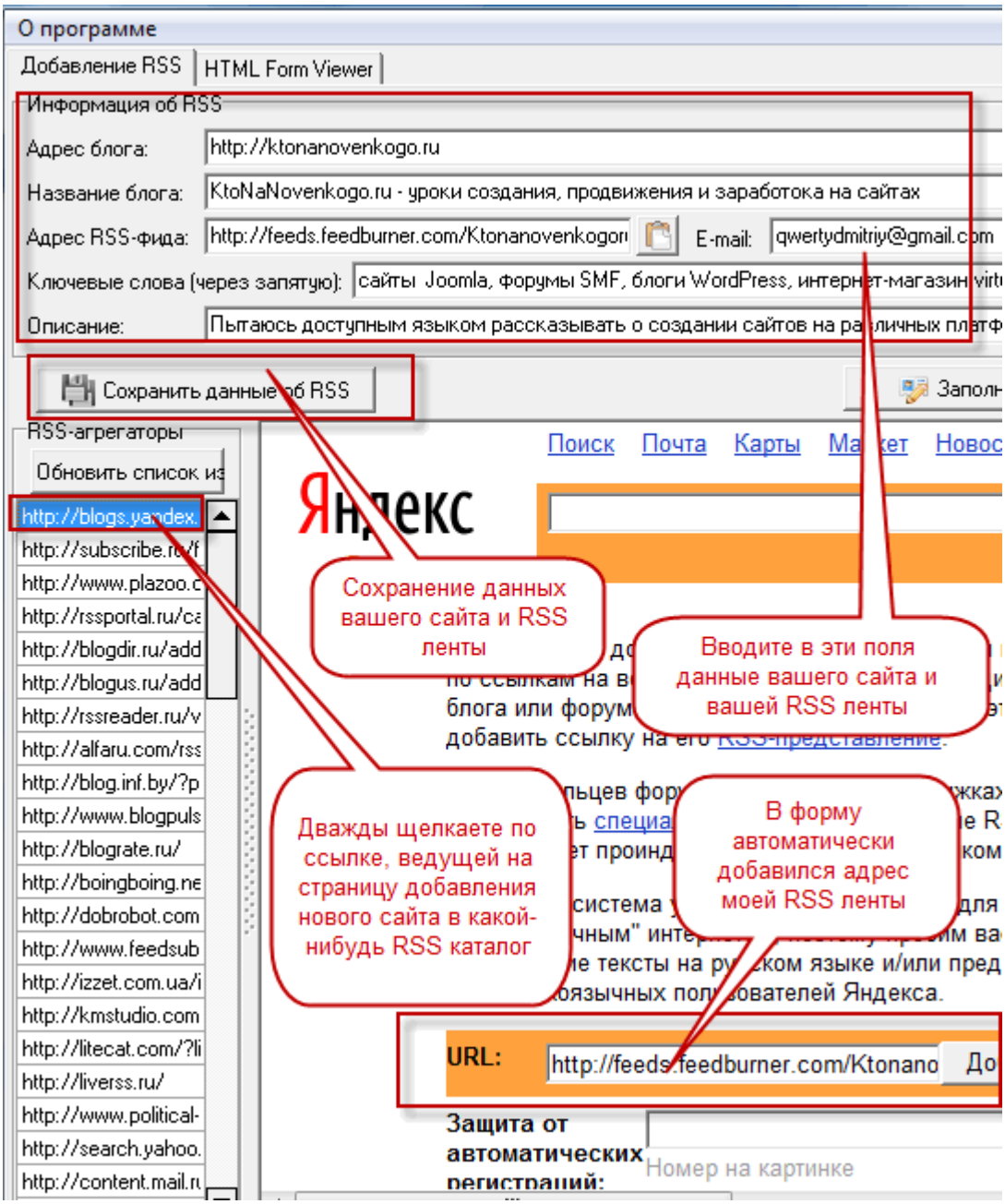
Возможно, что часть обратных ссылок с этих RSS каталогов будет закрыта для индексации поисковыми системами, но все же какие-то обратные ссылки будут проиндексированы поисковиками.

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*.

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**.

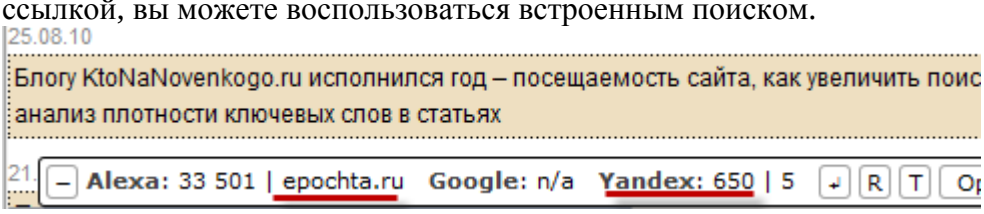
Для этого вам нужно будет дважды щелкнуть по адресу первого каталога в левой колонке под кнопкой "Обновить INI" (эта кнопка вам может понадобиться, если вы скачаете с авторского сайта новую базу каталогов и рейтингов в формате INI и скопируете ее в каталог с программой RssAdder). В результате, в центральной 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

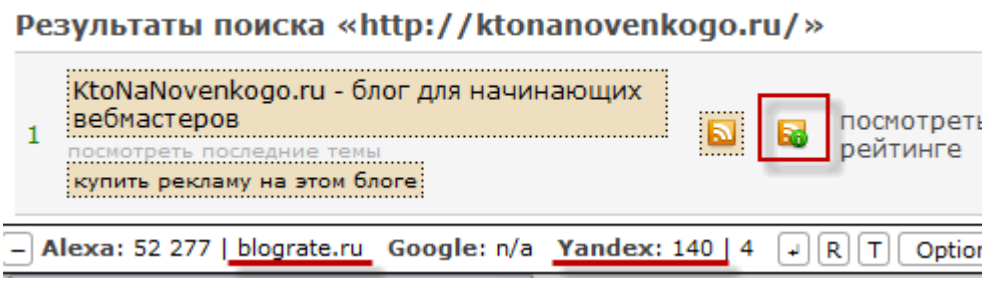
1. Рейтинг блогов *Epochta* имеет **ТИЦ=650** и с него можно запросто **получить бесплатные ссылки на сайт** при условии, что ваш ресурс является блогом или же просто имеет RSS ленту. Добавить свой вебсайт можно на главной странице в правой колонке, где вам нужно будет указать адрес и название вашего 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

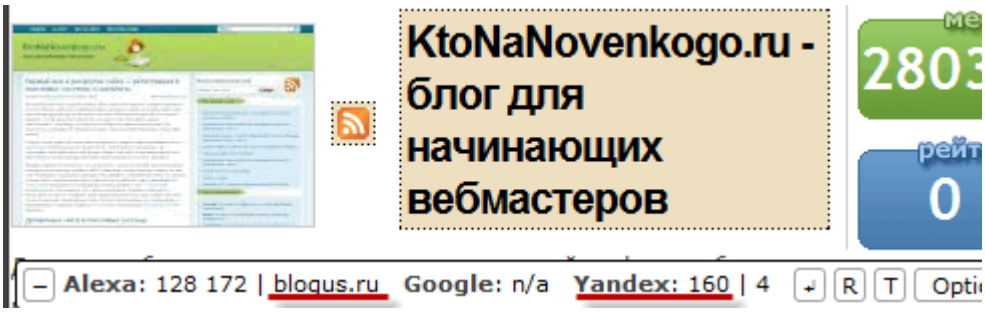
вы можете прогнать по аддурилка для ускорения ее индексации поисковыми системами (аддурилки *Яндекса* и *Google*).

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":

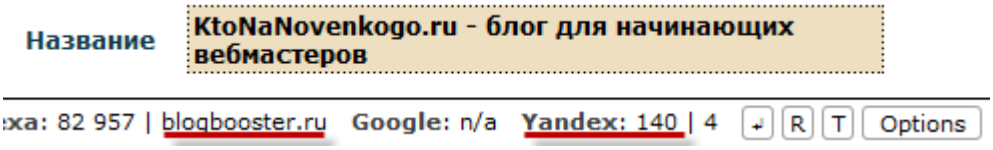


URL страницы с бесплатными обратными ссылками можно прогнать по аддурилкам поисковых систем.

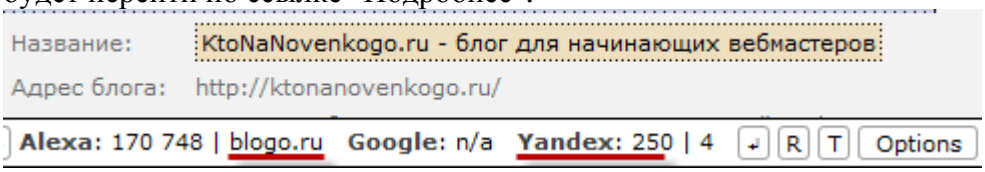
3. Рейтинг блогов *Блогус* имеет **ТИЦ=160** и само собой **позволяет получить бесплатные обратные ссылки**, иначе бы его не было в этом списке источников бесплатных бэков на сайт. Добавить свой ресурс вы сможете *на этой странице.*



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".



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**.

Часть III/22. Внешние ссылки из профилей

Автор: Дмитрий KtoNaNovenkogo

Сегодня хочу продолжить тему **получения обратных внешних ссылок на свой сайт** или, другими словами, тему *внешней оптимизации*. Несмотря на то, что внешняя оптимизация (получение как можно большего количества внешних ссылок на свой сайт) уже не имеет того сумасшедшего влияния на успешность раскрутки сайта, как было до недавнего времени, но все равно важность этого аспекта для продвижения трудно переоценить.

Сложность для **сайтов, продвигающихся по некоммерческим запросам**, заключается в том, что поисковые системы перестали учитывать в этом случае покупные ссылки. Поисковики анализируют анкоры (тексты) внешних ссылок и выделяют те, которые состоят из ключевых запросов, а затем анализируют сайт донор (с которого проставлена данная ссылка) на предмет торговли ссылками (если с донора будут проставлены еще и другие внешние ссылки, но уже другой тематики, то этот сайт будет причислен к продажным).

Где и как получить внешние ссылки для некоммерческих поисковых запросов

Ну и получается, что **покупка ссылок для продвижения по некоммерческим запросам** становится делом не рентабельным. Правда, можно попробовать закупаться безанкорными ссылками (в качестве текста ссылки может использоваться URL, либо слова «тут», «ссылка» и т.п.).

Такие ссылки не будут влиять на ранжирование страницы в поисковой выдаче, но зато позволят получить какой-то *траст*. Хотя, это тоже вилами по воде писано, ибо на биржах ссылок очень мало трастовых ресурсов и даже более того — некоторые внешние ссылки, купленные в бирже, могут утянуть ваш проект вниз за счет **переданного отрицательного траста** (слышали, наверное, истории, когда люди продвигают проекты не докупая новые, а наоборот, снимая выборочно некоторые из купленных ранее оптом ссылок с отрицательным трастом).

При покупке безанкорных ссылок можно будет еще воспользоваться такой особенность поисковых систем, как **использование околоанкорного текста в качестве анкора**. Лучше будет использовать околоанкорный текст и справа и слева от ссылки, ибо поисковики могут в разное время использовать разные алгоритмы учета текст рядом с ссылкой.

Тоже самое можно сказать и про наш *способ получения обратных внешних ссылок* — из профилей трастовых сайтов. Если у вас будет возможность употребить ключевые слова в профиле до и после проставляемой обратной ссылки, то не примените этим воспользоаться. Таким образом, обратные внешние ссылки из профилей будут способствовать не только наращиванию траста и *статического веса*, но и могут оказаться полезными в ранжировании.

Но со ссылками из профилей может возникнуть такая загвоздка, что у вас не будет возможности проставить ссылку большей длины, чем предусмотрено. Поэтому не всегда у вас получится **проставить внешнюю ссылку из профиля на нужную страницу** (длина URL может оказаться слишком большая), а только либо на главную, либо на страницы рубрик, URL которых обычно короче, нежели адреса страниц со статьями (которые вы и продвигаете в основном по *низкочастотным запросам*). Во всяком случае, у меня возникает именно такая ситуация.

В плане передачи траста и статического веса вашему ресурсу тут ничего криминального нет, ведь разветвленная система *внутренней перелинковки* легко позволит статическому весу равномерно распределиться по продвигаемым вами страницам со статьями.

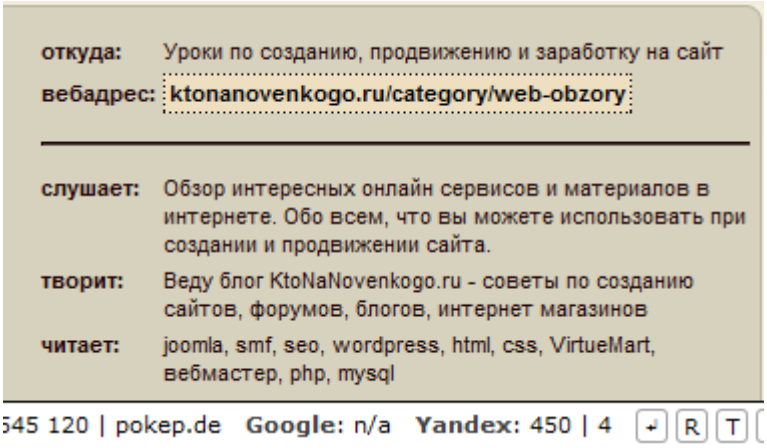
Но если бы можно было проставить в профилях внешние обратные ссылки именно на продвигаемые страницы, да еще и вставить околоанкорный текст, то это могло бы повлиять не только на наращивание траста и статического веса, но и позволило бы **помочь вашему сайту при ранжировании в поисковой выдаче** за счет ключевых слов в околоанкорном тексте.

Вот такая вот теория по особенностям получения обратных внешних ссылок на сайт, в том числе и из профилей трастовых (жирных) ресурсов. Насколько эти обратные ссылки эффективны и какой реальный статический вес способны передать на ваш ресурс я затрудняюсь сказать. В любом случае, это не будет панацея от всех невзгод и вам по прежнему основной упор нужно будет делать на *внутреннюю* и *поведенческую оптимизации*, ибо именно при движении в этом направлении вы получите наибольшую выгоду в раскрутке и увеличении посещаемости.

Да, еще хочу сказать, что мне жутко надоело подробно описывать получение той или иной обратной внешней ссылки из профиля, поэтому сегодня не буду этого делать — только голые факты. Тем более, что практически во всех комментариях к статьям по тематике *Поисковая оптимизация и продвижение сайта* мне пеняют на водность и излишний объем текстов. Вот и пришла, наверное, пора прислушаться к этим замечаниям.

Внешние обратные ссылки из профилей

1. Pokep.de — Тиц=450. Безанкорная внешняя обратная ссылка с возможность использования околоанкорного текста (_http://www.pokep.de).



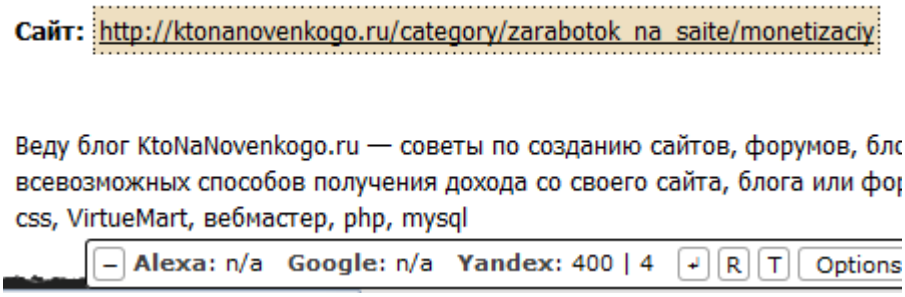
Напомню вам, что URL страницы с вашей новой внешней обратной ссылкой будет целесообразно, наверное, **добавить в аддурилку** (форма для добавления адресов новых страниц, которые еще не

проиндексировали поисковые системы) *Яндекса* и *Google*, ну или каким-либо другим известным вам способом сообщить о данной странице поисковым системам, чтобы они как можно быстрее проиндексировали и учли вашу новую внешнюю ссылку из профиля.

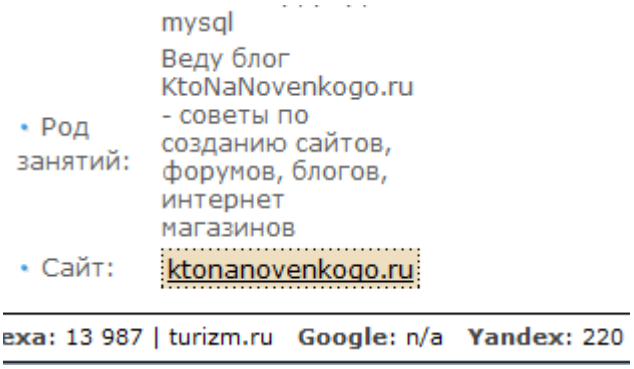
Кроме этого, при добавлении в аддурилку Яндекса адреса страницы с вашей новой внешней ссылкой, вы получите ответ на вопрос — закрыта ли эта страница для индексации поисковыми системами через *файл robots.txt* или нет. Определить, открыты или нет для индексации поисковыми системами внешние ссылки на странице, можно с помощью *плагина SEObar для Opera*. С помощью этого плагина вы сможете наглядно увидеть, **открыта внешняя ссылка для индексации поисковиками** или нет.

Например, на приведенном выше скриншоте, ссылка на KtoNaNovenkogo.ru подсвечена светло-коричневым цветом, что означает ее открытость для индексации поисковиками. Сама панель SEObar так же способна выводить значения *ТИЦ*, *Page Rank* и *Alexa Rank* и многое другое (читайте об этом подробнее в статье о SEObar, перейдя по приведенной чуть выше ссылке).

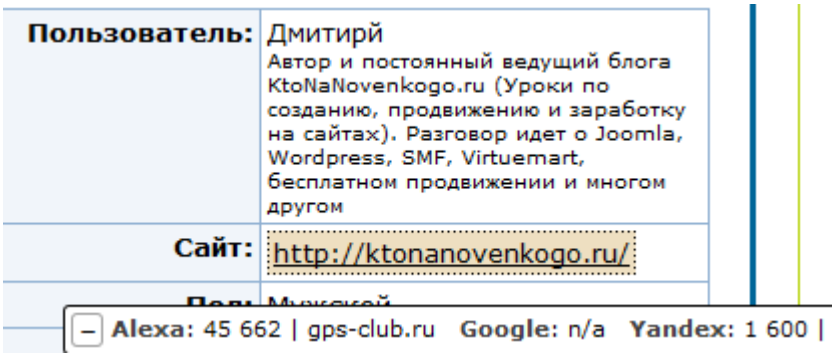
2. Revisor — Тиц=400. Безанкорная внешняя обратная ссылка с возможностью добавления околоанкорного текста, который при удачном стечении обстоятельств может быть учтен поисковыми системами в качестве анкора (_http://revisor.od.ua/).



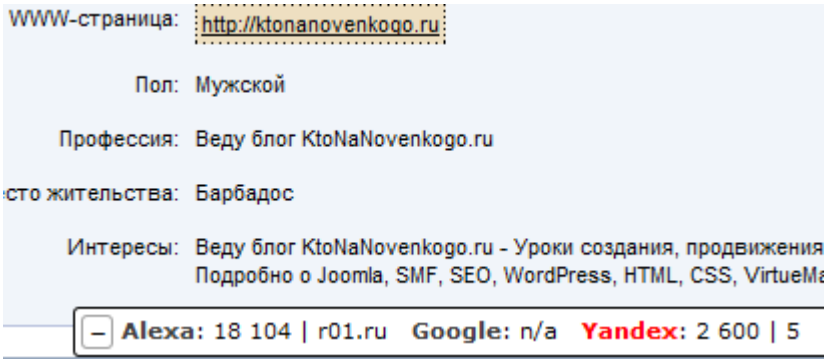
3. Turizm — Тиц=200. Опять безанкорная ссылка с околоанкорным текстом (_http://www.turizm.ru).



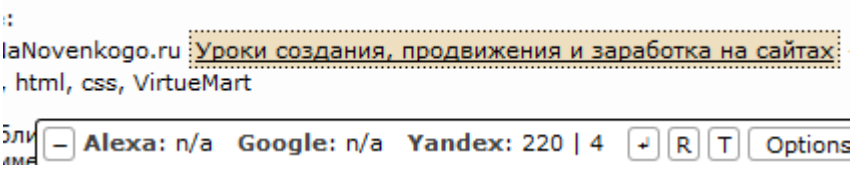
4. Gps-club — Тиц=1600. Внешняя ссылка будет без анкора, но при должном заполнении профиля вполне возможным будет прикрутить к ней околоанкорный текст (_http://www.gps-club.ru).



5. Quote.rbc — Тиц=3200. Внешняя ссылка, как всегда безанкорная, но в области «интересы» или похожие графы профиля можно будет добавить околоанкорный текст (_http://quote.rbc.ru/forum/).
6. R01 — Тиц=2600. Все как обычно — внешняя ссылка и околоанкорый текст (_http://r01.ru/forum.php).



7. Sasisa — Тиц=220. У этой внешней ссылки можно будет использовать анкор с нужными вам ключевыми словами (_http://sasisa.ru/).



Часть III/23. 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.

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?

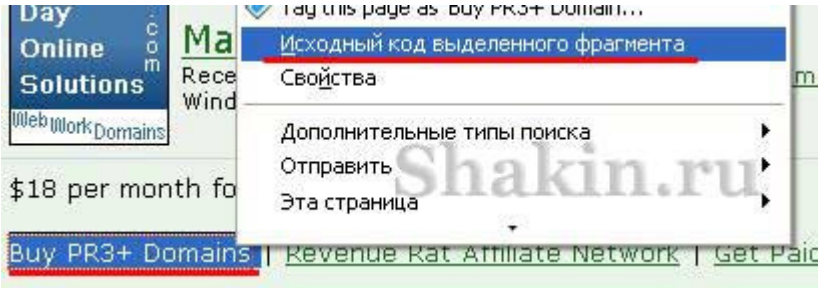
Ссылки в подписях должны быть прямыми (без редиректа) и не должны быть закрыты через noindex и nofollow.

Как это проверить?

Очень просто. Заходим на форум. Потренируемся на моем любимом форуме *forums.digitalpoint.com*.Заходим в любую тему, например, в *эту*, 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 такий 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:

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 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 “ыыы”, “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.

Часть III/24. Секрет ссылочного обмена, или почему обмен ссылками держит сайты в Топе

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

Периодически встречаю в топе разных тематик, причем на 1 месте, сайты, не имеющие покупных беков. Во всяком случае эти беки не видит yahoo. Зато вижу различные сайты по обмену ссылками, на которых стоят кнопки, ведущие на сайт в топе. В чем секрет такого продвижения?

Секрет такого продвижения – **в особенностях тематического ссылочного обмена**. Среди моих конкурентов в нескольких тематиках тоже есть сайты, которые стабильно держатся в топе по конкурентым ВЧ при любых алгоритмах только на ссылочном обмене (плюс внутренние факторы). В одно время я потратила не один час, что б разобраться в причине такого влияния обменных ссылок, и поначалу не нашла никаких особых отличий обменных доноров от покупных. Но после знакомства с Мадридским докладом Яндекса появилось одно предположение, которое замечательно объясняет “особый” вес ссылочного обмена.

Как стало известно из Мадридского доклада, алгоритм Яндекса умеет отличать продажные и естественные ссылки (и страницы, продающие ссылки) для того, что б по-разному учитывать их при ссылочном ранжировании. Логично предположить, что естественные ссылки имеют бОльший вес, чем продажные. Согласно мадридскому докладу, **донор считается “продажным”, если он содержит несколько исходящих ссылок на сторонние ресурсы РАЗНЫХ тематик** (практически любая площадка из сапы или другого брокера содержит сотни и тысячи ссылок на разнотематичные ресурсы). Получается, что если **все исходящие ссылки относятся к одной тематике, такой донор не будет считаться “продажным”**, и вполне вероятно, что ссылка с него будет восприниматься как естественная и иметь бОльший вес.

Если присмотреться к сайтам, которые держатся в топе за счет ссылочного обмена, можно заметить, **что бОльшая часть их партнеров меняются ссылками только с сайтами одной (своей) тематики**, за счет чего ссылки с них могут считаться естественными и иметь бОльший вес, чем ссылки, купленные через биржу с площадок, ссылающихся на все подряд.

Вполне возможно, что именно в этом и заключается “секрет” особого влияния тематического обмена на позиции сайта.

Часть III/25. 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 правильным 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**" анкорами 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*

Часть III/26. Внутренние ссылки: сколько ссылок слишком много?

Автор: Александр Люстик (MyOST)

В SEO уже давно идут дебаты о том, какое максимальное количество внутренних ссылок может быть размещено на одной странице.

Если вы используете *SEOmoz PRO менеджер*, то вы можете увидеть примерно такое предупреждение:

Если вы углубитесь в эту статистику, то вы увидите следующее сообщение:

Постарайтесь избежать слишком большого количества ссылок на странице (тут это "'слишком большое" количество начинается от 100 ссылок).

Многие задались вопросом, а каким образом мы установили, что именно **100 ссылок является тем магическим числом** и является ли оно строгим лимитом или просто рекомендацией. Чтобы ответить на эти вопросы, я собираюсь обратиться к истории и найти последствия превышения этого барьера в 100 ссылок.

Откуда мы взяли число 100?

Появилось число 100 впервые из официальных источников Google и затем начало свое путешествие по многим интернет-ресурсам. В марте 2009 года, Мэтт Каттс, в одном из своих постов, впервые цитировал следующую фразу из инструкции Google для вебмастеров:

Следите за тем, чтобы количество ссылок на странице было меньше чем 100.

Согласно этому лимиту, поисковые пауки загружали определенное количество информации на странице. Как бы это не звучало странно, но лимит в 100 ссылок отлично работал для занесения копий страниц в поисковый кэш.

Наложат ли на сайт санкции за превышение этого количества?

Перед тем, как углубиться дальше, я хотел бы сказать, что за превышение этого лимита ни один сайт еще не получил никаких санкций со стороны поисковиков. В своем интервью, в августе 2007 года, Рэнд Фишкин ответил на высказывание *Мэтта Каттса* следующим образом:

"следите за тем, чтобы количество ссылок было меньше 100" является рекомендацией чисто с технической точки зрения, а не с качественной. Это не означает, что, если на странице сайта будет 101 или 102 ссылки, то они уберут ее из индекса. Вы должны помнить, что это делается только для занесения страницы с кэш.

С этого момента Google начал игнорировать ссылки, расположенные после определенной точки, но еще хуже стало то, что он перестал передавать через них ссылочный вес (PageRank). Индексация страницы осталась неизменной, никаких санкций не накладывалось.

Является ли число 100 до сих пор ограничением?

После того, как Мэтт Каттс прокомментировал инструкцию Google, оттуда исчезла следующая фраза - "меньше, чем 100". Подтвердили это и многочисленные исследования и эксперименты SEOшников и обсуждения в блоге Google. А в апреле 2010, инженер Google, Джон Му, сказал следующее:

100 ссылок на странице — это всего лишь рекомендация... Существует огромное количество страниц, где количество ссылок превышает 100 и это не является проблемой. Если ваша страница имеет достаточно траста, то Google в любом случае будет заинтересован в той странице, на которую она ссылается.

Как и многие другие "лимиты" Google, это число не является точным и зависит от авторитетности сайта. Кроме того, Google не стоит на месте, а вместе с этим изменяется и данное число (особенно после ввода "Кофеина").

Итак, имеет ли место быть это ограничение сегодня?

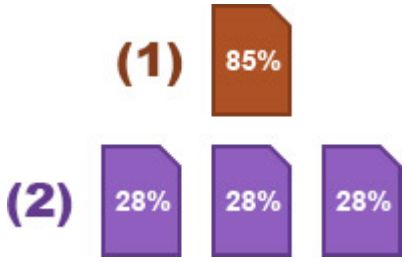
Если кратко, то "да". В SEO неизменно работает следующее правило: чем больше ссылок на странице, тем меньше веса передает каждая из них. Вот что об этом думает Мэтт:

Во всяком случае, вы делите PageRank страницы между сотнями ссылок, поэтому каждая ссылка будет передавать лишь ничтожное количество PageRank.

Другими словами это звучит так: чем больше ссылок на странице — тем меньше веса передает каждая из них. Конечно сегодняшняя система передачи PageRank гораздо сложнее, однако давайте взглянем на несколько простых примеров.

Пример 1: 3 внутренних страницы второго уровня

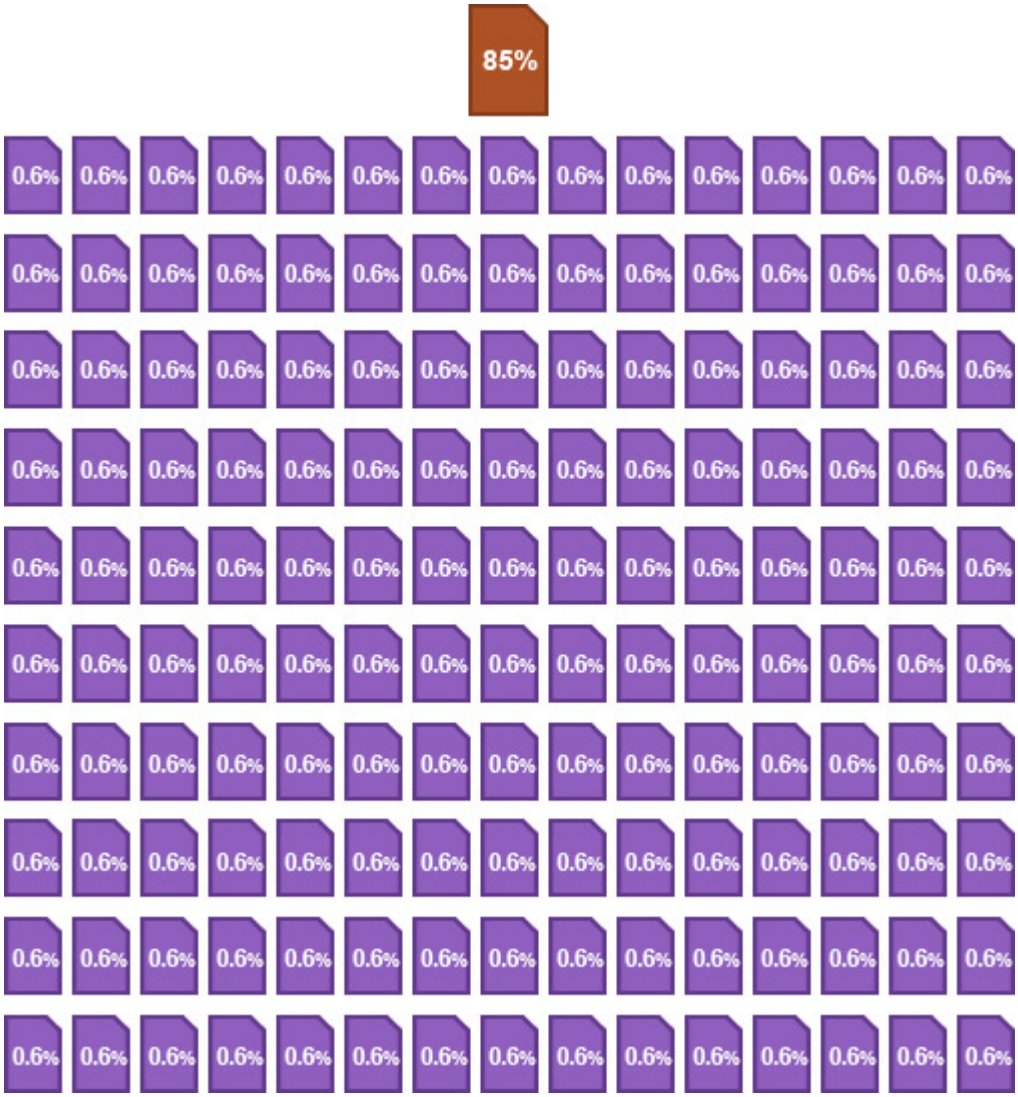
Допустим, у нас есть очень простой сайт, состоящий из главной страницы и трех внутренних страниц, на которые имеются ссылки с главной. Я упрощу модель передачи PR и разделю PR главной страницы на три части. Однако, Google не позволяет передавать весь PR страницы другим, поэтому, скажем, что страница передаст 85% PR. В результате мы получим примерно следующее:



Мы видим, что каждая страница получает примерно 28% PR главной страницы. Не стоит принимать эти числа за точные, так как я упростил реальную модель передачи PR.

Пример 2: 150 внутренних страниц второго уровня

Теперь давайте увеличим это количество страниц до 150. Распределение PR будет выглядеть следующим образом:



Разделив 85% от оригинального PR главной страницы на 150, мы получаем 0,6% на каждую страницу. На данной схеме отчетливо видно, как внутренний PR просто растворяется с ростом количества страниц.

Каково же оптимальное количество ссылок?

Однозначный ответ на данный вопрос не дать в силу того, что в SEO существует огромное количество нюансов. При создании сайта, мы должны находить компромисс между глубиной структуры сайта, удаленностью внутренних страниц от трастовых страниц и слишком простой ("плоской") структурой сайта.

Многие SEOшники рекомендуют использовать как можно более простую структуру, однако существует риск, что весь вес главной страницы разойдется по множеству внутренних. Действительно ли все ваши 150 страниц одинаково важны и заслуживают одинакового PR? Скорее всего нет.

Именно поэтому мы должны определить на какие страницы ссылаться с более трастовых, а на какие нет. Возможно правило 100 ссылок уже и устарело, но на него все еще можно полагаться.

MyOST: При этом эксперименты на новых сайтах дают свои результаты, на основе которых внутреннее распределение веса стараюсь делать тоже с максимальной эффективностью и ограничением внутренних ссылок, а также четкой прокачкой нужных страниц путем внутренней перелинковки.

К примеру - возьмем проекты из SAPE и посмотрим на количество внутренних ссылок.

0	2	0	5,50	☑
0				
737/736				

0	3	0	5,49	☑
0				
531/526				

Разумеется - основная цель такого количества ссылок, это просто вхождение в индекс как можно болшего количества страниц. Проанализируем ссылочную структуру такого проекта и какой вес будет на страницах.

Номе	Заголовок	Ссылка	Ссылки ведущие на	Ссылки ведущие со	Условный вес
1	Цена на не...	/	755	16	75,751879600...
2	Динамика ...	/dinami...	755	22	75,751879600...
3	Прогнозир...	/progno...	755	23	75,751879600...
4	Цены на н...	/tseny-n...	755	23	75,751879600...
5	Цена на не...	/tsena-n...	755	23	75,751879600...
97	Дочка CN...	/dochk...	755	26	75,751879600...
101	Слабая ма...	/slabay...	755	26	75,751879600...
103	Правитель...	/pravitel...	755	22	75,751879600...

С условным весом в 75+ единиц - большое количество страниц, дальше меньше, но после первых 30 страниц, по остальным растекается вес абсолютно без контроля, когда системные страницы обладают весом большим, чем контентные.

С другой стороны посмотрим на проекты из ТОПа, один клиентский, который был перелинкован под основной запрос.

Ном	Заголовок	Ссылка	Ссылки ведущие на	Ссылки ведущие со	Условный вес
1	Кислоро...	/	98	5	144,66543679...
3	OXY 500...	/oxy5...	31	29	25,990048138...
34	Спум-см...	/spoo...	3	2	12,629345188...
2	Каталог ...	/catal...	2	5	12,258939979...
35	Адреса ...	/tochk...	2	1	12,258939979...
36	Фоторе...	/exhibi...	2	2	12,258939979...
32	Кислоро...	/cockt...	5	1	3,3514954861...
37	Вопросы...	/map/	2	96	2,5754661458...

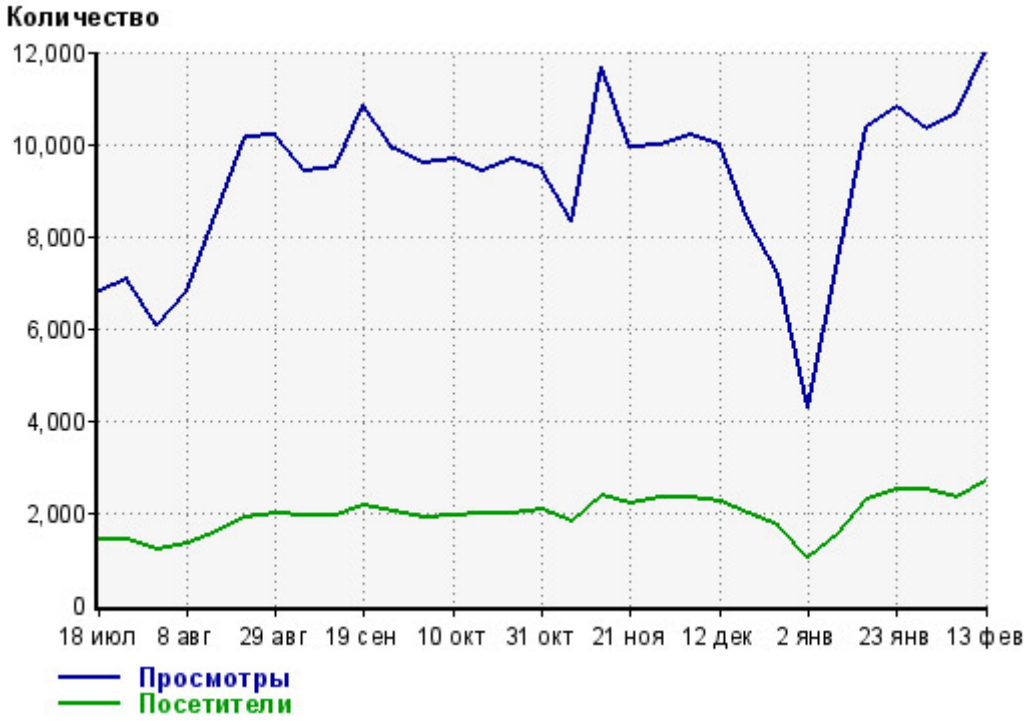
Контролируемая внутренняя перелинковка. Хотя, наверно, не сильно корректный пример, он "сдобрен" внешними ссылками. Возьмем другой пример, где продвигается не 1 страница, а несколько десятков, при всем этом - сателлит, который делался под трафик.

Ном	Заголово	Ссылка	Ссылки ведущие на	Ссылки ведущие со	Условный вес
1	Госуда...	/	1759	26	164,89144230...
2	Список ...	/avto/	1759	26	164,89144230...
3	Дилерс...	/dilers/	1759	26	164,89144230...
4	Площа...	/plosh...	1759	26	164,89144230...
5	Цены | ...	/price/	1759	26	164,89144230...
6	Задать ...	/faq/	1759	26	164,89144230...
7	Chevrol...	/chev...	1759	26	164,89144230...
8	Fiat, Фи...	/fiat/	1759	26	164,89144230...

Контролируемая перелинковка внутренних страниц на сателлите. Прокачивается пару десятков страниц, а также страницы НЧ не имеют лишних ссылок, что позволяет им отлично себя чувствовать в *топе по НЧ*.

Номер	Заголово	Ссыл	Ссылки ведущие на	Ссылки ведущие со	Условный вес
1514	СБСВ-...	/14...	1	26	1,0664534023...
1567	ООО "Е...	/10...	1	26	1,0664534023...
1602	Автоце...	/70...	1	26	1,0664534023...
1607	ООО "В...	/11...	1	26	1,0664534023...
1608	ООО "Л...	/11...	1	26	1,0664534023...
1625	Бугурус...	/460	1	26	1,0664534023...
1644	Транс...	/14...	1	26	1,0664534023...
1656	ЗАО "П...	/16...	1	26	1,0664534023...

Разница по двум последним картинкам ощутима? - я думаю да, внутренняя перелинковка четко просчитана, в результате без вложений в НЧ мы имеем приличный трафик для сателлита.



ВЧ для данного сателлита, под который прокачивались страницы - тоже в ТОПе, основной запрос в ТОП-3. При этом ссылочного на проект - 50 рублей в месяц, 27 ссылок.

Порога в 100 внутренних ссылок я стараюсь не достигать на реализуемых проектах и *сателлитах*, а также не закупаюсь на страницах содержащих более 100 внутренних ссылок.

Источник: *How Many Links Is Too Many?*
Перевод: *SEOM.info*

Часть III/27. Вспоминаем главное свойство ссылок

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

Мы с вами живем и наблюдаем те времена, когда ссылки предназначаются, в основном, для поисковых роботов, мы составляем и следим за правильными анкорами, стараемся передать максимум веса с доноров, ищем доноров с лучшими пузомерками и т.д. Увлекшись 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 комментарях на блоге закрыты от индексации, однако, это не значит, что к вам по ссылки 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 траффик.

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!

Часть III/28. Вопрос Sevab - польза от nofollow ссылок

Rissen

Rissen:
Здравствуйте.
В ветке http://www.seobuilding.ru/seo-forum/novosti_seo/blogovaya_sistema_livejournal_com_na_vseh_besplatnyh_akkauntah_zakryla_vneshnie_/
увидел Ваш комментарий "Хотя гоша ссылки с трастовых сайтов на трастовые ресурсы все равно учитывает, даже с ноуфоллоу."
Для меня это новость. В своем учебнике и на форумах Вы и Ваши коллеги учите нас, новичков, что основное, на что следует обращать внимание при "добыче" ссылок, это на траст ресурса и открытость ссылки. А теперь получается, что открытость ссылки не важна?
Или, исходя из Вашей фразы "с трастовых сайтов на трастовые ресурсы", это правило рулит только тогда, когда пузомерка ссылается на пузомерку?
Не могли бы Вы дать хоть небольшие пояснения. Заранее, спасибо.

Sevab:
Здравствуйте **Rissen**.
Конечно дам комментарий.

Что касается учебника: у него много соавторов и точка зрения на некоторые моменты может отличаться у каждого автора.
Этим книга и интересна, так как дает достаточно широкий обзор SEO подходов.
Если статья включена в учебник, значит я в принципе согласен с мнением автора, но это не значит что я согласен с ним во всем.

Теперь по ноуфоллоу:
Когда был придуман этот атрибут, разработчики гугла не могли предположить что почти на всех сайтах все ссылки будут заворачиваться в ноуфоллоу. Цель была отсечь действительно не надежные ссылки.

Но получилось так как получилось и поисковики столкнулись с другой проблемой - стало трудно учитывать голосование ссылками ввиду того что большинство из них не рекомендуют следовать по ссылке.
В связи с этим увеличилось влияние покупных ссылок, т.к. они всегда такие как нужно.

Я смотрел не один доклад Мэта Катса (Matt Cutts - один из ведущих программистов Google), в которых он достаточно уклончиво но ясно дает понять что гугл учитывает некоторые **nofollow** ссылки и это зависит от траста донора и акцептора.

В придачу, в своих панелях вебмастера гугла и яндекса я вижу некоторые такие ссылки на мои сайты.
Вероятно яндекс следует примеру гугла.

Конечно нужно стараться добывать открытые ссылки, но это совершенно не значит что некоторые **nofollow** ссылки не принесут вам пользы.
Например, ссылки с википедии на мои раскрученные ресурсы дают не только трафик (проверено).

ПС. понятие трастовости у каждого ПС разная, поэтому 100% формулы и гарантии полезности **nofollow** ссылки вам никто не даст (даже Matt Cutts).

Sevab:
Еще хочу добавить личные наблюдения по ссылкам с социальных сетей закрытым в nofollow.
Как правило от них никакой пользы кроме быстрой индексации и трафика нет.
Но я заметил что в панели вебмастера у меня иногда появляются такие ссылки (twitter, facebook, memori,

moemesto, bobrdobr и т.д.)

Индексация таких ссылок зависит не только от траста донора и акцептора но и от количества лайков (или как это называется в каждой системе), комментариев, а так же авторитета пользователей сети кто оставил эти лайки и комментарии.

Точных цифр дать не могу, но утверждаю что некоторые ссылки с соц. сетей (закрытые nofollow) замечательно передают вес.

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:
http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/vopros_sevab/

Часть III/29. Методы получения обратных ссылок на Интернет-магазин

Автор: Сергей Кокшаров (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 свечь. Свои статьи вы можете отправлять в хорошие релевантные каталоги.

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 руковоство 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.

Часть III/30. Плановая раскрутка интернет-магазина

Автор: Дмитрий Сидаш (sidash)

Сегодня мы поговорим о раскрутке интернет-магазина.

Интернет-магазины стали для многих предпринимателей таким же вполне реальным источником дохода, во всяком случае, ничем не уступающим оф-лайн магазинам. Более того, достаточно много предпринимателей переводят свои магазины в режим он-лайн вполне осознанно, тем самым освобождая себя от высоких расходов на аренду офисов, торговых помещений и проблем с контролирующими госорганами.

SEO: Плановая раскрутка интернет-магазина.

У интернет-магазинов есть несколько важных преимуществ, благодаря которым раскрутка интернет магазинов — это на сегодняшний день одно из самых востребованных интернет-сопровождений. Во-первых, нет необходимости тратить деньги на содержание складских помещений — можно договориться с поставщиками работать под заказ, во-вторых, интернет-магазины работают в режиме нон-стоп (даже в праздничные дни можно оформить заказ). Кроме того, покупатель может ознакомиться с любой информацией, касающейся товара; в некоторых случаях курьер привозит на дом к покупателю образец товара и аксессуаров к нему, и, наконец, покупатель имеет возможность сравнить сразу несколько позиций, это позволяет принять более обдуманное и правильное решение. Как вы уже поняли, раскрутка интернет магазинов — дело весьма важное и нужное.

Но, не обольщайтесь. Не сразу после открытия магазина к Вам начнут «идти» все пользователи сети Интернет. Для того, чтобы виртуальный магазин приносил доход, необходимо организовать стабильно увеличивающийся поток ориентированных на покупки посетителей, впрочем, в этом случае виртуальный магазин мало чем отличается от реального. О том, какими методами можно добиться высокого уровня спроса на товары и непрерывного трафика, мы расскажем в нашем обучающем ролике.

Планомерное привлечение аудитории.

Есть несколько простых способов привлечь новых покупателей. Не секрет, что большинство пользователей начинает поиск требуемого товара или услуги в поисковых системах Google или Яндекс. И, как говорит статистика, процент переходов по первым трем ссылкам составляет около 18 %, по пятой ссылке близится к 3%,ну, а те, кто ближе к 10-му месту в выдаче, получают всего 1% от всей аудитории. То есть сайт постоянно должен находиться в выдаче на первых местах, только если человеку очень нужно, он пойдет на вторую или третью страницы, в противном случае его поиски закончатся на первых 10 позициях. Способы привлечения пользователей на сайт особой оригинальностью не отличаются, но вот к рекомендациям, которые дают оптимизаторы, нужно прислушиваться очень внимательно.

Стандартизированная поисковая оптимизация.

Многие пользователи уверены, что раскрутка интернет магазинов, которая предполагает, что интернет-магазин будет занимать первые позиции, располагает к тому, что с компанией будут взаимодействовать практически все организации из выбранной целевой аудитории. Но это не всегда так. Потенциальные потребители товаров и услуг отдают предпочтение наиболее информационно полезным и релевантым *сниппетам*. Так что даже занимая высокие позиции, нужно оптимизировать сайт регулярно. Оптимизация помогает снизить затраты по бюджету на привлечение аудитории.

Стоимость контекстной рекламы.

Общеизвестно, что контекстная реклама — это самый быстрый способ попасть на самую верхушку поисковой выдачи. Хотя эффективность контекстной рекламы, на наш взгляд, немножко преувеличена, потому что многие пользователи пока не совсем умеют определять рекламные объявления. Одним из самых существенных минусов контекстной рекламы является её цена, стоимость одного клика может достигать 10$.

Яндекс.маркет — навсегда.

Яндекс.маркет — это универсальный сервис по поиску товаров, на нем можно найти любой продукт именно по той цене, которая Вас устроит. Не удивительно, что зачастую пользователи отдают предпочтение тем товарам и магазинам, которые имеют положительные отзывы. Конечно, Яндекс.маркет это не единственный сервис по поиску и выбору товаров, но точно самый популярный, во всяком случае, на текущий момент.

Быстрое продвижение в социальных сетях и на тематических форумах.

Практически все крупные интернет-магазины имеют фан-страницы или тематические группы в соцсетях. Например, у известной всем “Розетки” количество подписчиков в их группе в социальной сети [В]контакте уверенными темпами приближается к 200’000, но, к сожалению, какой-либо материально обоснованной активности со стороны целевой аудитории в группе пока замечено не было. То есть использование соц.сетей выгодно в плане информирования потенциальных покупателей о деятельности магазина. Сейчас ситуация складывается так, что пользователи пока не готовы делать активные покупки, основываясь на членстве в группе того или иного магазина.

Универсальные приложения для мобильных устройств.

Создание специальных приложений для iPhone и Android для разработчиков крупных интернет-магазинов сейчас — дело вполне обычное. Такие приложения — это еще один способ интенет-маркетинга для привлечения дополнительной пользовательской аудитории; они существенно упрощают процесс выбора и заказа товаров. Установка приложений на мобильные устройства существенно увеличивают количество возвратов в интернет-магазин. По такому принципу работают с аудиторией такие гиганты интернет-торговли, как Amazon и eBay.

Конверсия или трансформация.

Трансформация привлеченных пользователей в потенциальных и реальных покупателей процесс не менее сложный, чем повышение позиций в выдаче. Недостаточно привлечь посетителей в Интернет-магазин, нужно еще позаботиться о таком важном факторе как, конверсии. Нужно понимать, что помогает покупателю совершить покупку в Интернет-магазине?

Положительные отзывы.

Чем больше положительных отзывов, тем выше вероятность того, что пользователь совершит покупку. Есть разные способы «накрутки» отзывов, но все-таки лучше если отзывы естественные этот факт будет фиксироваться поисковой системой как дополнительный плюс сайту, если система обнаружит нарушение сайт попадет под фильтр, и тогда о пользователях можно будет только мечтать.

Репутация сайта.

Репутация интернет-магазина в сети играет очень важную роль в его продвижении. Если пользователь определит, что отзывы об Интернет-магазине в большинстве своем положительны, то есть товары, продаваемые на сайте, качественные — это существенно увеличит количество повторных обращений.

Юзабилити и креативный дизайн.

Чтобы пользователи могли максимально просто и быстро выбрать и заказать товар, нужно организовать процесс продажи максимально просто. То есть интерфейс должен быть визуально легким, процесс оформления сделки комфортным, возможность оплаты должна предполагать как виртуальные, так и реальные деньги.

Мораль.

Из всего вышенаписанного становиться ясно, что раскрутка интернет-магазина — это процесс не из простых. Постоянно нужно учитывать и анализировать массу факторов: проводить разнообразные тестирования и постоянно следить за репутацией. Но расстраиваться не стоит, рынок специалистов по интернет-маркетингу предлагает услуги достаточного количества профессионалов очень высокой квалификации.

Часть III/31. 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.

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 получат 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 (TDP - *http://www.trustdirectory.org/search.php?what=seo*) вы можете найти отличные сайты по SEO 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 секрытных 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 защищен 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.

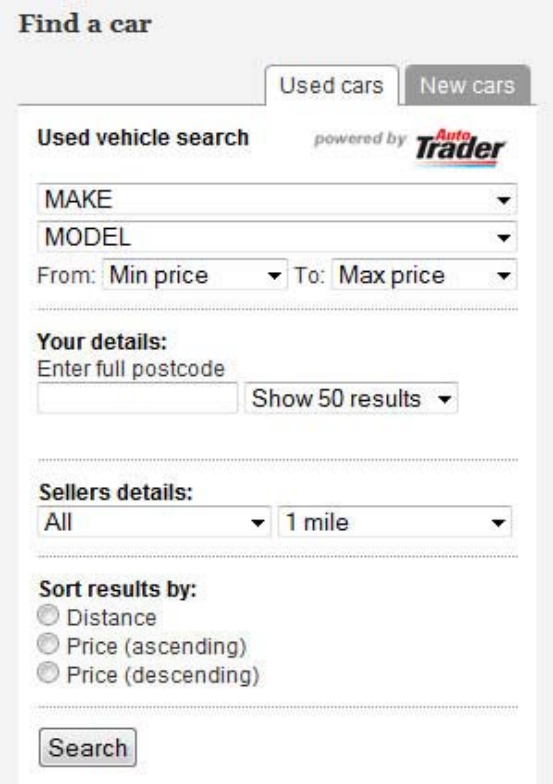
У него есть целая сеть сайтов для продвижения основного. Проанализировав *бэклинки* данного форума можно найти очень много сайтов, которые разместят ссылки и на ваш сайт.

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:



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* 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

Часть III/32. 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.

4. Статьи навсегда

И на последок не забываем про *биржи 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 зацикливаться 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.

Часть III/33. Практические советы по наращиванию ссылочной массы

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 придумаешь. 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

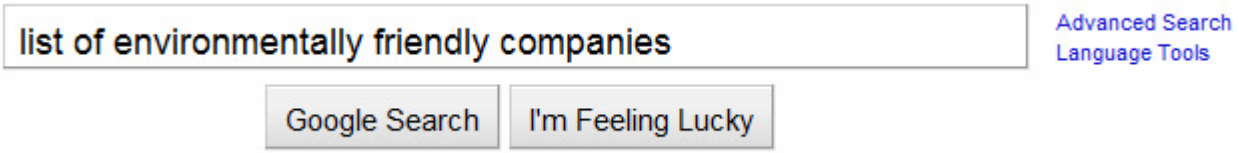
задания как: написание отрывков контента, постинг в Twitter, различные форумы и другие социальные сети.

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 сошлются на вас только благодаря вашим УКП. Теперь давайте перейдем к следующему шагу стратегии наращивания ссылочной массы — поиску подходящих ссылок.

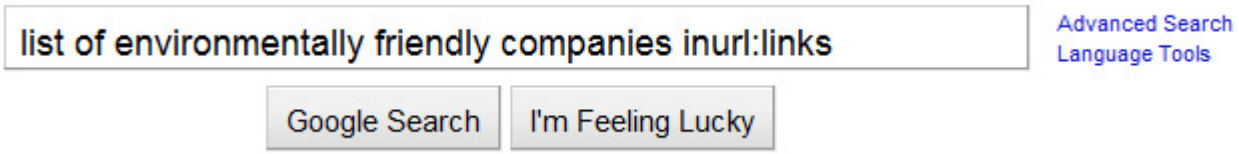
НАЧНИТЕ С САМОГО ПРОСТОГО — поиска в поисковиках!

Конечно звучит это банально, но это именно то, с чего следует начать. Давайте продемонстрируем это на примере компании, УКП которой является правильная "зеленая" политика.



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:



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.

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.

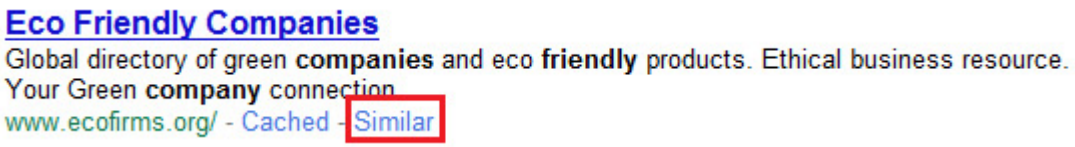
Для поиска "белых" каталогов вы можете использовать следующий запрос:

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)



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:

related:www.ecofirms.org/ list of environmentally friendly companies Search

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-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*

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 отдельнности?**

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*

Часть III/34. 33 способа привлечения ссылок на сайт

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

При продвижении сайта очень важно, что бы на вас ссылались сайты, особенно тематические и естественные ссылки. Я уже немало писал про то *где брать ссылки*, в данном посте решил написать про **33 способа получить ссылки на сайт**.

В списке будут присутствовать как платные, так и бесплатные методы привлечения ссылок на сайт. Какие то более эффективны, какие то менее.

Рассматривать начинаю с больше всего используемых видов ссылок и эффективных.

Предлагаю сразу, и ознакомится со всеми способами.

1. Вечные ссылки в статьях на платной основе

Можно разместить через биржу *Miralinks.ru*. Я практикую размещение статей навсегда очень активно, это не дешево, но в долгосрочной перспективе дает отличные результаты.

2. Вечные контекстные ссылки на платной основе

Контекстные ссылки отличные вид ссылок а разовой оплатой, отличный способ разместить ссылку и не сильно заморачиватся по сравнению с ссылками в статьях. Самый удобный и популярный сервис *Gogetlinks.net*

3. Вечные ссылки в блогах (постовые)

Для поисковых систем работает отлично в плане быстрой индексации, и учета ссылочного веса. Особенно если ссылки размещаются в новом посте, а не в уже опубликованном. Самый удобный сервис *Rotapost.ru*.

4. Арендованные ссылки

Это могут быть ссылки от первого до 3-5 уровней. В разы дешевле по сравнению с вечными ссылками, но так же дают достаточно быстрый эффект при грамотном подходе к делу. Самая популярная биржа ссылок *Sape.ru*.

5. Арендованные ссылки в статьях

Отлично работающие ссылки, размещаются в статях, только с помесячной оплатой, а не разовой. Чтобы далеко не ходить *http://articles.sape.ru/* отлично решает задачи.

6. Сквозные арендованные ссылки

Как бы многие не говорили, особенно после ввода *Google Penguin*, что сквозные ссылки это плохо, на самом деле отлично работают для продвижения сайтов с большим объемом страниц.

По данному типу ссылок была биржа, но затухла, а самый простой способ это найти нормальные площадки и договорится с веб мастером. Занимает время, зато дает результат. Или поискать через *SEO* форумы в разделе купля продажа ссылок.

7. Арендованные ссылки в блогах

Я такое мало практикую, но знаю ряд веб мастеров, которые это делают и получают нужный им результат.

8. Ссылки в комментариях

В основном это могут быть блоги, или узко нишевые сайты. Не всегда ссылки индексируются, но как нам известно что Google учитывает такие ссылки тоже в общем ссылочном профиле. И для *продвижения сайта в США* важно что бы как минимум 5-10 процентов были ссылки, которые закрыты от индексации.

Так же адекватный и интересный комментарий может вам дать посетителей на сайт.

9. Ссылки в теме форума

Ссылки с форумов отлично учитываются поисковыми системами, особенно если дальше начинают обсуждение. Например, вы можете сами оставить ссылку, или попросить какого то авторитетного пользователя это сделать. Помимо веса ссылки могут переходить и посетители.

10. Ссылка в профилях форумов

Раньше такие ссылки давали неплохой результат, но сейчас гораздо меньше. Все равно если постепенно оставлять такие ссылки, а еще и безанкорные как http://seoprofy.net/ то результат от них будет на общем фоне.

11. Ссылки с Google Sites

http://sites.google.com/ Можно создать мини сайт, с тематическим уникальным контентом и с него поставить ссылку на ваш основной сайт. Такая ссылка в любом случае учитывается и *Google* себя не обделит.

12. Ссылки с вопросы и ответы Google

Заходим на сайт: *http://otvety.google.ru/otvety/* . Вбиваем в поиск, например: *как раскрутить сайт*. Смотрим, что спрашивают пользователи, помогаем им с ответом и предлагаем ссылку на свой сайт.

Тут сильно важно не переборщить, 1-2 ответа в пару недель и нормально, или делать все с разных почт и разных ip адресов. Я когда то так хорошо прошелся, за вечер понаставлял ссылок, а на утро все сняли, и больше я не могу добавить с того аккаунта ссылки в ответы.

13. Ссылки с форумов по продуктам Google

С форумов так же можно оставлять ссылки, главное отписываться в тему и не спамить. Ссылка на форумы http://productforums.google.com/d/forum/ru

14. Ссылки с Narod

Яндекс любит и уважает свой сервис *http://narod.yandex.ru/* . Поэтому регистрируемся, создаем сайт с нормальным контентом на 5-15 страниц, с главной и внутренних ставим ссылки на наш основной сайт. Для того что бы ссылки передавали намного больше веса, нужно немного прокачать сайт на народе другими ссылками.

15. Ссылка с Яндекс Каталога

Отличная ссылка, которая не так сильно передает вес, но передает ТИЦ. И если сайт находится в Яндекс Каталоге, то размещая на него тематические ссылки, ТИЦ растет как на дрожжах. Так же ссылка с Яндекс Каталога дает траст.

Для мега коммерческих тематик единственный путь туда только через платную регистрацию, а вот для очень узких ниш все еще есть шансы туда попасть просто так.

16. Ссылки с Dmoz.org

Ссылки с каталога Dmoz очень хорошо учитывает Google. Там к сожалению нет платной регистрации, сайт можно подать в каталог, но вот примут его или нет зависит от вашего сайта и ваших усилий. При большом желании можно найти модератора вашей ветки и написать ему напрямую.

17. Ссылки с Wikipedia

Сами ссылки закрыты от индексации в no follow, но они как я уже сказал выше так, же учитываются. Я при продвижении сайтов всегда делаю попытки в нужный раздел добавить ссылки на продвигаемый сайт.

Если ниша совсем пустая, то можно помочь ее наполнить и вставить ссылку на сайт. В многих тематиках ссылки удаляют модераторы, а во многих они отлично стоят.

18. Ссылки с Blogspot.com

Есть очень популярная платформа для блогов *http://blogspot.com/* . Там можно создать блог, набросать пару статей и поставить ссылку на основной сайт.

Если с блогом ничего не делать, то результат это даст мало. Как вариант, можно разместить за деньги ссылку в посте на популярном блоге такой платформы.

19. Ссылки с list.mail.ru

Это каталог сайтов от Mail.ru. Там размещение пройдет, скорее всего, только на платной основе, если это делать именно сейчас. Стоит регистрация чуть меньше чем в яндекс каталоге, но после добавления туда ряда сайтов были наблюдения, что больше трафика начало идти через с go.mail.ru. Я думаю это не просто так.

20. Ссылки в статьях на бесплатной основе

Не размещение напрямую, а обмен статьями, или предоставление сайту качественной статьи, в обмен на ссылку с нее на свой сайт. Я когда то так делал с рядом проектов, когда не было бюджета на ссылки.

Тоже отлично работает, только отнимает кучу времени. Для поиска тот же Миралинкс предлагает каталог сайтов, которые бесплатно принимают статьи http://free.miralinks.ru/

21. Контекстные ссылки на бесплатной основе

Или взаимовыгодной. Многие веб мастера меняются контекстными ссылками ради взаимной выгоды. Раньше это было везде, сейчас многие не парятся и покупают в биржах.

22. Сквозные ссылки с разовой оплатой

Часто на форумах предлагают размещение сквозных ссылок, например на блогах livejournal.com. Если грамотно подойти к разбавке анкор листа, то такие ссылки передают вес и отлично влияют на ТОП.

23. Ссылки с каталогов

Есть много каталогов, которые еще не испортились, и на которых можно как бесплатно так и с разовой оплатой добавить сайт. При большом желании можно собрать неплохую базу в 100-350 качественных каталогов для рунета, в которых проставить безанкорные ссылки.

В англоязычном сегменте, я при продвижении использую добавление в платные каталоги, они обычно очень старые по возрасту, с нормальными пузомерками, и стоят от 5 до 300 долларов. Как например http://botw.org/.

24. Ссылки с каталогов статей

В русскоязычном сегменте не так много осталось нормальных каталогов статей, но все-таки есть. Плюс есть закрытые сетки каталогов, я например, знаю качественную сетку, которая живет уже 6-ой год, и сайты только растут. Размещение в ней естественно платное.

25. Ссылки картинки

Ссылки картинки хорошо передают вес сайту, и являются более-менее естественными. Ссылки можно разместить как напрямую, как и через биржи, в gogetlinks есть такая возможность.

26. Ссылки с информеров

Самый простой способ сделать информеры сайту, если ваш сайт несет какой-то интерес пользователям. Например, для финансового сайт курс валют, для погоды – ифнормерами прогноза погоды, для автортала цены на бензин и так далее.

Другие веб мастера размещают информеры на своих сайтах, предоставляя своим пользователем дополнительную информации, а на ваш сайт идет ссылка. Сильный инструмент привлечения ссылок.

27. Ссылки с YouTube

Всем нам известно, что YouTube проект Google, а гугл свои проекты не обделит. Ссылку можно оставить в описании видео, или в комментарии. Лучше всего оставить в описании видео.

Пример как я сделал тут http://www.youtube.com/watch?v=aFsuXogUwM0&feature=plcp . Гуглом ссылка точно учитывается, даже с no follow, и передает некий вес.

В любом случае оставить ссылку не так уже и сложно.

28. Ссылки с Яндекс блоги

Если у вас интересный проект и нормально развивается, то можно его добавить в Яндекс блоги, при попадании своего сайта в топ 50, можно получить хорошую ссылку я Яндекса, например как тут http://blogs.yandex.ru/top/standalone/ .

29. Ссылки с социальных анонсов

Есть ряд сайтов как например http://grabr.ru/ , на которых можно добавить анонс, с прямой ссылкой на статью или страницу продвигаемого сайта. Помимо ссылки это дает еще и трафик.

30. Ссылки с Twitter

Я много тестировал с Twitter, в плане его влияния на позиции. Так вот ссылку можно поставить в описании автора твиттер аккаунта. А так же сервисы сокращения как t.co передают ссылочный вес. Про один из кейсов я рассказывал *на конференции 8P*.

31. Ссылки с Google +

Для продвижения сайта в Google более чем желательно нужно делать страницу компании в Google +, там можно поставить как прямые ссылки на сайт, так и ссылки новости вашего сайта постоянно постить.

32. Ссылки с рейтингов

Многие рейтинги сайтов или блогов отдают индексируемые ссылки, поэтому в нужных нишах стоит на это обратить внимание.

33. Ссылки с оценочных сайтов

Например вы зашли на сервис **cy-pr.com** сделали анализ сайта, а он автоматически сгенерировал страницу как эта http://www.cy-pr.com/analysis/seoprofy.net , и отлично отдает вес, и ранжируется по запросу моего домена в выдаче гугла.

Таких сайтов можно в рунете собрать 300-500, а в англоязычном сегменте более 2-3 тысяч.

Этот метод бесплатен, + можно написать скриптик, который будет размещать на таких сайтах, и к тому же вставлять безанкорную ссылку. Вот вам и разбавка ссылок).

Есть еще множество методов привлечения ссылок на сайт как: ссылки в играх, ссылки в видео, в социальных закладках, но про остальные другие способы привлечения ссылок обязательно будет продолжение.

ВАЖНО: при продвижении сайта используя максимально разбавленный и не повторяемый ссылочный профиль меньше всего шансов попасть под фильтр поисковых систем.

SeoProfy

Часть III/35. Почему все так боятся исходящих ссылок?

Автор: v123

v123:
В сео-среде есть фобия. Называется она "А-а-а, у меня ссылки не закрыты, вес утекает". На многочисленных сео-форумах спецы панически советуют: "Берите ссылку в rel="nofollow". В этом случае поисковые роботы не будут следовать по ссылке, и ссылка не будет передавать вес" (взято с asbseo.ru).

Нет НИ ОДНОГО убедительного доказательства, что через ссылки на внешний сайт с большим ТИЦ утекает вес. Яндекс про это - ни слова.

Зато есть пусть немногочисленные, но все же эксперименты, которые ставил и я сам лично. Суть: указываем на сайте исходящие ссылки, и ни одной входящей на него. Если сайт нулевой, ТИЦ все равно вскоре поднимался до 10!

Есть данные (не проверял лично, не поручусь), что товарищ таким образом поднял ТИЦ до 40. Не доверять ему причин нет. Но повторяю - не поручусь. Есть то, что видел собственными глазами и что делал ручками - поднимал с нуля до десятки.

Так получается, не так страшен черт? И всякие ноуиндексы, маниакально-настроенные роботсы - это все чушь?

И да, и нет. По итогам обобщенного опыта могу поделиться рекомендациями. Они обязательны! Если у вас уже тицевый сайт - не знаю, сможете ли нарастить его еще выше. Просто не доводилось пробовать. Но нулевой поднимите. Итак:

1) Ссылайтесь только на сайт с ТИЦ выше вашего. Яндекс это не запрещает - не утечет ваш индекс к старшему собрату.

2) Ссылайтесь только на те сайты, ТИЦ которых близок вашему. Большая разница недопустима! Нулевой, ссылающийся на Вконтакте, останется нулевым. Выкидывайте сразу все сайты, ТИЦ которых выше 200, а еще лучше 100.

3) По этой же причине некоторые сайты (из числа сотни топовых) под эту схему не попадают. Так что ссылаться на Вконтакте, qip.ru, mail.ru, google.ru, livejournal, gov.ru, lenta.ru и прочие - бесполезняк. Проверяли отдельно. А вот ссылки на маленькие сайтики типа этого seobuilding.ru дают хороший эффект.

4) Лучше анкорные ссылки.

5) Проверено - нельзя ставить много ссылок. 30 на странице - жуткий перебор. Видно Яша воспринимает это как каталог и игнорирует. Две, а то и вообще одна ссылка на каждой странице - ХВАТИТ! Если ваш сайт грамотно перелинкован, все страницы подтянут вес в один котел.

6) Не подтверждено, но появилась у нас такая версия, что ссылаться надо на сайты с тематикой, близкой вашей.

7) Странное дело, но в эксперименте участвовал и сайт с малым содержанием текста на страницах - знаков по 200-300. Рисунков не было. И все равно сайт дошел до десятки за 6,5 месяцев.

8) Не подтверждено, но есть эмпирическое мнение, что ваш сайт изначально должен быть вылизан. То есть код и "прикруты" в виде карты не должны содержать ошибок, быть образцовым для Яндекса, тогда сработает.

9) Насчет "человечности" сайта - мнения у нас разошлись. Один из сайтов, на котором был шурум-бурум

из слов, эффекта не дал. Другой же, куда были тупо скопированы новости за день с какого-то новостного сайта, за полгода набрал десятку. Сдается все же, что важнее не содержание, а чтобы технически не было ошибок.

10) Часть сайтов была размещена на бесплатном (но проверенном и очень неплохом) хостинге hostline.ru. Эффекта нет. Видимо, сразу надо размещать на платнике. Но это не рекомендация - первая индексация там тоже проходит очень медленно, но потом сайт индексируется как обычно. Также грешим на их аптайм. Но все равно - не пожалейте деньги на платник. Есть отличные хостеры, которые берут смешную сумму в 300 рублей в год. Не обеднеете.

11) Пока не поняли, стоит ли ссылаться на бесплатные сайты типа юкозовских. Специально эксперимент не проводили.

Sevab:
v123, вы правы. Многократно говорил на форуме, что вреда от естественных исходящих ссылок нет и быть не может. А вот вред от их отсутствия вполне возможен. По этой причине и миф про утекание чего то там (траста, ПР и т.д.) с сайта, является всего лишь мифом, а не реальностью. Ставя ссылку на другой ресурс, вы голосуете за него, но от вас ничего не убудет.
Ссылки это кровеносная система сети, и если у вас нет исходящих ссылок, значит ваш сайт тупиковая ветвь, со всеми вытекающими.

Да, бывают линкопомойки и прочие нехорошие сайты, с большим количеством исходящих ссылок. Поисковики их замечательно детектируют и зафильтровывают.
Если же у вас СДЛ, то боятся исходящих ссылок просто нет смысла.

Все же отмечу, что к молодым сайтам у поисковиков повышенное внимание, т.к. они по многим параметрам (из за молодости и нераскрученности) могут слегка походить на ГС. Поэтому если сайт не раскручен, то лучше не злоупотреблять внешними ссылками и внимательно следить, чтобы все исходящие ссылки были естественными (напр. на форумах).

Если же ресурс уже хорошо раскручен и посещаем, то вреда от них быть не может вообще.
Причем, если даже на странице несколько сотен исходящих ссылок, то и такая страница может выглядеть в глазах поисковиков вполне прилично.
ПСы хорошо определяют посещаемость каждой страницы, и если она популярна, то значит большое количество исходящих ссылок является положительной информацией. Соответственно идет в плюс, а не в минус.

Подчключиться к дискуссии вы можете на следующей странице:
http://www.seobuilding.ru/seo-forum/indeksaciya_saita/pochemu_vse_tak_boyatsya_ishodyashih_ssylok/

Глава IV. Грамотное составление анкоров ссылок

Глава посвящена составлению анкоров, для грамотного продвижения ссылками.

Часть IV/1. Составляем анкоры 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 копить 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.

Часть IV/2. Анкор — что это такое и насколько важны анкор листы в продвижении сайта

Автор: Дмитрий KtoNaNovenkogo

Сегодня я хочу поговорить о такой вещи, как **анкор ссылки**, который по своей сути является ничем иным, как просто текстом ссылки, т.е. тем, что стоит между открывающим и закрывающим тегом *гиперссылки*.

Анкор при всей своей технической простоте вызывает огромное количество вопросов и споров у оптимизаторов, ибо именно анкоры (тексты ссылок) являются предметом так называемого ссылочного (анкорного) ранжирования в поисковых системах.

Я не могу опираться на собственный опыт в вопросе касающемся анкоров, ибо для этого нужно иметь в загашнике большой опыт продвижения большого количества сайтов или же ряд поставленных по данной тематике экспериментов. Ни того ни другого у меня нет, поэтому рассказывая про анкоры я буду опираться на мнение ряда экспертов, которые считаются в данной теме (ссылочное ранжирование и анкоры) авторитетными специалистами.

В общем-то, предпосылкой к написанию этой маленькой заметки послужило то, что я практически одновременно наткнулся на несколько публикаций специалистов авторитетных в области продвижения сайтов и все эти материалы в той или иной степени касались именно анкоров. Но, давайте поговорим обо все по порядку и сначала дадим четкое определение термину «анкор».

Что такое анкор, виды анкоров в ссылках

Анкор в Seo обозначает очень банальную вещь — текст ссылки. Как вы помните, чтобы создать гиперссылку в *языке Html* используется специальный *тег A и атрибут Href*, в котором прописывается *Url адрес* страницы или другого типа документа, на который будет вести данная ссылка.

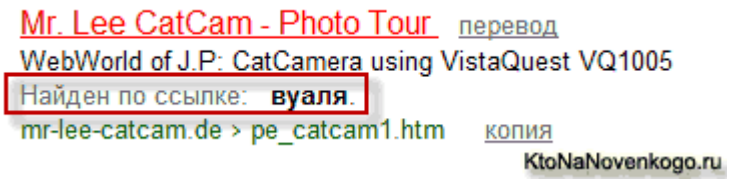
```
<a href="http://ktonanovenkogo.ru"> Текст ссылки (анкор) </a>
```

В приведенном примере анкором является фраза «Текст ссылки (анкор)». Этот текст (анкор) учитывается поисковыми системами при *ранжировании и определении релевантности документа* вашего сайта тому *поисковому запросу*, по которому вы хотите продвинуться в Топ поисковой выдачи. Такой тип ранжирования еще называют ссылочным.

В Seo принято называть сайт проставляющий ссылку — донором, а тот ресурс, на который она ведет — акцептором. Все ссылки, проставленные на ваш сайт с других ресурсов, а так же внутренние ссылки со страниц вашего же собственного сайта, будут учтены поисковыми системами. Чем больше будет ссылок (внешних), тем лучше. Причем, если вы хотите нарастить *Тиц*, то лучше всего если это будут ссылки с разных сайтов (доменов), но имеющих ту же самую тематику, что и у вашего ресурса.

Недооценивать влияние анкоров и самих ссылок на успешность продвижения сайта не стоит, ибо это один из трех важнейших факторов ранжирования, на которые опираются поисковые системы (есть еще фактор внутренней оптимизации сайта и *поведенческие факторы*, о которых сейчас так много говорят).

Все анкоры, проставленные на страницу вашего сайта ссылок, подшиваются поисковиками в так называемый **анкор лист** и являют своеобразным дополнением к тексту статьи. Страницы вашего сайта могут участвовать в ранжировании по запросам, которые даже не упоминаются в Title или тексте статьи, а только лишь присутствуют в анкор листе. В таком случае, в поисковой выдаче будет написано «Найден по ссылке»:



Но что именно учитывается поисковиками при анализе ссылочной массы проставленной на тот или иной документ в сети? Учитываются две вещи:

1. **Статический вес передаваемый ссылкой**. На основе статических весов рассчитываются для всех страниц интернета такие показатели как:
   I. Взвешенный индекс цитирования (*Виц*) у Яндекса
   II. *Pagerank* у поисковой системы Гугл. Причем, Pagerank напрямую влияет на ранжирование страниц в Google, но именно пейджранк целевой страницы, а не ПР главной.
2. **Динамический вес ссылки** (анкорное ранжирование), который целиком и полностью зависит от имеющегося у нее анкора. Чем точнее анкор совпадает с поисковым запросом (выше плотность), тем больший динамический вес сможет передать эта ссылка. Естественно, что для этого бэклинк должен вести именно на «приземляющую страницу» вашего сайта, которую вы и продвигаете по ключевым словам, указанным в анкоре.

   Соответственно, можно разделить все возможные анкоры на три группы:

   1. **Анкоры с точными вхождениями** — имеют наибольшее влияние на ссылочное ранжирование, но ими нельзя злоупотреблять, ибо можно попасть под фильтр за спамность «анкор листа», либо потерять на так называемой **«склейке» анкоров**, в результате чего будет понижен статический вес передаваемый ссылками с одинаковыми анкорами.
   2. **Разбавленные анкоры** — к поисковым запросам, по которым вы продвигаетесь, можно добавить еще дополнительные (желательно очень распространенные в русском языке) слова, так, чтобы анкор был удобоварим и хорошо читаем. В случае разбавленных анкоров передаваемый динамический вес будет меньше, нежели в случае анкоров с точными вхождениями, но зато и вероятность склейки анкоров и попадание под фильтр за спам анкор листа фактически становится равным нулю.
   3. **Безанкорные ссылки** — этот тип ссылок наиболее близок к естественным, поэтому они практически всегда будут работать и по ним будет передаваться статический вес (pagerank и виц страниц акцепторов будут наращиваться), но вот динамический вес такие ссылки без анкора передавать не будут, а значит и на ссылочное ранжирование влияния оказывать не будут.

Но это только в теории, а на практике все выходит немного более оптимистично. Есть такое понятие, как **околоссылочный текст**, который учитывается поисковыми системами (считается, что только Яндексом, но возможно, что Google просто этого не показывает).

Следовательно, если вы укажете справа или слева от безанкорной ссылки ключевые слова, по которым вы продвигаетесь, то существует вероятность того, что именно эти слова будут учтены поисковиками в качестве **анкора безанкорной ссылки**.

Ключевые слова должны находиться рядом с безанкорной ссылкой и желательно не отделяться от нее точками. Да, еще одна очень важная вещь — **безанкорной ссылка считается** если:

1. В качестве ее **анкора используется Url адрес** страницы акцептора или же Url адрес домена сайта акцептора (обязательно с «http://», ну или хотя бы с WWW). Например, данный линк будет расценена поисковыми системами, как не содержащий анкора:

   ```
   <a href="http://ktonanovenkogo.ru/about"> http://ktonanovenkogo.ru </a>
   ```

2. В качестве анкора безанкорной ссылки могут быть использованы слова «тут», «здесь» и т.п.:

   ```
   <a href="http://ktonanovenkogo.ru"> тут </a>
   ```

3. Очень интересный **эксперимент по поводу анкоров безанкорных ссылок** и расположения околоссылочного текста провел уважаемый Девака в своей недавней статье — *Безанкорное продвижение — Эксперимент с анкорами*. Обязательно ознакомьтесь, хотя бы со сделанными в этой статье выводами.

Учет анкоров Гуглом во внутренних ссылках

Так, это мы все говорили про особенности использования анкоров в обратных ссылках, которые ведут на ваш сайт с других ресурсов. Эти бэклинки и их анкоры очень важны при продвижении сайта и без них очень трудно будет обойтись, особенно при раскрутке по тем поисковым запросам, которые являются конкурентными.

Но существует такое понятие, как внутренняя перелинковка и ее влияние на продвижение сайта тоже очень значительно. Более того, для продвижения по низкоконкурентным поисковым запросам можно вообще не закупать обратные ссылки, а попробовать обойтись одной лишь внутренней перелинковкой, ну и немного прокачать главную страницу сайта или некоторые целевые страницы за счет получения бесплатных обратных ссылок с профилей трастовых сайтов.

Вообще, **внутренняя перелинковка с нужными анкорами** может служить сразу для двух вещей:

1. Перераспределение статического веса (pagerank, виц) между страницами вашего сайта таким образом, чтобы сосредоточить его именно на продвигаемых страницах. Есть различные схемы перелинковки, позволяющие прокачать как главную страницу сайта, так и непосредственно страницы со статьями. В результате, чем больше будет статический вес страницы, тем выше она будет ранжироваться поисковиками при прочих равных условиях.
2. Внутренняя перелинковка позволяет ссылаться на продвигаемые страницы вашего сайта с нужными анкорами (нагонять динамический вес). Т.е. вы можете поставить с десятка внутренних страниц своего ресурса ссылку на продвигаемую страницу и использовать в качестве анкора прямое вхождение ключа, либо разбавленный анкор, что тоже будет учтено в положительную сторону поисковыми системами при ранжировании.

Лично я не использую схем перелинковки (просто не до этого) и тупо вставляю внутренние ссылки в тексты статей по мере их написания и уместности ссылок с анкорами в тексте. Судя по показателям моего блога такой подход вполне имеет право на жизнь. Кстати, сегодня я планировал написать статью про **двухлетний юбилей KtoNaNovenkogo.ru**, но не придумал о чем именно писать.

Правда, тут есть один нюанс в учете анкоров внутренних ссылок проставленных на одну и ту же страницу вашего сайта. Допустим, что мне нужно по ходу изложения материала в статье сослаться на один и то же материал несколько раз. Каждый раз я буду вставлять ссылку с разным анкором. Вопрос — как будут учтены анкоры этих ссылок Яндексом и Google?

Про Яндекс однозначно сказать нельзя, ибо учет этих анкоров может зависеть от целого ряда внешних факторов, а вот **Google учтет анкор только первой ссылки**, встретившейся ему в тексте. Это доказано рядом экспериментов (не моих, естественно) и можно считать сложившимся фактом. Но, существует довольно таки простой способ обойти это ограничение.

Что примечательно, я с самого начала существования этого блога пользовался этим способом даже не зная о существовании ограниченного **учета анкоров в Google**. Узнал же я об этом относительно недавно и стал использовать только по одной внутренней ссылке на каждую статью, дабы употребить в ней нужный мне анкор. Но вот совсем недавно я прочитал статью уважаемого Александра Люстика под названием *Тестируем правило приоритета первой ссылки* и понял, что можно себя не ограничивать.

В общем, если вы хотите из одной и той же статьи вашего сайта сослаться несколько раз на другую статью и желаете при этом, чтобы Google учел анкоры всех ваших ссылок, то просто используйте в них знак решетки «#», с помощью которого создаются так называемые хеш ссылки (эта самая решетка и называется хеш). Наверное, можно даже не создавать специально для этой цели якоря на странице акцепторе, но я это делаю в обязательном порядке.

Как сделать якорь в Html (который по странному стечению обстоятельств тоже называется анкор — anchor) я уже довольно подробно описывал и вы можете ознакомиться с этим материалом по приведенной сноске, которая как раз и является примером хеш ссылки:

```
<a href="http://ktonanovenkogo.ru/html/html-new/chto-takoe-giperssylka-html-yakor-anchor-kak-sozdat-ssylku-na-sajte-html-teg-a-href-target-blank-kak-sdelat-kartinku-ssylkoj-otkryt-v-novom-okne.html#giperssylka-1" target="_blank">Как сделать якорь в Html</a>
```

Видите, там на конце Url адреса добавлена конструкция «#giperssylka-1», которая и позволит **добиться учета Гуглом всех анкоров**, которые были использованы в гиперссылках из этой статьи на статью про тонкости создания линков в Html.

Раньше я тоже активно использовал хешссылки, но даже не подозревая о пользе данного способа для учета всех анкоров, а использовал их просто для удобства читателей — перемещение осуществляется сразу же на то место в тексте, где описано то, что указанно в анкоре ссылки. Правда, для этого нужно было расставить якоря в статьях акцепторах, что занимает время у автора статьи, но зато экономит время у читателей.

Анкор листы и какие анкоры в них должны быть

Ну, и теперь я хочу упомянуть еще один авторитетный источник, из которого я почерпнул много полезной для себя информации по поводу **учета анкоров поисковыми системами** — видео-интервью Станислава Ставского, которое выложено в конце этой статьи (Алгоритмы анкорного ранжирования). Вообще, Станислав безусловно очень умный и грамотный товарищ, а особенно мне импонирует его манера четко формулировать свои мысли, как бы раскладывая все по полочкам.

Делится он, кончено же, не всей имеющейся у него информацией по поводу влияния анкоров и схем построения анкор листа, но все равно информация полезная и, что очень важно, актуальная. Очень часто натыкаешься в сети на материалы, которые уже утратили свою актуальность в силу динамичности

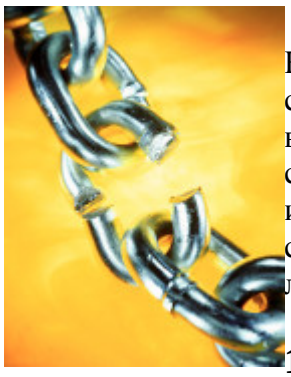
развития поисковых механизмов ранжирования. Все течет, все изменяется, а в поиске это происходит особенно быстро.

Итак, вкратце, что же мне удалось уяснить для себя из интервью этого «гуру» продвижения и раскрутки сайтов.

1. Ну, во-первых, мне понравился приведенный им способ наглядной демонстрации влияния поведенческих факторов на ссылочное ранжирование. Там рассматривался пример, когда сайт попадал в Топ поисковой выдачи только за счет слов в своем анкор листе (найден по ссылке — НПС). Причем, в случае искусственного исключения влияния поведенческих факторов сайт сразу же перемещался с первого места в небытие. Очень показательно, однако.
2. Довольно интересно Станислав объяснил общие принципы ранжирования по анкор листу, сравнив его с обычным ранжированием текстов статей, но с учетом своих особенностей учета слов из анкор листа. Т.е. анкор лист фактически подшивается к тексту статьи и по нему высчитывается релевантность с учетом поправочных коэффициентов.
3. На вопрос, «как мог бы выглядеть идеальный анкор лист», Станислав довольно развернуто (хотя может быть не столь подробно) ответил, упомянув про наибольшее влияние анкоров с прямым вхождением и указав на результаты своего эксперимента. Упомянул он и про склейку анкоров, и про то, что это действительно приводит к снижению передаваемого ими статического веса.
4. Довольно интересным мне показалось обсуждение естественного анкор листа на примере Яндекс Маркета, который по определению должен иметь только естественные анкоры в бэклинках, и учета околоссылочного текста поисковиками.
5. Еще они коснулись в беседе принципов определения Яндексом Seo ссылок по их анкорам и тематикам сайтов акцепторов, и, что примечательно, был сделан вывод, что Seo-ссылки, по сути, отличаются от других (тех, что Яндекс не счел покупными) только тем, что начинают работать они гораздо позже. Например, бэклинки без анкора учитываются поиском в ранжировании уже через несколько недель после индексации, а Seo ссылки — только через несколько месяцев.
6. Если покупаете сквозную ссылку или же проставляете ее с другого своего проекта, то лучше делать разные анкоры этого «сквозняка» с разных страниц ресурса.
7. Ссылочное нужно наращивать плавно.
8. Существует дилемма — использовать ли одинаковые анкоры с максимальной плотностью ключей и получать снижение передаваемого статического веса за счет склейки анкоров, либо же все-таки использовать разбавленные анкоры.
9. Ссылочная масса должна быть разнообразной — с анкорами, без анкоров, с блогов, с форумов и т.п.
10. Достаточно интересный пример с использованием тематического информационного сайта-спутника для продвижения интернет магазина
11. Переспам анкор листа может повлечь за собой наложение фильтра поисковыми системами, т.е. закупать много ссылок с одинаковым анкором бывает довольно таки чревато неприятными последствиями.
12. Если нужна быстрая раскрутка здесь и сейчас, то делайте упор на закупку ссылкок, а если хотите обеспечить стабильное существование проекта в обозримом будущем, то развивайте сайт, добавляйте тексты, улучшайте поведенческое, ну, и бэклинки закупайте, но без фанатизма.
13. Массовый обмен ссылками является основным способом продвижения сайтов в буржунете, а у нас Яндекс за это наказывает из-за заспамливания этого способа линкаторами.
14. Учитываются ли полученные обратные ссылки с атрибутом *rel nofollow* в теге гиперссылки при ранжировании сайта поисковыми системами? Статический вес скорее всего не передается (pagerank и виц не наращиваются), а вот анкорное ранжирование, возможно, имеет место быть. О, как.
15. Утекает ли статический вес по внешним ссылкам с сайта? Стоит ли их закрывать в rel nofollow? Вопрос, конечно же, интересный.
16. Пропорции в анкор листе точных, разбавленных вхождений и безанкорных вариантов ссылок. Вечный вопрос.

Часть IV/3. Советы по грамотному составлению анкоров

Автор: Сергей Кокшаров (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 траффик 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 траффик.

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 траффик по менее частотным запросам.

Пример:

спирулина быстрое выращивание
спирулина сочи купить
спирулина оптом купить

3. Морфология

Не стоит зацикливаться 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 анкоры получаются уже более естественными.

4. Синонимизация

Как и в предыдущих двух случаях, синонимы помогут разнообразить анкоры. Перед поиском по обратному индексу, поисковики переделывают запрос, вставляя нужные синонимы или сокращения. Так, если вы ищете по *аббревиатуре*, например *кпи* 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 траффика 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 анкоры.

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 spirulin**и***
*недорогое аге**нст**во недвижимости*
*н**и**движимость москвы*

6. Окружающий текст

Окружающий текст позволяет сделать ссылку более естественной, отделяя её от других ссылок в блоке. Чем длинее 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 анкоры 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 преложение ArchiCAD StarT, слово “Поставки” уже не будет учитываться, так как находится уже во втором пассаже. Если бы автор анкора 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 анкора.

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 анкора.

Пример:

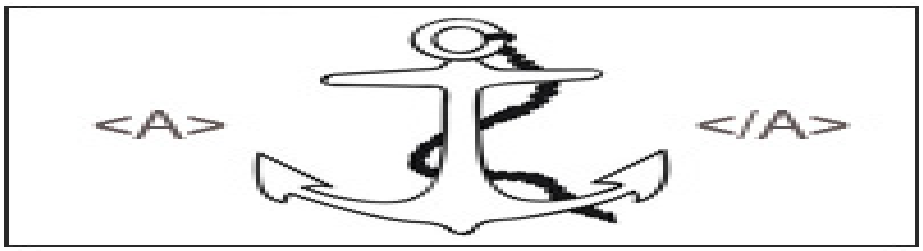
Интересуетесь микроводорослями? Узнайте о ***#a#выращивании спирулины#/a#*** *от специалистов-микробиологов. Подробности на сайте.*

Подобные анкоры будут наиболее эффективными и при размещении на любом из работающих доноров ссылка даст максимальный эффект. При этом старайтесь делать анкоры 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.

Часть IV/4. Составляем анкоры ссылок – 5 ключевых моментов

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



На SEO форумах и блогах тема про правильность составления ссылочных анкоров поднималась уже не раз. Обычно самые активные споры разгораются вокруг таких вопросов: стоит ли разбавлять анкоры и как это делать? какие анкоры считаются естественными? не склеиваются ли ссылки с одинаковыми анкорами и т.д. Мнений по каждому вопросу есть много. Я не буду останавливаться на каждом из них, а просто расскажу про свой подход к составлению анкоров, к которому я пришла, многократно анализируя ссылки конкурентов и экспериментируя с анкорами своих сайтов. Сейчас такой подход отлично работает и, я думаю, будет работать еще долго.

Итак, составляя анкоры ссылок, я руководствуюсь следующими принципами.

1. Необходимо учитывать особенности всего семантического ядра в целом.
Если страница, для продвижения которой составляются анкоры, раскручивается по нескольким фразам, то более частотные и конкурентные фразы должны встречаться в анкорах чаще, чем СЧ и НЧ. Порстой пример – если страница продвигается по словам “фабрика мебели” и “шатура мебель интернет магазин”, то фраза “фабрика мебели” должна встречаться в анкорах чаще, чем “шатура мебель интернет магазин”.

2. Необходимо учитывать особенности каждой ключевой фразы в отдельности.
При составлении анкоров для двусложных запросов не помешает иногда употреблять перестановку слов (”фабрика мебели” – “мебель фабрика”, “мебель шатура” – “шатура мебель”, “ремонт ноутбуков” – “ноутбуки ремонт” и т.д.). У меня, как правило, перестановка употребляется в 1/3 анкоров для каждого из двусложников.

Составляя анкоры для фраз, состоящий из 3 и более слов, саму фразу в чистом виде я вообще употребляю очень редко (не более, чем в 30% анкоров для этой фразы). Остальные анкоры я составляю чередованием слов, из которых эта фраза состоит. Напирмер, если мне нужно составить 10 анкоров для продвиежения сайта по фразе “шатура мебель интернет магазин”, эти 10 анкоров будут выглядеть приблизительно так:

1. <a>шатура мебель интернет магазин
2. <a>шатура мебель интернет магазин
3. <a>шатура мебель интернет магазин
4. <a>интернет магазин мебели шатура
5. <a>мебель шатура интернет магазин
6. <a>интернет магазин шатура
7. <a>интернет магазин мебели
8. <a>мебель шатура в интернет
9. <a>магазин мебели шатура
10. <a>магазин мебели в интернете

Это примеры в чистом виде, без употребления дополнительных слов и падежей, которые я тоже обычно использую. Только в 3 из 10 анкоров используется полноценная фраза без перестановок (1-3), в 2 из 10 фраза употребляется полностью (4-5), но с перестановками, а в 5 из 10 используется только часть фразы в

различных перестановка (6-10). Выглядит странно? Может быть, но именно такой метод помог мне сдвинуть с места сайт по трех-четырехсложным СЧ, который топтался на 3-4 страницы более 3 месяцев. Тогда в каждом анкоре у меня полноценно употреблялся один из многословных ключевиков, и я полностью переписала более 70% анкоров приблизительно так, как указано в примере. Результат стал очевиден практически после следующего апдейта.

3. Нужно стараться делать анкоры разнообразными.
В зависимости от особенностей (частоты и конкурентности) ключевой фразы, я использую в анкорах от 30 до 60% точных вхождений. Остальное количество стараюсь разнообразить, используя следующие приёмы:
- разные падежи и числа каждого слова;
- разбавление ключевых слов другими словами;
- анкоры без употребления ключевыз слов;

С падежами, я думаю, понятно. На всякий случай привожу пример:

<a>диван шатура – именительный падеж единственное число;
<a>диваны шатура – именительный падеж множественное число;
<a>диванов шатура – родительный падеж множественной
<a>диваном шатура – творительный падеж единственное число;

Ну и так далее.

С разбавлением немного сложнее. Исходя из предположения, что самое “слабое” (читай – редкоупотребляемое в языке и в интернере) слово забирает на себя наибольший вес, я стараюсь не употреблять для разбавления редкие слова. Как узнать, какое слово употребляется реже, а какое – чаще? В качестве косвенного показателя можно использовать статистику *wordstat.yandex.ru* – ВЧ слова можно считать более употреляемыми, чем СЧ и НЧ, и использовать их для разбавления.

В качестве анкоров без ключевых слов я, как правило, использую URL сайта, название компании, а также такие распространенные для этой цели фразы, как “тут”, “здесь”, “сюда”, “источник” и т.д.

4. Нужно стараться делать анкоры естественными
Бред в анкорах, возможно, и не несет никакого вреда для ранжирования и работает точно также, как и нормальные анкоры, но я всеравно стараюсь делать анкоры человекочитабельными и естественными по максимуму. Конечно, это дополнительная трата времени, но я все-таки придерживаюсь этого принципа. Сделать анкоры максимально естественными помогает окружной текст:

Вы будете удивлены качеством <a>диванов шатура, которые продаются в нашем магазине.

5. Нужно учитывать существующие анкоры.
Если сайт продвигался еще до вас, значит, он уже имеет какие-то внешние ссылки, тексты которых вы врятли сможете поменять. Значит, их нужно учитывать при создании новых текстов. Например, если в существующих ссылках используется преимущественно точное вхождение – нужно делать больше ссылок с разбавленными анкорами, если же большинство анкоров уже разбавленные – нужно делать упор на точное вхождение.

Что еще? Если я незнакома с тематикой и сомневаюсь по поводу того, как правильно составлять анкоры – я смотрю ссылки конкурентов, и это помогает мне определиться.

Глава V. Сервисы по анализу и получению ссылок

В этой главе обсуждаются всевозможные сервисы, помогающие проанализировать получение внешних ссылок, а также грамотное их использование.

Часть V/1. Сервис комплексного SEO анализа от SEObuilding.RU new

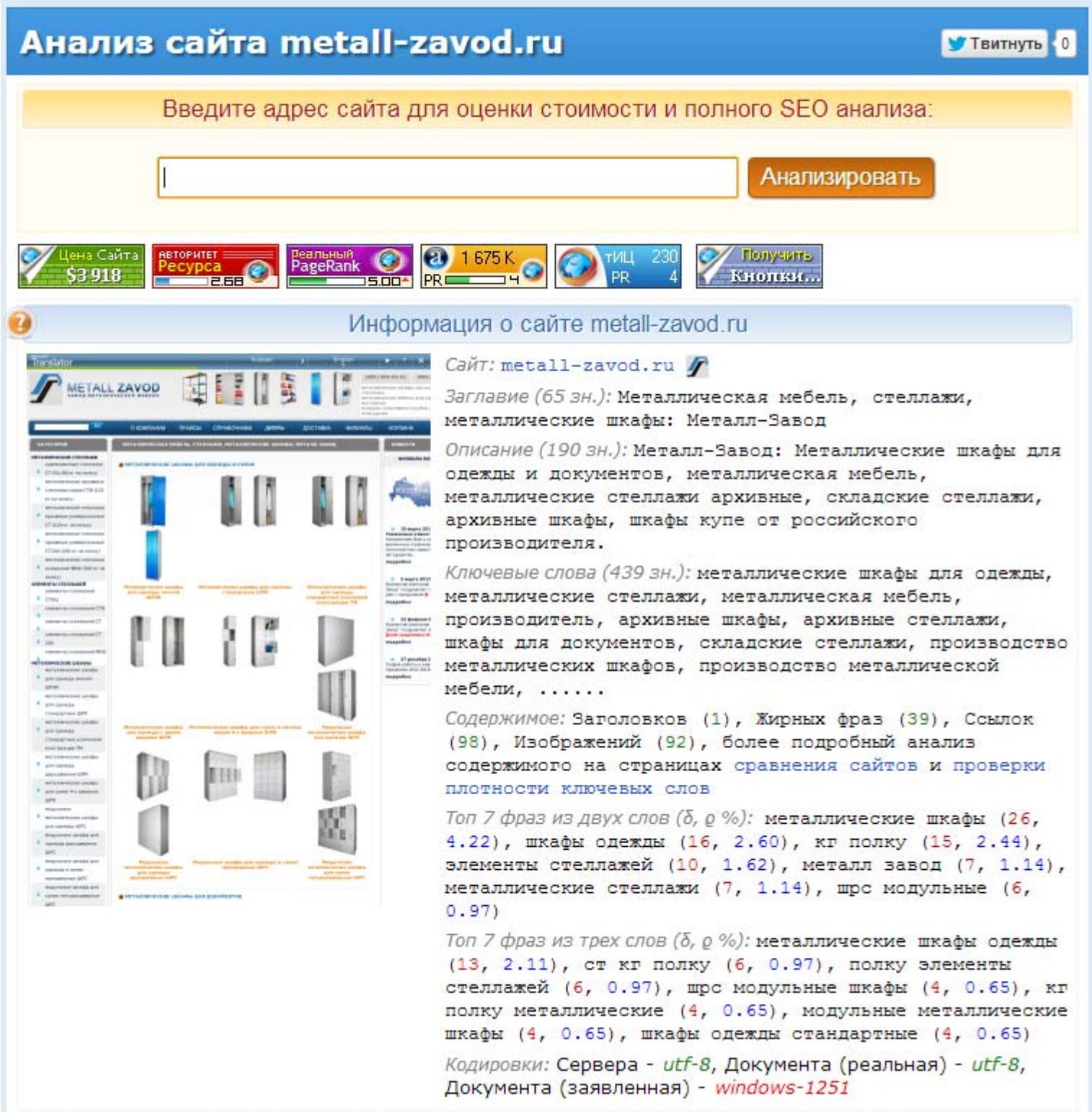
Автор: Sevab

Друзья, после длительной разработки и тщательного тестирования, хочу представить вам сервис комплексного SEO анализа, расположенный на нашем сайте.
Получить доступ к сервису можно с *главной страницы сайта*, с рейтингов, и также со многих других страниц. *Вот пример готового аудита*.

Что делает сервис и чем отличается от других подобных?
Что делает, я вам сейчас расскажу. А чем отличается, судить вам.

Начнем по порядку.
Заходите, к примеру, на *главную страницу сайта seobuilding.ru*, вводите в форму адрес подопытного ресурса, и жмете "Анализировать".
Обычно результаты анализа появляются через 10-30 секунд, в редких случаях это может занять до минуты.
Для каждого анализируемого сайта создается отдельный адрес страницы, которую можно посетить (либо поставить ссылку на нее) позже, без всякого анализа.

I. **Первое**, что вы увидите, это блок "**Информация о сайте**":



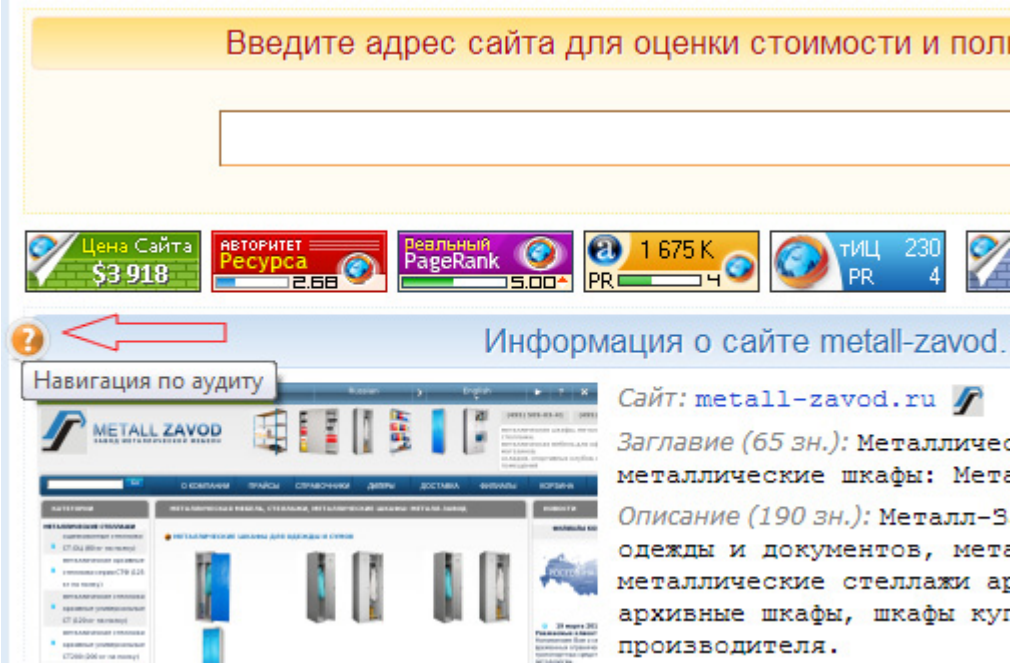
Над блоком находится строка кнопок, с рейтингами (пузомерками) анализируемого ресурса. Часто одной этой информации достаточно, чтобы понять что за сайт представлен на странице.

Слева находится снимок главной страницы сайта, справа информация о ее содержимом. Главным образом заглавия, описание, частотность слов, наличие важных с точки зрения SEO фрагментов текста. Также там есть ссылки на сервисы, где можно сделать более подробный анализ внутренних факторов.

Важная часть в нижней части блока, где указаны кодировки. Если у вашего сайта не заявлена кодировка, либо она не совпадает с реальной, будет выделение красным цветом.

Не отходя далеко от первого блока, сразу хочу обратить ваше внимание на иконку с вопросом, которая

находится в верхней левой части страницы:

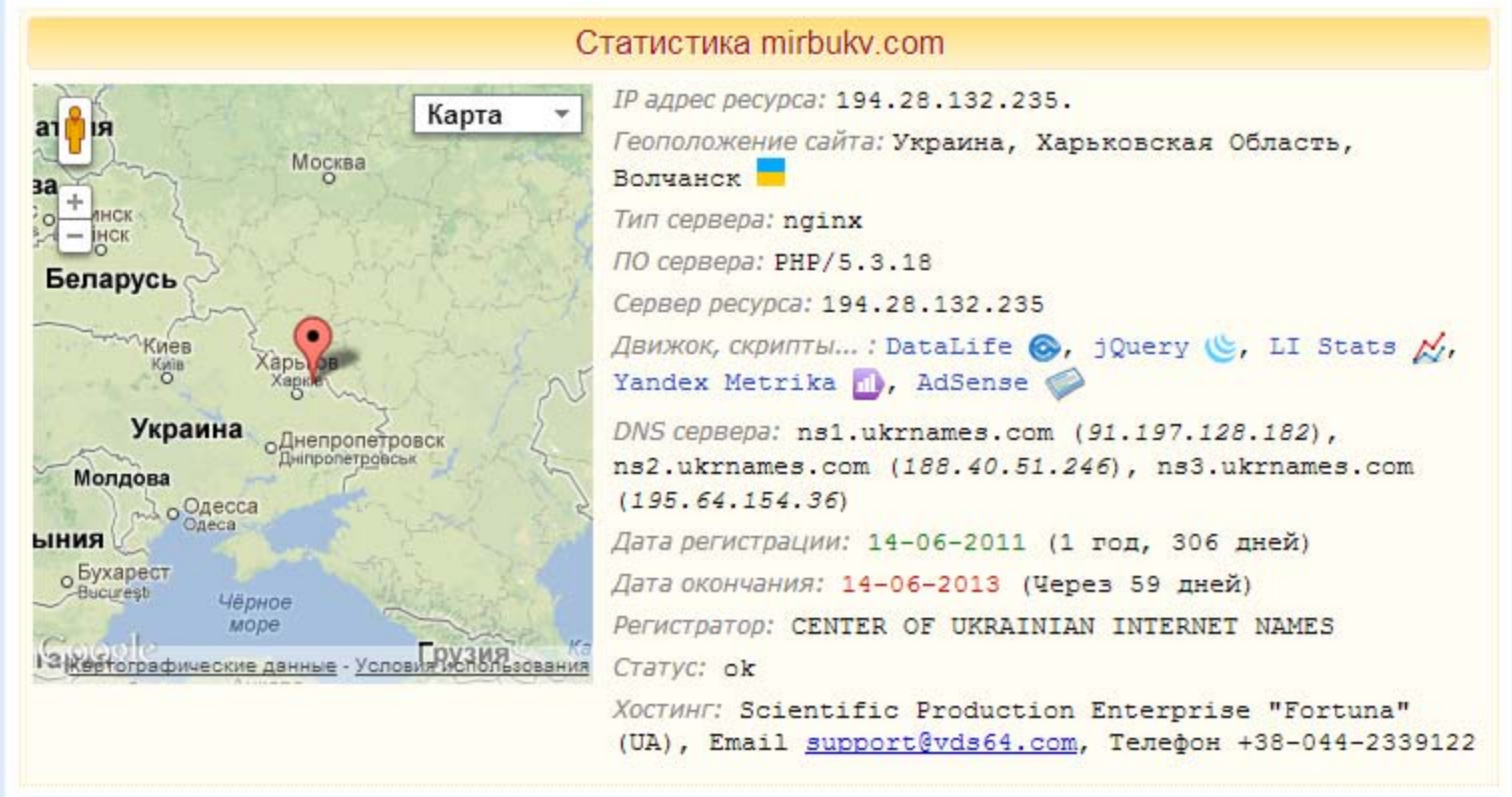


Это дополнительное меню навигации по странице аудита. Страница анализа очень большая, и часто неудобно прокручивать ее всю, чтобы добраться до определенного блока.
Меню навигации поможет вам в этом. Сама иконка (вопроса) и меню находятся в одном месте экрана, т.е. прокручивается вместе со страницей. Поэтому получить доступ к меню очень просто.

По клику на иконке, выезжает меню навигации по аудиту:

С помощью ссылок меню можно легко передвигаться по странице.
Закрывается меню кликом в любой части документа, либо по знаку вопроса.

II. Следующий блок - **Статистика сайта**:

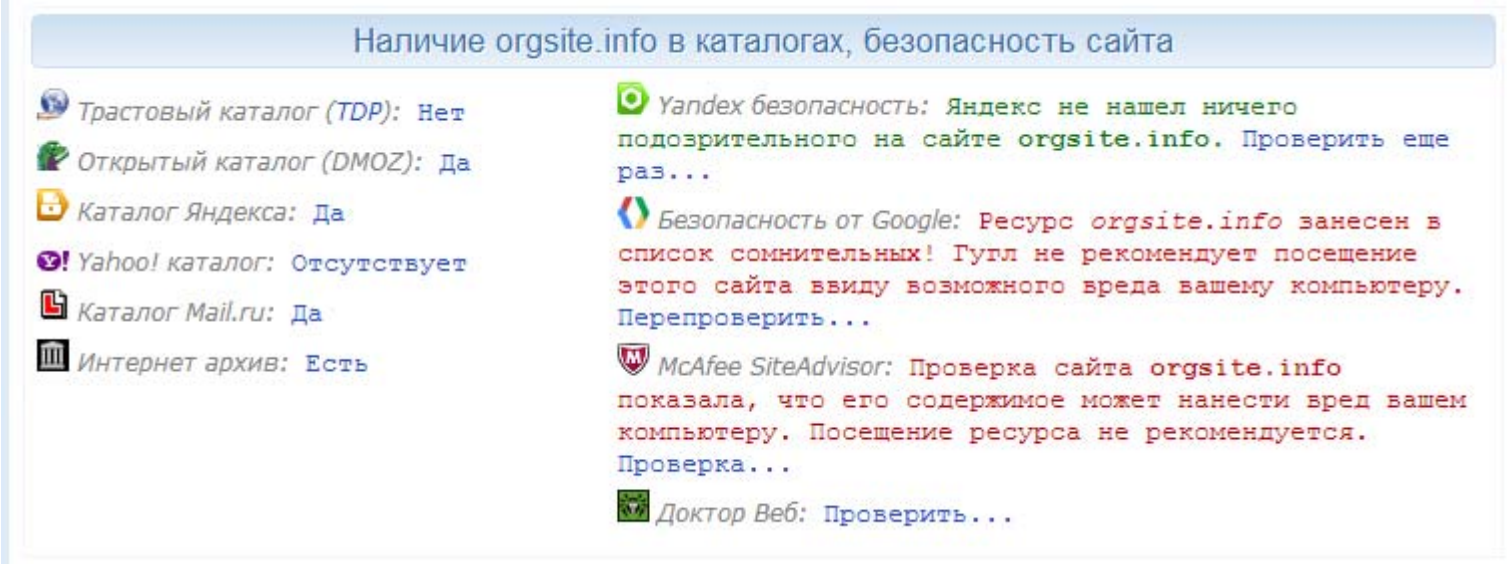


В левой части блока точное местоположение сайта на карте.
В правой подробные характеристики сайта. Геоположение, Тип и ПО сервера, движок сайта и используемые скрипты, даты регистрации и окончания срока, регистратор, хостинг.

Обращаю внимание на строку "Движок, скрипты". Сервис может детектировать более 60 систем управления содержимым (CMS) и около сотни различных скриптов.
Если движок был детектирован, то его название будет ссылкой ведущей на ТОП сайтов по этой CMS.

Так же обращу внимание на последнюю строчку. Часто, когда возникают вопросы (претензии) к владельцу сайта, многие начинают искать его хостинг и контакты хостинг компании.
В строке "Хостинг" вы найдете не только название компании хостера, но и его емэйл, а также контактный телефон.

III. Идем дальше, блок **Наличие ресурса в каталогах и безопасность сайта**.



В левой части отчет о наличии ресурса в самых важных каталогах интернета. Зачастую присутствие в указанных каталогах говорит об авторитете сайта. Иногда это не так.
В правой части отчет о безопасности сайта. Проверка идет основными антивирусами - от Яндекса, от Google, McAfee SiteAdvisor и Доктор Веб.
Для проверки в последнем нажмите ссылку "Проверить", появится всплывающее окно с подробным анализом сайта. Там есть форма, которую нужно прокрутить, будет отчет о каждом включаемом файле страницы.

IV. Четвертый блок - **Рейтинг ресурса**. Т.е. пузомерки.

Рейтинг ресурса seobuilding.ru

Примерная стоимость сайта	$289,030.00	Цена Сайта $289 030
TrustRank(sb), уровень доверия ресурса	6.94/10	Авторитет Ресурса 6.94
Реальный PageRank www.seobuilding.ru	6.26/10	Реальный PageRank 6.26
Alexa Rank сайта	3,388	3 388 PR 4
Google PageRank	4/10	
Yandex Тиц	190	тИЦ 190 PR 4
Яндекс Rang	4/6	

Информеры и счетчики для Seobuilding.ru

Цена Сайта $289 030

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение стоимости сайта'
target='_blank'><img
src='http://www.seobuilding.ru/btn/se/ob/uilding_ru/site-value-3.png'
```

Авторитет Ресурса 6.94

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение авторитета сайта'
target='_blank'><img
src='http://www.seobuilding.ru/btn/se/ob/uilding_ru/trust-red.png'
```

Реальный PageRank 6.26

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение реального PageRank'
target='_blank'><img
src='http://www.seobuilding.ru/btn/se/ob/uilding_ru/pagerank-violet.png'
```

3 388 PR 4

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Оценка параметров сайта, тИЦ,
ПР, Траст, Alexa, цена сайта' target='_blank'><img
src='http://www.seobuilding.ru/btn/se/ob/uilding_ru/pr-alexa-1.png'
```

тИЦ 190 PR 4

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Комплексный анализ сайта'
target='_blank'><img
src='http://www.seobuilding.ru/btn/se/ob/uilding_ru/tic-pr-arc-5.png'
```

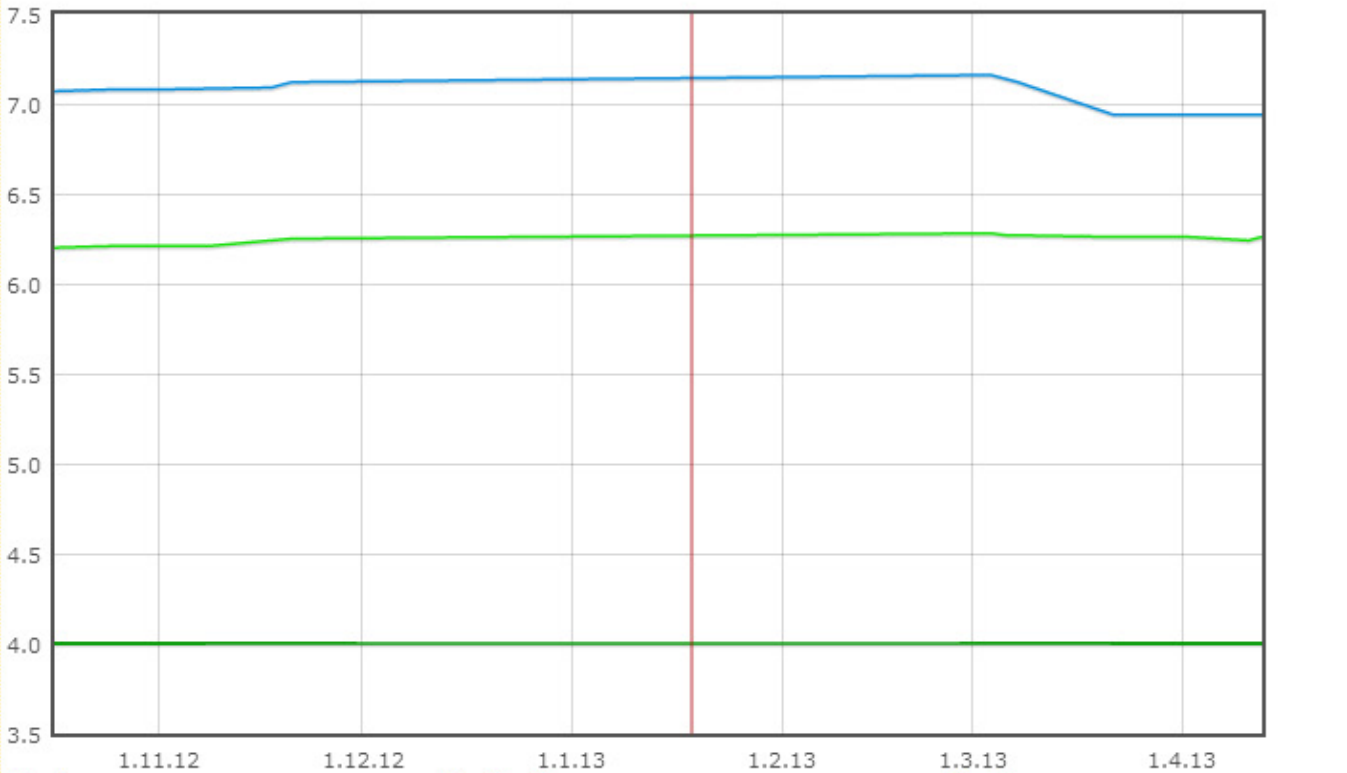
Trust Directory УЧАСТНИК

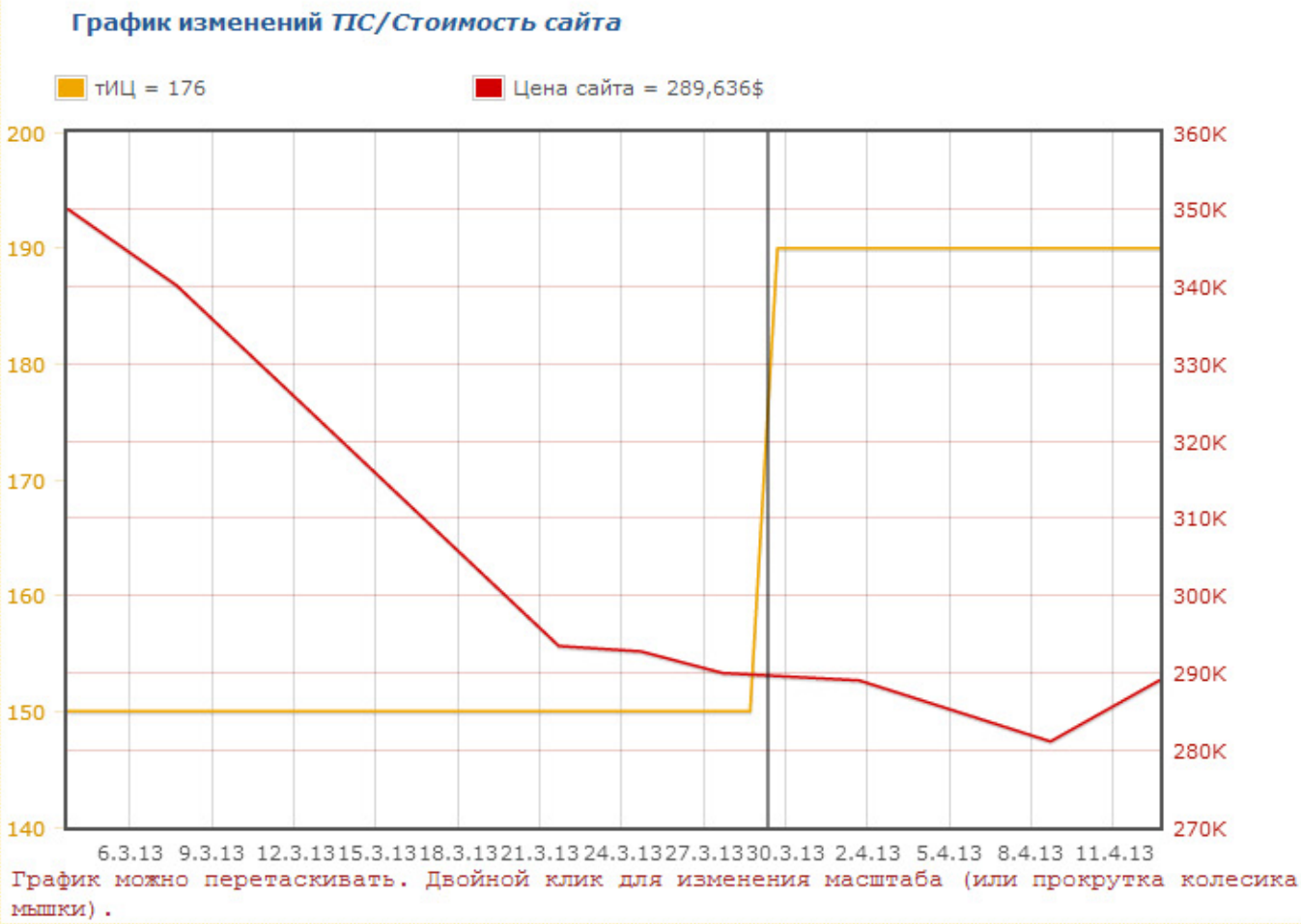
```
<a href='http://www.trustdirectory.org/russian-tdp/' title='Трастовый
каталог' target='_blank'><img
src='http://www.trustdirectory.org/images/trust_directory_grey_ru.png'
```

Выбрать другой дизайн кнопок и информеров можно на этой странице.

График изменений *PageRank/Реальный ПР/TrustRank*

PageRank = 4.00 Реальный PR = 6.27 TrustRank(sb) = 7.14





Вероятно один из самых важных блоков.
У вебмастеров часто возникают вопросы иметь ли дела (напр. покупка ссылок, размещение рекламы, другое сотрудничество) с владельцами определенных ресурсов.

В этом блоке все как на ладони.
Вы узнаете примерную стоимость сайта, его авторитет (траст) в поисковых системах, реальный и номинальный (т.е. тулбарный) PageRank, Яндекс тИЦ и рэнк, а также важный показатель посещаемости Alexa Rank.
Текстовые значения рейтингов являются ссылками на разделы ТОПов по определенным показателям. Об этом ниже.

Отдельно **хочу пояснить по примерной стоимости (цене) сайта**.
Сервис учитывает только действующие характеристики ресурса. В зачет не идут затраченные усилия (финансовые и моральные), персонал, бюджет, офисы и другая недвижимость, биржевой азарт (напр. для гугла и яндекса), потенциал тематики сайта либо ваш личный потенциал и т.п.
Только действующие на данный момент характеристики сайта.

Кроме текущих показателей рейтинга, сервис ведет учет статистики изменений пузомерок.
На графиках вы можете видеть исторические изменения номинального и реального ПР, траста, тИЦ и стоимости сайта.
Графики масштабируются. Т.е. их можно перетаскивать, а также изменять масштаб двойным кликом либо прокруткой колесика мышки.

При наведении курсора на график, появляются вертикальные индикаторы, при перемещении которых меняются значения в легенде, над графиком.
Очень удобно отслеживать точные значения в разные периоды времени.

В этом же разделе есть кнопки-информеры, которые можно разместить на своем сайте.
Размещение кнопок покажет посетителям вашего ресурса его авторитет, что безусловно укрепит уверенность в успешности и долгосрочности развития вашего проекта.

Можно выбрать код кнопок размещенный на странице анализа, а можно подобрать (из нескольких десятков) более подходящий вариант *на странице информеров* (подробнее ниже).
На эту (информеров) страницу можно попасть с основного меню сайта, а также с любой страницы результатов анализа (есть кнопка и ссылка).

V. Следующий блок - **Присутствие сайта в поисковых машинах и социальных медиа**.

Присутствие habrahabr.ru в поисковых машинах и социальных медиа

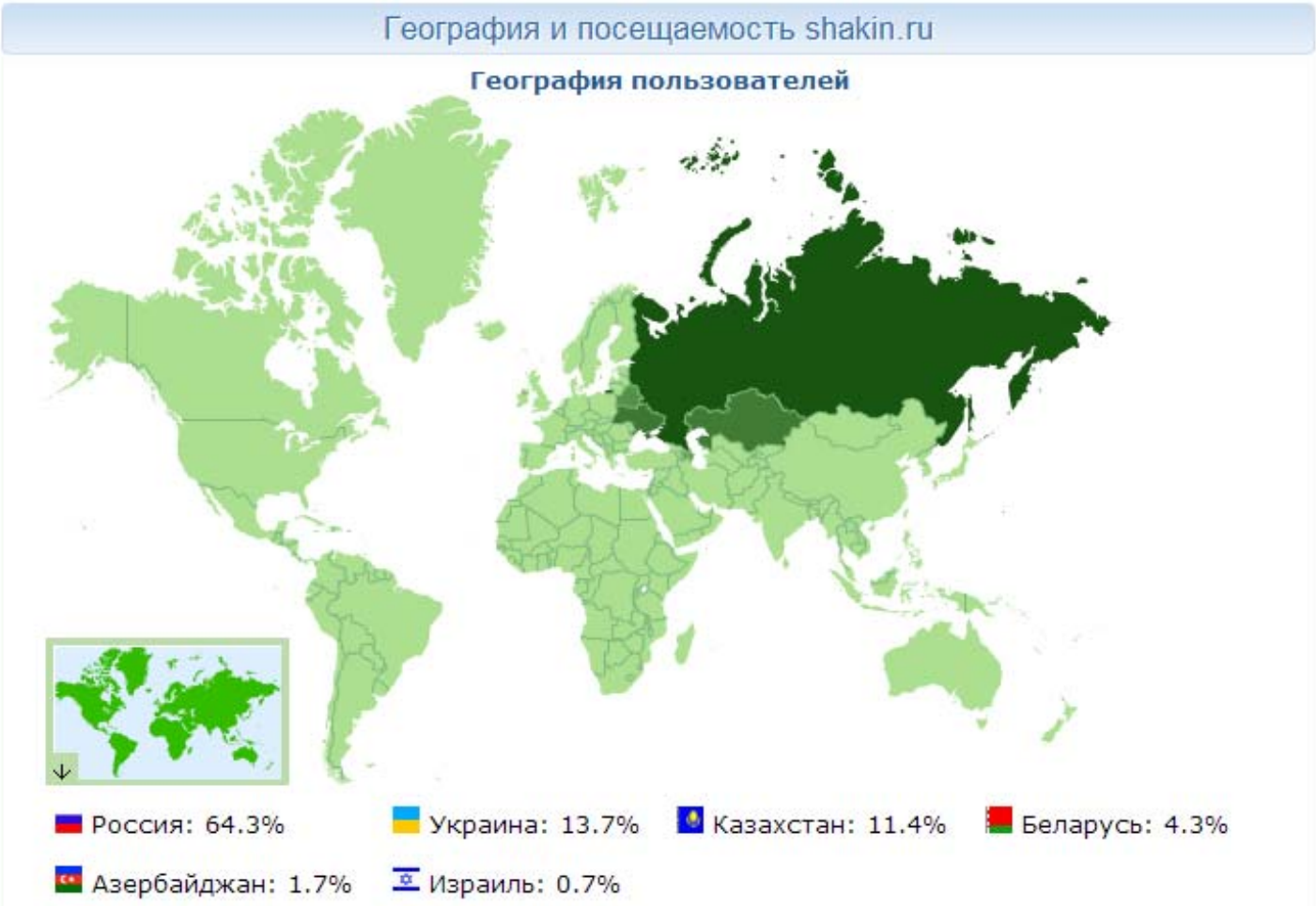
Входящие ссылки		Страницы в индексе	
Google inlinks	261	Гугл pages:	4,290,000
Яндекс упоминания:	482,000	Yandex:	254,000
Bing упоминания:	17,000	Бинг:	109,000
Alexa ссылки:	11,938		
		Социальные медиа	
Форумы, блоги, картинки		Твиттер:	1,384
Google блоги:	Смотреть	Facebook:	883
Яндекс блоги и форумы:	Смотреть	Google +1:	1
Гугл изображения:	Смотреть	Delicious:	1,036
Yandex картинки:	Смотреть	LinkedIn:	57
		Мой Мир:	35
Разное		Одноклассники:	61
Yahoo! индекс:	Проверить	Вконтакте:	1,825
Исходящие ссылки:	Проверить		
Склеенные сайты:	Проверить	**Код сайта**	
Яндекс кэш:	Проверить	Скорость загрузки:	Смотреть
Google кэш:	Проверить	Проверка ссылок	Смотреть
Плагиат сайта:	Проверить	HTML валидность:	39, 3
Похожие ресурсы:	Проверить	CSS валидность:	Смотреть
Сайты Яндекс-каталога:	Проверить	Орфография страницы:	Смотреть
Traceroute, Ping, DNS, WhoIs	Проверить	Тест на мобильность:	Смотреть
WhoIs история:	Здесь или Тут	Гео доступность сайта:	Смотреть
Yandex регион:	Россия		

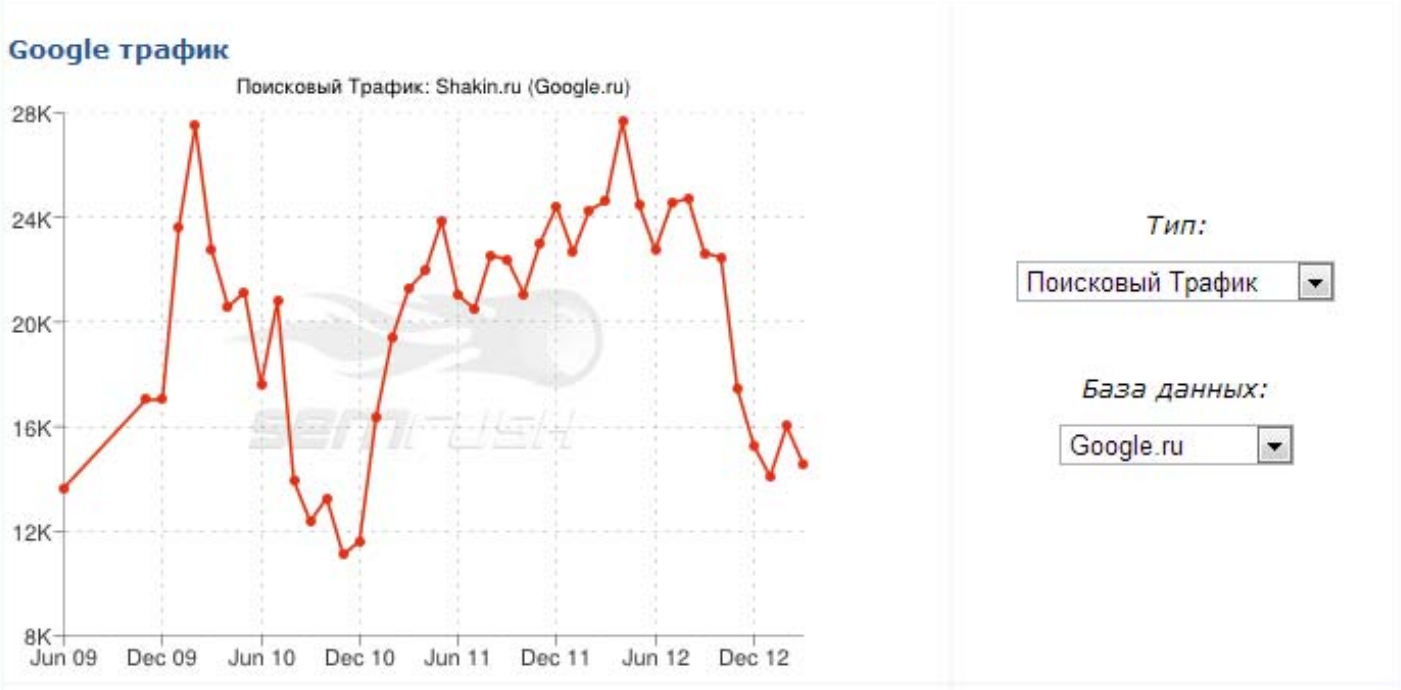
Много очень важной информации о проиндексированности ресурса, количестве обратных ссылок, присутствия в социальных медиа, валидность, геодоступность и так далее.
Рекомендую внимательно ознакомиться с этим блоком и проверить каждый параметр вашего ресурса. Уверен, что вы будете удивлены, а также узнаете много нового и интересного как о своем детище, так и обо всем что его окружает.

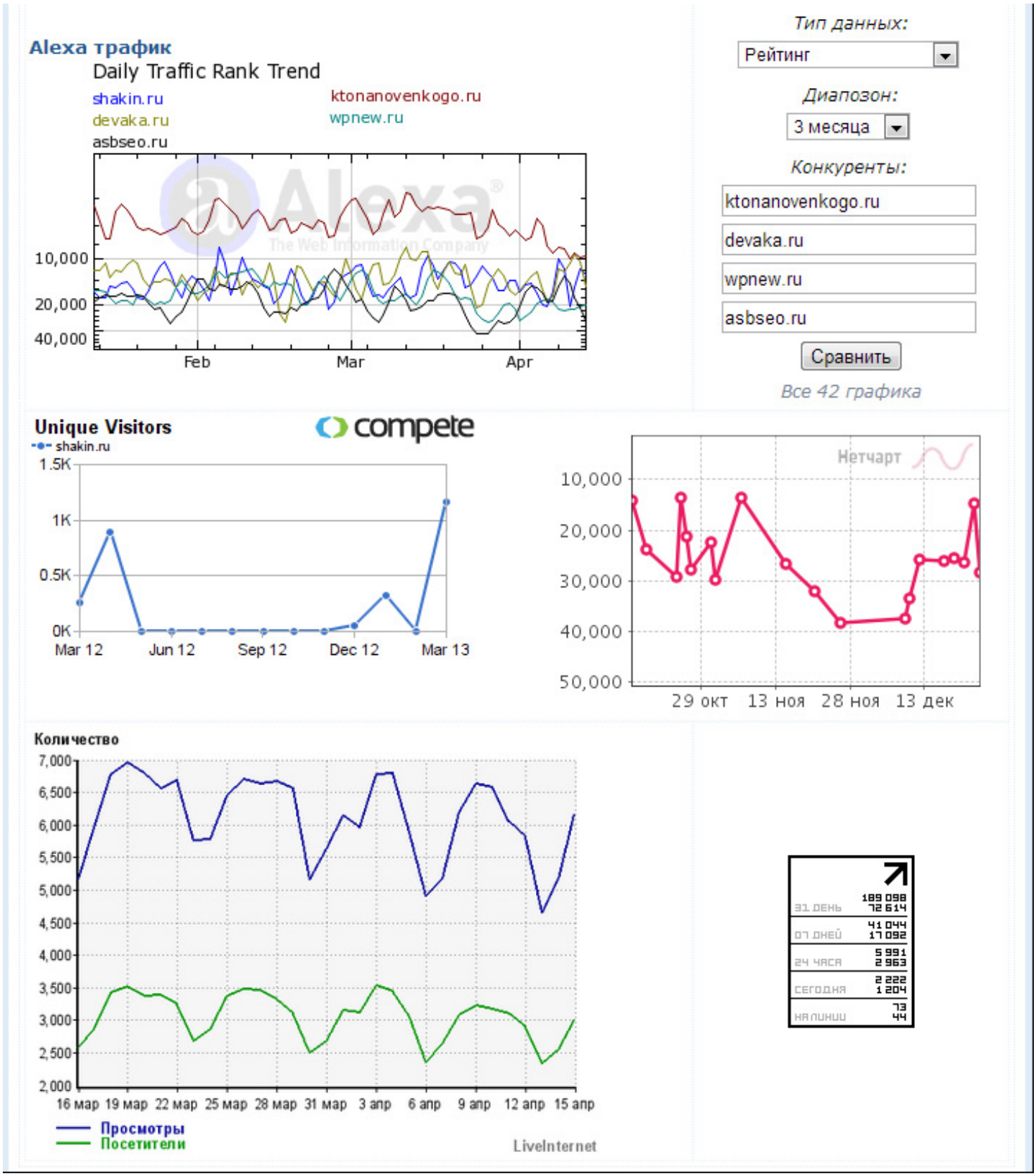
VI. Шестой блок - **Конкуренты**.

В этом блоке представлены конкуренты проверяемого сайта.
Самые важные из них идут в таблице с кнопками, на которых указан PageRank и тИЦ конкурента.
Ниже есть список (ссылка), развернув который вы увидите всех (до тысячи) конкурентов анализируемого ресурса.

VII. Дальше - **География и посещаемость сайта**.


География и посещаемость shakin.ru
География пользователей
Россия: 64.3%
Украина: 13.7%
Казахстан: 11.4%
Беларусь: 4.3%
Азербайджан: 1.7%
Израиль: 0.7%


Google трафик
Поисковый Трафик: Shakin.ru (Google.ru)
28K
24K
20K
16K
12K
8K
Jun 09
Dec 09
Jun 10
Dec 10
Jun 11
Dec 11
Jun 12
Dec 12
Тип:
Поисковый Трафик
База данных:
Google.ru

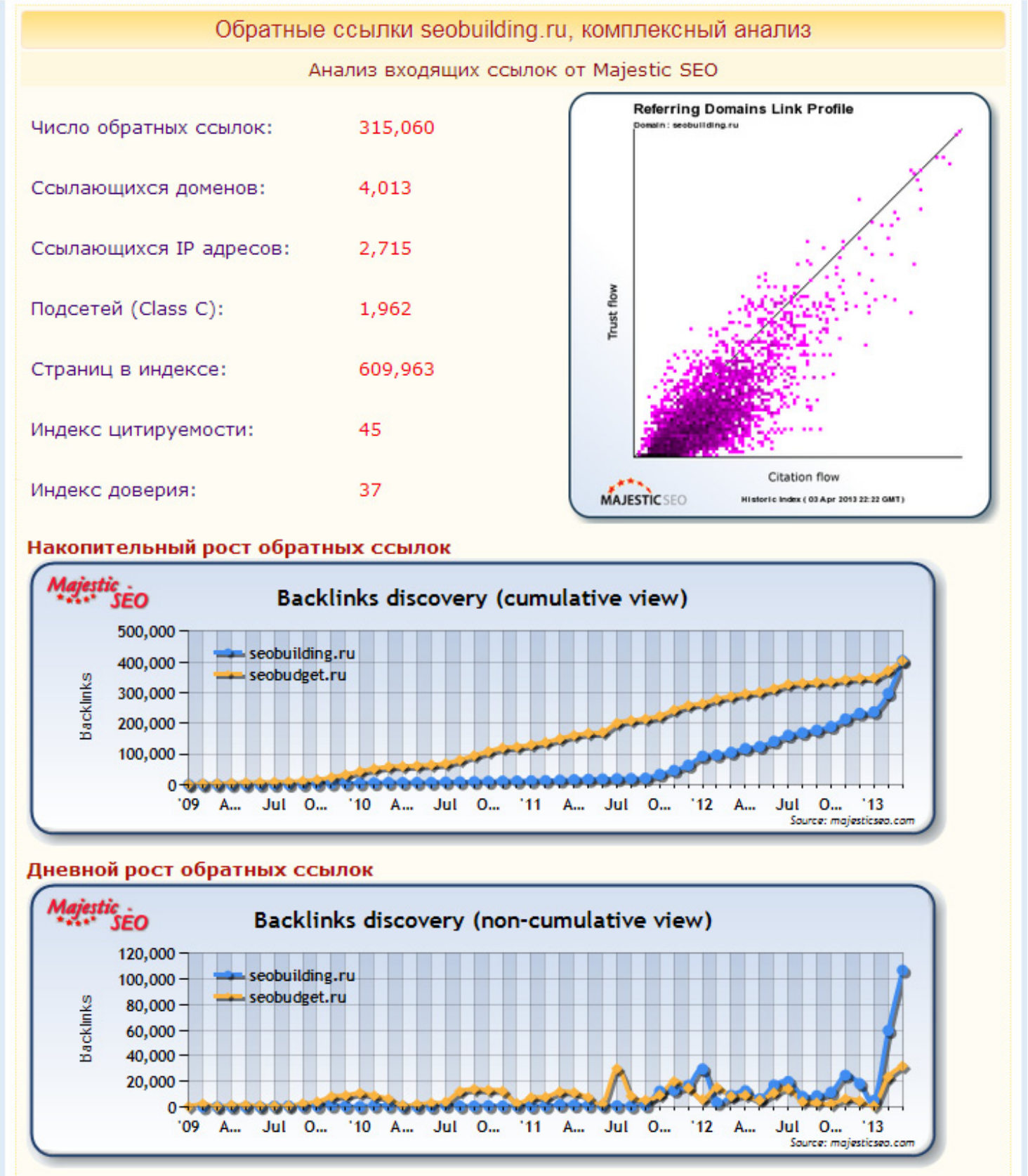


Представлены всевозможные карты и графики посещаемости ресурса.
Дело в том, что точную посещаемость может знать только владелец сайта. Тем не менее используя различные источники данных, можно составить примерную картину трафика сайта. Особенно это важно при размещении рекламы.

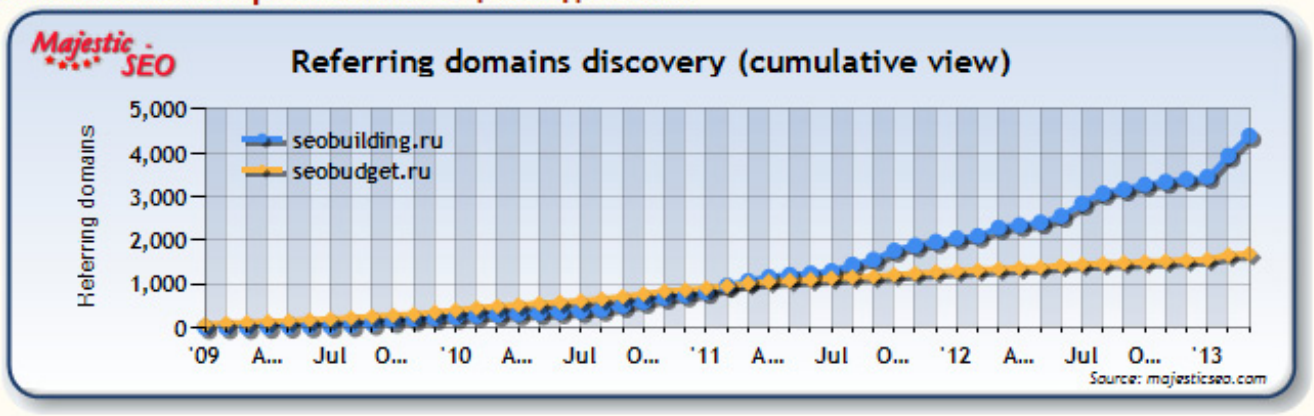
Обращу ваше внимание, что на самом деле в этом блоке представлено более сотни графиков.
Чтобы не раздувать итак монстрообразную страницу отчета, мы сделали возможность просмотра различных графиков с помощью всевозможных переключателей и выпадающих списков. Рекомендую внимательно ознакомится со всеми.

Также обращу внимание на то, что некоторые графики могут быть сформированы в сравнении с вашими конкурентами. Т.е. можно посмотреть относительную посещаемость различных ресурсов.

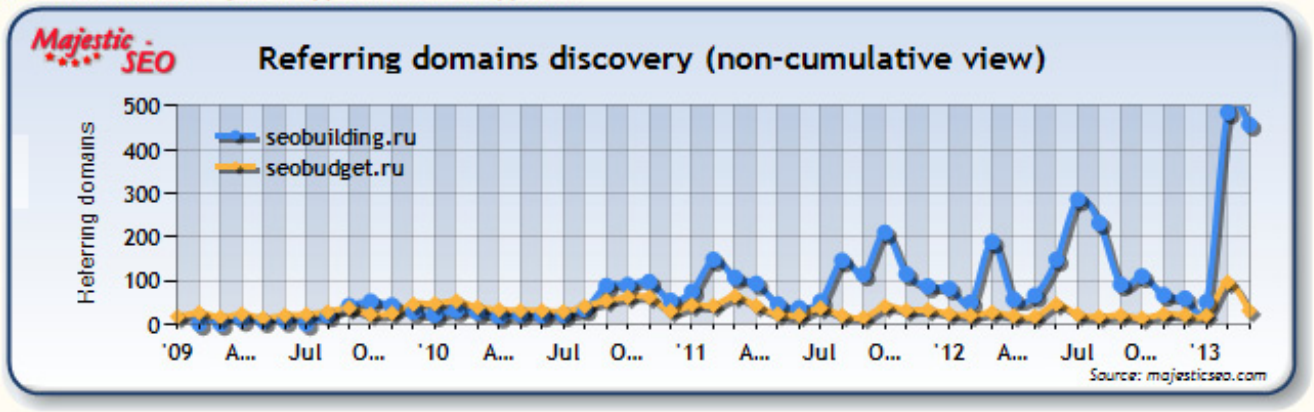
VIII. Восьмой блок - **Обратные ссылки сайта, комплексный анализ**.



Накопительный рост ссылающихся доменов



Рост ссылающихся доменов по дням



Сравнить с конкурентом (напр. seosum.ru):

seobudget.ru [Сравнить]

Аудит ссылочной массы www.seobuilding.ru от Solomono	
Страниц в индексе:	35,986
Зеркал сайта:	0
Доменов на том же IP:	0
Входящих ссылок:	131,323 *(УВ1: 291, УВ2: 8247, УВ3: 37605, УВ4: 85180)*
Входящих анкоров:	770
Ссылающихся доменов:	1,547 *(УВ1: 258, УВ2: 460, УВ3: 462, УВ4: 933)*
IP доноров:	760
Подсетей:	523
Исходящие ссылки:	193,871 *(УВ1: 3, УВ2: 357, УВ3: 13400, УВ4: 180111)*
Исходящих анкоров:	7,190
Доменов акцепторов:	6,069
IGood, коэффициент доноров:	360,757 / 7,587,297 ≈ 0.0475
Заспамленность ссылками:	**6.46%**

В этом блоке подробно разбираются входящие ссылки сайта.
Представлено множество графиков, а также детальная информация о донорах, качестве ссылок, уровнях вложенности, подсетей, индексе и коэффициенте доноров.

Обращу внимание на возможность сравнить с конкурентами графики накопления ссылочной массы. Есть форма "Сравнить с конкурентом". Очень полезная вещь для понимания динамики движения вашего сайта, и ресурса соперника.

Также обратите внимание на последнюю строку блока от Соломоно - **Заспамленность ссылками**. Измеряется по шкале от 0 до 100%. При наведение мышки на результат вплывают поясняющие подсказки. Также есть цветовая (и графическая) индикация в зависимости от результата.

Вот наша классификация, в зависимости от процентов:

0 - 10% . Все отлично.

10 - 20% . Все хорошо.

20 - 30% . Возможно все хорошо, но обратите внимание на исходящие ссылки.

30 - 50% . Внимание, возможно много исходящих ссылок.

50 - 80% . Плохо, много исходящих ссылок.

80 - 100% . Очень плохо, слишком много исходящих ссылок.

N/A. Не определено. Недостаточно данных.

Коэффициент заспамленности считается на основе данных от соломоно (Страниц в индексе, Доменов акцепторов), нашего траста и еще нескольких уточняющих коэффициентов.
Прошу обратить внимание, что данные от Соломоно не всегда точны, поэтому данный параметр рекомендую использовать лишь как ознакомительный, а не как истина в последней инстанции. Вполне вероятны ошибки.

IX. Следующий блок - **Сводная статистика сайта**.

Сводная статистика www.seobuilding.ru

Позиции www.seobuilding.ru в поисковых системах

Показать 25 записей CSV Excel PDF Копировать Печать Поиск:

Фраза	Ян.	Go.	Вид.	Запр.	WST	Я.Д	Показ.	Ст.п	Цена
seo инструменты	1	1	100%	163	242	109	109	108,94	3173
траст сайта	7	2	67%	2122	4500	1422	945	5,55	2108
seo поисковая оптимизация	12	2	40%	78	318	52	20	52,49	247
плотность ключевых запросов	1	4	90%	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1605
seo форум	4	4	70%	1442	1588	966	676	19,93	5167
плотность запросов	1	5	90%	1	n/a	1	0	n/a	1970
seo оптимизация	34	5	25%	3146	5775	2108	529	3,28	1039
плотность ключевых слов	n/a	5	23%	312	856	209	48	13,13	332
глобальные компьютерные сети	59	6	17%	518	2341	347	59	4,95	416
rotaban	100+	6	17%	509	626	341	56	10,89	1485
список dofollow блогов	n/a	6	17%	219	180	147	24	81,38	4498
оптимизация seo	32	7	19%	3146	5775	2108	390	0	n/a
скорость сайта	7	8	50%	487	9085	326	163	10,54	769
фото моей жены	100+	8	17%	1870	317934	1253	206	3,7	1493
проверка обратных ссылок	n/a	8	17%	336	400	225	37	5,5	249
сканер портов	9	9	50%	1604	3848	1075	537	6,1	2625
защита текста от копирования	100+	9	17%	219	73	147	24	7,72	311
как проиндексировать сайт	n/a	9	17%	261	3111	175	28	7,07	291
свободные домены	46	10	19%	896	3367	600	111	0	n/a
деньги на халяву	60	10	17%	2191	6197	1468	252	1,61	854
генератор анкоров	n/a	11	3%	200	291	134	4	1,69	80
бесплатная регистрация в каталогах	n/a	13	3%	227	4084	152	5	1,49	31
сколько стоит домен	n/a	13	3%	343	712	230	7	1,35	90
pagerank	30	14	5%	1552	3688	1040	55	5,3	2138
переделка сайта	59	14	4%	61	232	41	1	6,66	63

Записи с 1 до 25 из 1,000 записей Первая Предыдущая 1 2 3 4 5 Следующая Последняя

Входящие ссылки seobuilding.ru

Показать 25 записей CSV Excel PDF Копировать Печать Поиск:

Донор	Акцептор	Тд	Та	Текст	NI	NF
http://real-zone.kz/	http://www.seobuilding.ru/	0	130	~img~	1	0
http://romvervik.ru/	http://www.seobuilding.ru/	-1	130	~img~	1	0
http://shelvin.ru/forumy-s-razdelom...	http://www.seobuilding.ru/	500	130	www.seobuilding.ru	0	0
http://shok-promo.ru/?m=20101112	http://www.seobuilding.ru/	10	130	поисковая оптимизация	0	0
http://skachayfail.blogspot.com/	http://www.seobuilding.ru/	0	130	~img~	0	0
http://sormgimn.narod.ru/	http://www.seobuilding.ru/	10	130	~img~	0	0
http://sormgimn.narod2.ru/	http://www.seobuilding.ru/	-1	130	~img~	0	0
http://spainbook.ru/	http://www.seobuilding.ru/	0	130	~img~	0	0
http://staiami.blogspot.com/	http://www.seobuilding.ru/	-1	130	~img~	0	0
http://subyglesbyt.ru/	http://www.seobuilding.ru/	70	130	~img~	0	0
http://trendgeek.net/alexa/RU	http://www.seobuilding.ru/	0	130	Seobuilding.ru	0	0
http://udiadivalery.com/3300/seo-dl...	http://www.seobuilding.ru/	0	130	http: www.seobuilding.ru	0	0
http://vip-books.com/	http://www.seobuilding.ru/	-1	130	~img~	0	0
http://voen-pravo.ru/	http://www.seobuilding.ru/	0	130	~img~	0	0
http://vorabota.ru/optimizatsiya/op...	http://www.seobuilding.ru/	20	130	SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я.	0	1
http://web-ideas.com.ua/category/pr...	http://www.seobuilding.ru/	0	130	SEO Building	1	1
http://web-sitio.ru/seo_instrumenti...	http://www.seobuilding.ru/	40	130	бесплатные seo-инструменты	0	0
http://webmasters.by/downloads/file...	http://www.seobuilding.ru/	110	130	seobuilding.ru	0	0
http://words-of-torrent.ru/	http://www.seobuilding.ru/	-1	130	~img~	0	0
http://wpnew.ru/raskrutka-bloga/poi...	http://www.seobuilding.ru/	80	130	www.seobuilding.ru	1	0
http://xstomper.ru/promotionsite/be...	http://www.seobuilding.ru/	10	130	игорь	0	0
http://ya-zadrot.clan.su/	http://www.seobuilding.ru/	0	130	~img~	0	0
http://yaldex.com/Free_JavaScript_E...	http://www.seobuilding.ru/	30	130	SEO Tools	0	0
http://zazimye.com/	http://www.seobuilding.ru/	-1	130	~img~	0	0
http://znaniya-sila.narod.ru/_topho...	http://www.seobuilding.ru/	275	130	~img~	1	1

Записи с 51 до 75 из 343 записей Первая Предыдущая 1 2 3 4 5 Следующая Последняя

Подбор семантического ядра для www.seobuilding.ru

Показать 25 записей CSV Excel PDF Копировать Печать Поиск:

Фраза	Релевантность	Цена	Wordstat	Я.Директ
проверить позиции сайта	19.3	150	1829	965
проверка обратных ссылок на сайт	14.8	30	56	222
позиция сайта в яндексе	12.45	80	1451	332
проверить скорость загрузки сайта	10.422	90	232	469
точные апдейты яндекса	8.973	150	422	673
определение позиций сайта в поисковиках	8.933	150	662	670
календарь апдейтов	8.6	20	119	86
проверить релевантность	7.7	40	52	154
проверить позиции сайта в поисковиках	6.95	80	179	278
тест скорости загрузки сайта	5	20	39	50
анализ позиций сайта в яндексе	4.9	30	58	49
анализ текста seo	3.2	40	112	64
позиции сайта	3	1900	14803	1900
яндекс анализ сайта	2.667	30	87	40
прогноз pr	2.667	30	97	40
точный апдейт	2.533	90	696	114
анализ текста сайта	2.52	50	130	63
проверка позиций сайта в яндексе	1.86	50	68	31
определить позиции сайта	1.853	150	475	139
анализ pr сайта	1.6	20	95	16
яндекс выдача	1.555	400	1712	311
сео инструменты	1.385	130	45	20
апдейт выдачи яндекса	1.371	140	119	96
анализ конкурентов сайта	1.336	110	295	49
определение позиций сайта в яндексе	0.971	70	67	34

Записи с 1 до 25 из 56 записей Первая Предыдущая 1 2 3 Следующая Последняя

Представлены три очень важных таблицы для анализа характеристик сайта:

а) Позиции в поисковых системах.
Здесь вы можете увидеть по каким запросам ваш сайт занимает определенные места в основных поисковиках. Ссылки кликабельны, и можно перепроверить увиденное.
Также представлены другие характеристики ключевых фраз - видимость, количество запросов, частотность, эффективность показов, стоимость продвижения.

б) Входящие ссылки сайта.
Представлены доноры, страницы акцепторы, текст ссылок, тИЦ донора, заключены ли ссылки в теги (атрибуты) noindex и nofollow.
Ссылки также кликабельны.

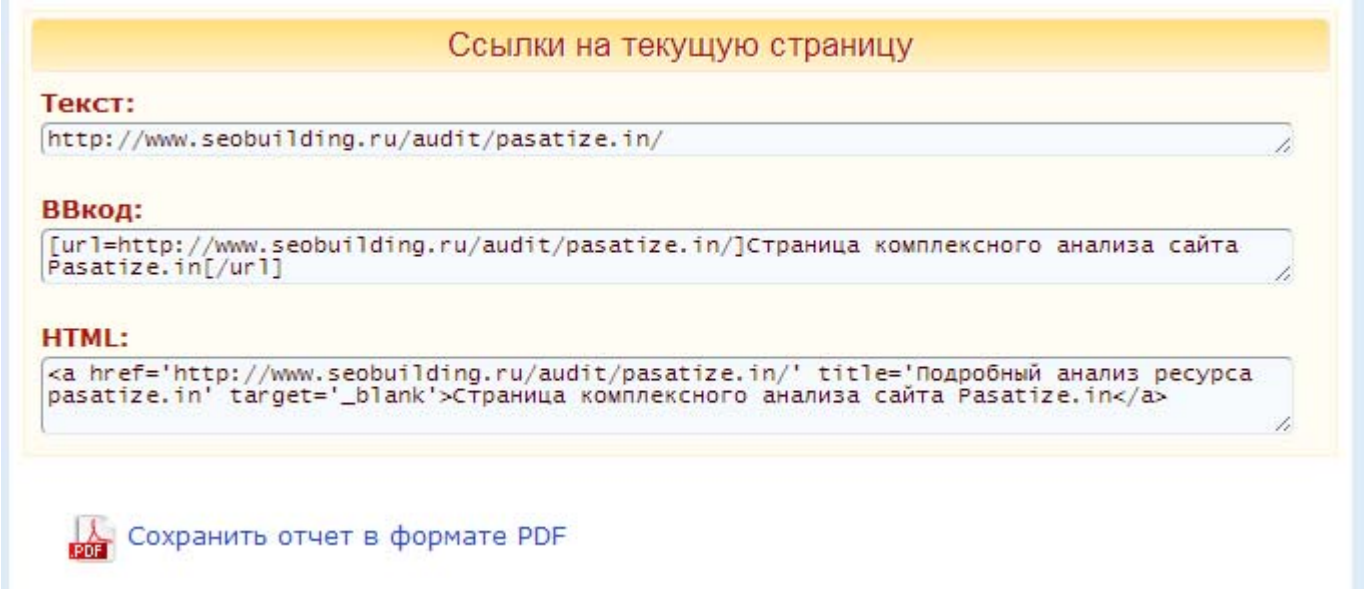
в) Подбор семантического ядра.
В этой таблице подобрано наиболее подходящее для вашего сайта семантическое ядро. Указаны релевантность, стоимость и частотность запросов.

Все три таблицы могут быть отсортированы, развернуты с различным (от 25 до всех) количеством столбцов.
При наведении мышки на заглавие столбца всплывает подсказка, объясняющая смысл представленной информации.

Таблицы можно копировать в буфер обмена, сохранять в форматах CSV, Excel, PDF, а также распечатать

(для всего этого есть специальные кнопки вверху таблиц).
В каждой таблице есть поиск (верхнее-правое окошко) для быстрого нахождения нужной информации в таблице.

X. Последний блок - **Ссылки на текущую страницу**.



Для каждого анализируемого сайта формируется отдельная страница, с уникальным адресом.
В этом блоке представлены ссылки на текущую (т.е. на страницу анализа конкретного сайта) страницу в разных форматах. Это текстовый, ББкод и HTML форматы.
Скопировав ссылки вы можете легко их разместить на любых ресурсах, для того чтобы представить (сослаться) на готовые результаты аудита.

После этого блока будет ссылка **Сохранить отчет в формате PDF**.
Она работает только для зарегистрированных пользователей, остальным будет предложено зарегистрироваться.
По клику на ссылке будет сформирован отчет аудита в формате PDF.
В самом отчете (вверху каждой страницы) будет его дата, а также прямая (кликабельная) ссылка на страницу комплексного анализа сайта, представленного в отчете.

Хочу обратить внимание на то, что страница результатов анализа слегка отличается для зарегистрированных и незарегистрированных пользователей. Таких ограничений немного, но они все же есть.
Смотрите пример ниже:

Позиции www.seobuilding.ru в поисковых системах

Показать 25 записей | CSV | Excel | PDF | Копировать | Печать | Поиск:

Фраза	Ян.	Go.	Вид.	Запр.	WST	Я.Д	Показ.	Ст.п	Цена
адрес электронной почты	1	100+	67%	6003	50437	4022	2694	1,77	2124
seo инструменты	1	1	100%	163	242	109	109	108,94	3173
плотность запросов	1	5	90%	1	n/a	1	0	n/a	1970
табличные процессоры	1	100+	67%	472	2640	316	211	17,23	2178
плотность ключевых запросов	1	4	90%	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	1605
аис	2	100+	67%	9873	74939	6615	4432	1,84	4858
базе	2	100+	67%	1019	3916238	683	457	0	n/a
средства защиты информации	2	100+	67%	590	10004	395	264	25,44	3558
конфиденциальность	2	100+	67%	6615	20221	4432	2969	1,89	3350
поисковой оптимизации	3	n/a	67%	16	8858	11	7	0	n/a
поисковая оптимизация seo	3	n/a	67%	78	347	52	34	104,69	658
разработка программного обеспечения	3	100+	67%	1137	9144	762	510	33,52	9951

Записи с 1 до 25 из 1,000 записей | Первая | Предыдущая | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Следующая | Последняя

Часть информации скрыта замками. При клике на замке вы будете перенаправлены на форму регистрации на этом форуме.
После регистрации замки исчезнут и вы получите полную информацию, предоставляемую сервисом.
Есть еще одно ограничение для незарегистрированных пользователей - не более 10 проверок в течении 24 часов.

Кроме результатов анализа, сервис формирует множество разделов и вспомогательных страниц.

XI. ***Страница получения информеров***, для размещения на своем сайте.

Информеры для Ya-ta.ru

Стоимость сайта (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение цены сайта' target='_blank'><img
src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/site-value-7.png' border='0' width='88'
height='31' alt='Цена ya-ta.ru' title='Стоимость ya-ta.ru'/></a>
```

Траст ресурса (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение авторитета сайта'
target='_blank'><img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/trust-violet.png'
border='0' width='88' height='31' alt='Траст ya-ta.ru' title='Авторитет ya-ta.ru'/></a>
```

Реальный ПР (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение реального PageRank'
target='_blank'><img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/pagerank-
darkblue.png' border='0' width='88' height='31' alt='Настоящий ПР ya-ta.ru'
title='Реальный PR ya-ta.ru'/></a>
```

Alexa - PageRank (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Определение параметров сайта, тИЦ, ПР,
Траст, Alexa, цена сайта' target='_blank'><img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-
t/a_ru/pr-alexa-7.png' border='0' width='88' height='31' alt='ya-ta.ru Alexa/PR'
title='ya-ta.ru Алекса/ПР'/></a>
```

ТИЦ - ПР №1 (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Бесплатный анализ сайта' target='_blank'>
<img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/tic-pr-arc-7.png' border='0'
width='88' height='31' alt='ya-ta.ru Tic/PR' title='ya-ta.ru Тиц/ПР'/></a>
```

TIC - PR №2 (ya-ta.ru)

```
<a href="http://www.seobuilding.ru/" title='Бесплатный анализ сайта' target='_blank'>
<img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/tic-pr-scis-0.png' border='0'
width='88' height='31' alt='ya-ta.ru Tic/PR' title='ya-ta.ru Тиц/ПР'/></a>
```

ТИЦ - ПР №3 (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Бесплатный анализ сайта' target='_blank'>
<img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/tic-pr-romb-8.png' border='0'
width='88' height='31' alt='ya-ta.ru Tic/PR' title='ya-ta.ru Тиц/ПР'/></a>
```

TIC - PR №4 (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.seobuilding.ru/' title='Бесплатный анализ сайта' target='_blank'>
<img src='http://www.seobuilding.ru/btn/ya/-t/a_ru/tic-pr-tub-6.png' border='0'
width='88' height='31' alt='ya-ta.ru Tic/PR' title='ya-ta.ru Тиц/ПР'/></a>
```

Участник Трастового Каталога (ya-ta.ru)

```
<a href='http://www.trustdirectory.org/russian-tdp/' title='Трастовый каталог'
target='_blank'><img
src='http://www.trustdirectory.org/images/trust_directory_green_ru.png' border='0'
width='88' height='31' alt='ya-ta.ru участник Трастового Каталога' title='Ya-ta.ru
```

На самих страницах анализа уже представлены кнопки для размещения на сайтах, но их всего пять, и возможно они не подойдут вам по дизайну.
На странице информеров вы можете выбрать кнопки из десятков вариантов, подобрав наиболее подходящие под дизайн вашего сайта.
Ссылка на страницу кнопок есть в основном меню этого сайта.

Представлены следующие счетчики:
1. Цена ресурса
2. Траст сайта
3. Реальный ПР
4. Alexa/PR
5. тИЦ/ПР, четырех видов
6. Наличие в Трастовом Каталоге (если присутствует, или может быть добавлен)

Счетчики автоматически обновляются, при очередной проверке сайта. Поэтому **вам нет необходимости менять размещенный на вашем сайте код кнопки, она автоматически обновится**.

Зачем вообще размещать информеры на своих ресурсах?

Вашим посетителям будет интересно узнать о действительном состоянии дел вашего сайта.
Размещая кнопки, вы покажете пользователям ваши достижения, чем безусловно укрепите их веру в серьезность и долгосрочность вашего проекта.

XII. На основе аудитов сервисом **сформированы всевозможные рейтинги и ТОПы**:

1) *Новые сайты*.
Ресурсы отсортированы по времени первого анализа. Т.е. последние проанализированные представлены первыми, и наоборот.

2) *ТОП по цене*.
Сайты отсортированы по примерной стоимости.

3) *ТОП по трасту*.
Ресурсы ранжированы по уровню доверия в поисковых машинах.

4) *ТОП по реальному PageRank*.
Сортировка по реальному, а не номинальному (т.е. тулбарному) ПР. Очень важный показатель реальной ссылочной массы.

5) *ТОП по Alexa рейтингу*.
Ранжирование по посещаемости сайтов, по мнению alexa сервиса.

6) *ТОП по PageRank*.
Сортировка по гугл ПР.

7) *ТОП по тИЦ*.
Ранжирование по Яндекс Rang и тИЦ.

8) *Топ по CMS*.
Сортировка по системам управления содержимым.

9) *Топ по Серверам*.
Ранжирование по серверам.

10) *Топ по Хостингам*.
Сортировка по Хостингам.

11) *Топ по Странам*.
Ранжирование по Странам.

12) *Топ по Городам*.
Сортировка по Городам.

13) *Топ по IP*.
Ранжирование по IP адресам.

Соответственно, на страницах результатов анализа, в соответствующих полях и графах стоят ссылки на раздел определенного рейтинга.
Например, сервис детектировал, что ваш сайт работает на wordpress. В графе, где об этом сказано, стоит ссылка на раздел, в котором размещены сайты только на этом движке.
Можно посмотреть сравнительные характеристики и понять почему одни сайты ранжируются выше других.
Ссылки на некоторые из ТОПов есть в главном меню сайта.

С презентацией все.
Надеюсь наш сервис не подведет вас, и поможет лучше понять текущее состояние дел ваших сайтов, а также как можно эффективнее продвинуть их в поисковой выдаче.

Часть V/2. Лучшие SEO сервисы

Автор: Sevab

Недавно на форуме *проводился конкурс* на составление списка самых нужных и интересных сервисов для оптимизаторов.
Собственно вот что получилось:

SEO инструменты

	seobuilding.ru Бесплатные SEO сервисы	- Бесплатные SEO-инструменты, такие как комплексный анализ сайта, плотность ключевых слов, сравнение страниц и проверка обратных ссылок, проверка скорости загрузки сайта и многое другое.
	webconfs	- 21 SEO tools под бурж нет
	RDS	- анализ страниц сайта на уровень вложенности, наличие внешних ссылок, проиндексированности в поисковиках, pr и других важных параметров. полезный плагин для многих браузеров (удобный инструмент для быстрого анализа SEO показателей сайта и страницы, рассчитанный на вебмастеров и оптимизаторов.).
	www.dinews.ru/seo	- онлайн-сервис для анализа продвижения сайта. Быстрый анализ многих сео-параметров сайта.
	smartreports.ru	- ещё одна система веб-анализа. Есть тепловая карта кликов, интересная штуковина, может помочь в улучшении юзабилити сайта.
	text.miratools.ru/	- оценка тошноты страницы, количество ключевиков на странице, в title, в тегах strong, h1-h6.
	SitePosition	- сервис определения позиций сайтов в поисковых системах и рейтингах.
	seolib	- анализ сайта и поисковый аудит.
	stroim	- выделение ключевых слов из текста.
	Link Checker	- проверка валидности кода.
	SEOGadget	- набор бесплатных инструментов.
	Анализаторы	- анализатор качества поиска 8 поисковиков от Ашманова, анализатор апдейтов.
	http://xseo.in/	- полезный ресурс для проверки тиц и пр(по датацентрам), индексации сайта, whois, склейки сайта, проверка исходящих ссылок, их валидности, проверка серверов, прокси и много других, не менее полезных сервисов.
	http://istio.com/	- онлайн анализ текстов и сайтов на уникальность, поиск копий с помощью Яндекса и Yahoo. В анализе текста выдает топ-10 слов, тошноту и словарь.
	http://separser.ru/	- анализ выдачи поисковиков Гугла и Яндекса, статистика поисковых запросов и анализ сайта конкурентов.

	seumka.ru	- мониторинг положения сайта в поисковых системах.
	seo.bigli.ru	- код сайта глазами робота, определение плотности ключевых слов на странице.
	seop.ru/services	- на данном ресурсе собраны всевозможные сео-утилиты.
	SEO LinkTracker	- подсчёт внешних ссылок на странице, вычисление веса ссылок.
	solomono	- полная информация по ссылкам для любого сайта.
	backlinkwatch	- англоязычный сервис проверки обратных ссылок по Yahoo, показывает анкор, все исходящие ссылки со страницы, PR и атрибут nofollow у ссылающихся сайтов.
	promopark	- набор полезных мини-сервисов для решения популярных повседневных задач оптимизаторов (мониторинг показателей сайта, изменения выдачи поисковых систем (апдейтов), частотность запросов и др.).
	allpositions	- Мониторинг и анализ позиций сайта в поисковых системах. Что порадовало: можно выбрать российские, украинские или беларуские поисковики. Также показывает частотность для проверяемых запросов.
	http://www.cssoptimiser.com/	- оптимизация css кода, уборка из него лишних пробелов и как следствие - ускорение загрузки сайта. Что полезно отразиться на продвижении в Гугле.
	http://seo2web.ru/	-генератор ошибок и опечаток. инструмент для формирования списка опечаток и неправильного написания для сервисов Яндекс.Директ, GoogleAdWords и Бегун, также для регистрации доменных имен с ошибкой.
	http://ping-admin.ru/free_test/	- проверка доступности сайта из различных точек мира, показывает время загрузки, ip сервера сайта и скорость загрузки страницы для разных скоростей интернета.
	http://www.tekto.biz/sick/ns.php	-оценка плотности ключевых слов, морфологический анализ текста.
	http://yatop1.com/	- система мониторинга позиций в ПС
	http://bertal.ru/	-сервис проверки HTTP заголовков сайта, просмотр HTML кода страниц.
	http://www.mypagerank.net/	- англоязычный сервис для определения Page Pank
	http://lr.seo-master.net/	-анализ эффективности ссылки с заданной страницы.
	http://www.seogenerator.ru/	- генератор анкоров, текстов, названий. Есть также синонимайзер. Все онлайн.
	http://ru.semrush.com/	- мощнейший инструмент для поиска, анализа и подбора ключевых слов
	http://www.statun.com/	-ещё один инструмент для сбора и анализа статистики веб-сайтов.
	http://www.seoanalizator.ru/	- сервис анализа сайтов.
	http://seorank.com.ua/	- анализ основных параметров сайта и его пузомерок, проверка

		склейки и внешних ссылок.
	http://www.kass.ws/2008/01/09/besplatnyiy-skript-po-podboru-klyuchevyih-slov/	- Бесплатный скрипт по подбору ключевых слов.

SEO Сервисы

	procopywrite	- сервис подсчета вхождений ключевых слов в текст.
	http://forumstat.ru/auth.php	- сервис сбора статистики с форумов phpBB, IPB, vBulletin, SMF.
	wordstat	- статистика запросов в Яндексе.
	promopark	- оповещения об апдейтах ПС на СМС. Удобная штука, если Вы в оффлайне, а хотите быть в курсе последних изменений. Услуга платная.
	pastukhov	- Базы ключевых слов Пастухова. Базы ключевых слов, поисковых запросов Google, Яндекс, Rambler. Платно.
	twite	- сервис для продвижения сайта в твиттере.
	virustotal	- сервис проверки сайта на вирусы.
	alexa	- мощный и авторитетный инструмент для комплексной оценки сайта по нескольким параметрам - трафик, просмотры страниц, входящие ссылки, поисковые запросы и т.д.
	liveinternet	- рейтинг и статистика посещений сайта.
	Подбор ключевых слов	- классный поиск кейвордов от Гугла. Получаем данные о самих ключевиках, оценку конкурентности, количество показов в месяц для всего мира и для заданного региона. Функционал гораздо более удобный, чем аналогичный от Яндекса.
	http://forummap.ru/	- онлайн генератор карты sitemap для форумов.
	uhuhu.ru	- автоматическая регистрация в каталогах.
	Генератор Sitemap	- Генератор карты сайта для поисковых систем, RSS-генератор.
	siteexplorer	- подсчет количества бэков по yahoo.
	FeedBurner	- позволяет создать свой фид(рассылку из rss ленты) и экспортировать ссылки на последние новости сайта в Twiiter и Facebook. Это помогает материалам моментально влетать в индекс.
	http://www.bposter.net/	- автоматическое добавление Ваших ссылок в соцзакладки. По принципу действия схожа с Жукладочником, но все действо происходит в окне браузере.
	subscribe.ru	- незаменимый инструмент для тех, кто хочет создать свою рассылку на е-мэйл и быстро поделиться с многими людьми полезной информацией. Почти 150 000 читателей, я думаю каждый найдет себе целевую аудиторию среди них.
	http://www.copyscape.com/	- англоязычный мощный онлайн-инструмент для поиска копий страниц в интернете.

	1ps.ru	- регистрация в 13 000 каталогах рунета, отличная репутация, проверенная временем. Правда сейчас сервис потерял былую актуальность, но для наращивания ссылочной массы подойдет на 100%. Имеет статус сертифицированного агентства Яндекса.
	Page Speed	- дополнение для браузеров FireFox и Chrome. Без нее не представляется работа с хтмл-кодом, очень мощный инструмент для его редактирования в визуальном режиме, можно сразу изменить часть сайта и посмотреть конечный результат. Имеется модуль для проверки скорости загрузки сайта и рекомендации по ее улучшению.
	http://www.seoquake.com/	- полезное расширение для Mozilla Firefox, предназначенное в первую очередь, для веб-мастеров, имеющих дело с поисковой оптимизацией и раскруткой интернет - ресурсов.
	плагин Винка	для оперы, не такой опциональный, как для мозиллы но все же.
	Правильные апдейты Яндекса	- апдейты текстового индекса Яндекса. Один из самых шустрых сервисов. Есть график изменения выдачи по дням.
	плагин Винка	для Firefox, расширяющий возможности фильтрации новых заявок и контроля уже купленных ссылок в интерфейсе бирж SAPE и Uniplace. Суперская вещь.
	webmaster.yandex.ru	- панель вебмастера. После добавления сайта можно узнать много-много о своём сайте (сколько страниц в индексе, проблемы индексации, сколько сайтов ссылается и т.д.).
	Инструменты Google для вебмастеров	- Очень удобная панель от гугла, позволяет получить множество полезной информации о своем сайте - поисковые запросы, обратные ссылки, ключевые слова, предложения хтмл и др.
	www.bing.com/toolbox/webmasters/	- панель вебмастеров от Bing, для анализа поисковых запросов и позиций в этой системе. Кстати принадлежит она мелкософту.
	www.google.com/analytics	- панель от Гугла: система веб-аналитики, анализа данных по трафику.
	articletop.ru	- бесплатная обновляемая база каталогов статей. Сайты, которые есть в системе - размещают Ваши статьи бесплатно, некоторые и без обратной ссылки, их ТИЦ от 0 до 600.
	http://hotlog.ru/	- счётчик и статистика посещаемости сайта.
	http://webvisor.ru/	- продвинутый сервис для юзабилити-тестирования сайта, оценки действий посетителей на сайте, оптимизации размещения контента. Карты активности посетителей, запись их действий на сайте, есть даже услуга исследований движений взгляда.
	http://extheme.ru	-сервис по определению тематики сайтов, страниц и текстов.
	http://tcy.in/	-поиск зеркал сайта.
	http://pmetrics.performancing.com/	- сайт статистики, интересен тем, что в режиме реального времени вы можете наблюдать как пользователи переходят по вашим страничкам из какого региона.
	http://www.synonymizer.ru/	- при написании статей на сайт, а особенно при насыщении их ключевиками часто не хватает слов. Вот отличный словарь

		синонимов, который поможет легче справится с написанием текста.
	http://vface.controlstyle.ru/	-сервис по оценке стоимости ссылки с главной или внутренней страницы сайта.
	http://pingweb.ru/	-сервис круглосуточного мониторинга сайтов. При недоступности сайта моментально отправляется смс-сообщение к Вам на телефон и письмо на e-mail.
	http://www.addsearch.ru/	- автоматизированный веб-сервис, позволяющий добавить страницы сайта в индекс поисковых систем Яндекс, Google и Mail.
	http://teh.ru/	-данный сервис проверяет, передают ли ссылки вес.
	http://direct.yandex.ru/	-сервис определения частоты запросов по Яндексу.
	http://serpparser.ru/	- мониторинг позиций сайта в ПС.
	http://www.generatorssilok.ru/	-генерирует ссылки для Sape, FatLink и в HTML-виде. Правда, для большей чистоты, необходимо затем перебрать полученные анкоры.
	http://blogaster.ru/	- проверка размещенных ссылок(через sape или другие биржи) на их наличие, продвижение сайта в серпе.
	http://supplemental.name/	-проверяем качество сайта по мнению Google.
	http://host-tracker.com/	- мониторинг сайтов на доступность. Ежедневные, еженедельные, месячные, квартальные, годовые отчеты по электронной почте. Есть free версия.
	http://www.8nog.com/counter/index.php?ifs	-сервис подсчёта количества знаков и слов в тексте.
	http://www.be1.ru/services/stat/	-сервис для комплексного анализа сайта (тИЦ, PR, счётчики, мета-данные, ссылки на сайт, noindex-nofollow, оценка текста на странице и др.).
	http://seo2web.ru/	- генератор ошибок в ключевых словах, пригодится тем, кто делает сайты под запросы с опечатками или ошибками.
	http://www.textprom.ru/	- написание статей (seo, текстов для сайтов, книг и научных работ) и рекламных текстов на заказ.
	http://cheaptop.ru/	- предоставляют услуги регистрации в каталогах статей и сайтов, сабмит в сервисы соц-закладок, ссылки с блогов и профилей на форумах.
	http://mainspy.ru/	-предлагает набор интересных сервисов: определение позиции сайта, сео-анализ, проверка ссылок, проверка ответа сервера, перевод в транслит, подсчёт символов в тексте и др.
	http://www.newox.ru/free_base.php	-бесплатные базы ключевых слов. Последнее обновление от 08.2009 года, но кеев всё равно много.
	http://do-follow.ru/	- сервис поиска дофоллоу блогов, прекрасно подойдет для тех, кто хочет увеличить ссылочную массу своему сайту
	http://www.elama.ru/	вся контекстная реклама в Интернет в одном месте. Это система, которая позволяет централизованно управлять рекламными кампаниями в основных системах контекстной

		рекламы.
	http://lpbase.biz/	- база исключительно белых каталогов. После покупки примерно 1 раз в месяц бесплатное обновление.
	http://copylancer.ru/	- постоянно расширяющийся набор сервисов и служб, призванный удовлетворить все ваши потребности в уникальном контенте.
	http://sloger.net	информационный ресурс для SEO-шников и не только.
	http://www.gasaw.com/pantera	-размещение вашей информации на досках объявлений.
	http://letusindex.com/	- ускорение индексации страниц сайтов.
	http://webmarketinglist.ru/	- бесплатная библиотека интернет маркетинга, имеется куча статей по тематике интернет-коммерции , электронные книги, обучающие курсы и многое другое.
	http://www.tineye.com	-проверка уникальности картинок.
	http://www.keeplinks.ru	-сервис проверки ссылок, купленных в Блогуне.
	http://tools.hod.ru	-определение вхождения слов и фраз в текст, генератор вариантов текста.
	http://www.prodavatel.ru	-система автоматической проверки ссылок, размещенных через систему Блогун.
	http://xap.ru/	-международный он-лайн сервис, предоставляющий полный спектр услуг по аутсорсингу для специалистов по интернет-маркетингу и продвижению сайтов. Так позиционируют себя сами владельцы.
	http://mordaha.ru/	-система обмена трафиком, ссылками и статьями.
	http://freeelink.ru/	- Постоянно новые сайты с индексируемыми ссылочками и хорошим пузом.
	http://www.megaindex.tv/	- телевидение об интернет-маркетинге

SEO Форумы

	SeoBuilding SEO форум	- SEO-форум, где Вам обязательно помогут решить Ваши проблемы, проанализируют сайт бесплатно, помогут ценным советом.
	seoshnik	- Сайт о Поисковой Оптимизации в сети Интернет.
	www.nulled.cc	- очень толковый форум. , где общаются нормальные спецы. Кстати, на нулледе есть ещё много чего интересного.
	www.maultalk.com/	- один из крупнейших сео-форумов Рунета. Там можно найти ответы на миллионы вопросов по поисковой оптимизации, задать свой вопрос.
	http://www.promoforum.ru/	-форум о раскрутке сайта, поисковых системах и рекламе в интернете.
	http://www.webloganalyzer.biz/forum/	-Форум программ AllSubmitter и Advantage Web Log Analyzer. Раскрутка и статистика сайтов. Не официальная поддержка

		пользователей.
	http://www.ua-seo.com/	- украинский форум о продвижении сайта и поисковой оптимизации.
	http://submitter.ru/	-регистрация в русскоязычных каталогах и рейтингах.
	searchengines.ru	- Один из первых SEO форумов.

Учебники по поисковой оптимизации

	SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я	- Бесплатный учебник, справочник и энциклопедия по поисковой оптимизации. Совместный труд лучших SEO блогеров и оптимизаторов Рунета.
	htmlbook.ru	- свойства хтмл и ксс тегов, огромный справочник по ним. Самоучитель хтмл и ксс, есть даже css3. Сайт-находка для новичков в освоении языков.К seo имеет косвенное отношение, но все же правильная верстка важна.
	Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах	- Книга Игоря Ашманова и Андрея Иванова.
	seobook	- еще один seo-учебник. В нем все расписано от простого - истории возникновения поисковых систем до сложного - особенностей их работы и ранжирования.
	GoogleWebmasterHelp	- подборка видеоматериалов по поисковой оптимизации от Google, переводчик на русский язык - Михаил Шакин.
	http://www.cybermarketing.ru/	- бесплатные семинары по продвижению сайтов от CyberMarketing.ru при поддержке SeoPult и Sape.

Сервисы по продвижению сайтов

	ROOKEE	- система автоматизированного продвижения сайтов.
	WebEffector	- Система автоматического продвижения сайтов.
	SeoPult.ru	- сервис автоматического продвижения сайтов. Автоматическая закупка ссылок, с которой админы имеют всего 10%. Оценка стоимости продвижения и генерация анкоров на высоком уровне.
	Sape.ru	- легендарная "сапа" с помощью которой огромное количество людей зарабатывают и продвигают сайты. Самая первая биржа ссылок в Рунете, работает очень давно и проверена не одной тысячей, а то и десятками тысяч людей.
	LinkFeed.ru	- Аналог Sape - (а многие называют ее полной копией)здесь тоже можно разместить ссылки и статьи. Доступна проверка проиндексированности ссылок, подбор релевантных страниц по заданным ключевым словам, в общем весь стандартный набор.
	MainLink.ru	- очередная биржа ссылок, в работе с 2005 года. Обещают удобный интерфейс, ручной и автоматический режим работы, отзывчивую техподдержку. Количество отзывов(положительных) очень впечатлило.

	www.setlinks.ru	- еще одна биржа ссылок-статей, основной плюс для вебмастеров - мгновенный вывод денег(от 35 руб). Для оптимизаторов - бесплатное определение позиций в поисковых системах по заданному вопросу, продвижение не только в Яндексе и гугле, но еще в Рамблере и Yahoo, Alexa Rank. Имеется свой набор seo-инструментов, среди которых анализ сайта, сравнение конкурентов, ключевые слова конкурентов, массовая проверка ТИЦ и pr.
	www.miralinks.ru	- это система размещения статей на качественных ресурсах навсегда.
	www.gogetlinks.net	- Биржа вечных ссылок. тут есть еще и вечные обзоры - те же статьи. Преимущества - ссылка\обзор размещается навсегда, не надо каждый месяц ее оплачивать, как в Sape. немногим более 6000 сайтов - но из них 25% в Яке и Дмозе.
	getgoodlinks.ru	- биржа вечных ссылок под google, можно размещать вечные статьи, обзоры и ссылки-картинки. Причем написание обзоров можно заказать там же.
	www.liex.ru	- ещё одна система размещения статей. Но, в отличии от www.miralinks.ru часто в этой системе принимаются не очень качественные площадки и статьи.
	Advego	- биржа статей, здесь можно купить готовый контент на свой сайт или заказать его. Присутствуют полезные примочки такие как: анализ текстов, проверка орфографии.А программой Advego Plagiatus можно проверить уникальность текста, что очень нужно, вдруг Вам продали не уникальную работу.
	SeoTXT	- сервис для работы с контентом сайта (анализ страниц, генератор, оптимизатор). Там ещё и seo-копирайтинг.
	blogun.ru	- крупнейший в рунете организатор рекламных кампаний. Реклама в блогах (постовые, обзоры).
	www.rotaban.ru	- эффективный инструмент размещения рекламы различных форматов на блогах.
	rotapost	- сервис, похожий на Блогун. Эффективная реклама в блогах.
	MegaIndex	- система автоматизации продвижения и мощные средства анализа сайтов и поисковых алгоритмов.
	http://uniplace.ru/	- биржа ссылок.
	Маремото	- Продвижение в Интернете с оплатой за результат.
	kazapa	- биржа быстрых рекламных ссылок. Постоянная проверка размещения ссылок на сайтах вебмастеров, размещение ссылок вручную, в систему принимаются любые сайты.
	uniplace	- еще одна биржа ссылок, малоизвестная. Положительных отзывов нашел много.
	linktolink	- биржа обмена ссылками, покупка и продажа ссылок, определение SEO параметров.
	http://www.buypost.ru/	- покупка ссылок в блогах и новостных сайта, очень быстрое их размещение
	http://ankors.ru/	-биржа анкоров.
	http://www.megaindex.ru/	- система автоматизации продвижения сайта, включает в себя анализ сайта, проверку позиций, покупку ссылок в автоматическом режиме, отслеживание динамики продвижения

	http://seoreg.ru/	-регистрация в каталогах и размещение статей.
	http://web-support.ru/	-регистрация в каталогах и поисковых системах.
	http://beagent.ru/	-ещё один проект Блогуна. Организация рекламных кампаний в социальных сетях.
	http://www.wm-monitor.ru	- мониторинг рекламных брокеров, бирж ссылок и статей, партнёрских программ.
	http://drivelink.ru/	-веб сервис, который позволяет автоматически осуществлять проверку и покупку ссылок в Sape, MainLink, LinkFeed, Setlinks.
	http://www.miralinks.ru/	- система размещения статей

SEO Блоги

	SEO WIKI	- Одна из самых полных SEO энциклопедий рунета.
	Блог Глобатора	- блог Михаила Шакина, пожалуй один из самых лучших SEO блогов. Интересно и полезно. В качестве бонуса: после каждого поста прикольный ролик.
	dofollow.vbond.kiev.ua	- список dofollow блогов, с возможностью оставить свою ссылку с нужным анкором. Реально можно повысить ТИЦ и pr, просто очень много затрат ручной работы и пузомерки получаются дороговатые.
	ktonanovenkogo	- очень полезный блог для новичков, описано создании сайта популярных cms с ноля и его дальнейшее продвижение собственными силами. Есть уроки внерстки сайта хтмл и ксс, верстки форума на smf (как наш), примеры заработка на сайте и многое другое.
	devaka	- отличный SEO блог.
	seowit	- блог довольно известного спеца в seo - Алексея Скорнякова. Там можно найти теоретические и практические статьи по вопросам касательно внешней и внутренней оптимизации и продвижения сайта.
	http://blog.dimok.ru/	- блог от Димка, одного из популярных seo-шников рунета. Имеется информация о продвижении сайтов, поисковых системах, интервью, подкасты, книги и заметки.
	http://www.workinseo.ru/	- блог о seo и не только о нем, а еще помощь новичку, работа с биржами ссылок и контекстной рекламой.
	http://blograte.ru/category/id/1/	- Все SEO блоги водном месте, по рейтингам.

Программы для оптимизаторов

	site-reporter	- Бесплатная программа site-reporter. Программа определяет параметры сайта, позиции в поисковых системах и многое-многое другое.
	Allsubmitter	- Легендарная программа, ее и описывать даже не надо. Прогоны по каталогам, куча инструментов и полезностей, анализатор бирж ссылок, подбор

		ключевых слов, хтмл оптимизатор и валидатор - и это еще далеко не все возможности программы.
	XRumer	- еще одна легендарная и действенная программа для продвижения. В чем суть - раскидывает огромное количество ссылок по гостевых, форумам и т.д. Т.е фактически - это спам, но спам с неплохим эффектом, обратные ссылки после прогона растут как грибы после дождя.
	Site-Auditor	- бесплатная(как мало их в наше время) программа с неслабым набором функций: проверка позиций в Яндексе, Гугле и Рамблере по заданным словам, экспресс-анализ сайта - проиндексированные страницы, обратные ссылки, пузомерки. Программа видит счетчики основных систем статистики. показывает график загрузки страницы - что медленнее грузится, как исправить.
	Жукладочник	- программа для постинга в соцзакладки из Вашего RSS потока для быстрой индексации материалов на сайте поисковыми роботами. Все происходит автоматически, довольно хорошая софтинка.
	Словоёб	- Прога для анализа ключевых слов.
	Semonitor	- программа для оптимизаторов, дает возможность проверять сайт по позициям, ищет площадки для обмена ссылками, подбор ключевых фраз, индексация сайта и многое другое.
	pagepromoter	- прекрасная программа для продвижения сайта.
	YADD	- программка для массово добавления страниц а аддурилку Яндекса. Страницы с купленными ссылками, страницы каталогов после прогона по ним или свой список новых сайтов - для быстрой индексации, существенно облегчает ручной труд.
	SMILE SEO Tools	- По принципу действия слабо отличается от аллсабмиттера, но в цене в 2.5 раз меньше.
	Add2Board	- программа, которая рассылает Ваши объявления по доскам объявлений, которых в базе более 2000. Поможет существенно увеличить ссылочную массу + привести покупателей.
	DCFinder	- проверка уникальности текста.
	http://sitepumper.ru/	- сервис добавления сайтов в индекс поисковых систем
	http://www.smushit.com/ysmush.it/	- сервис для оптимизации изображений от Yahoo. Ужимает картинка без потери на качества, чем существенно помогает быстрой загрузке сайта.
	http://www.promo-soft.ru	-ресурс предлагает несколько полезных программ для продвижения сайта. Регистрация сайта в каталогах, досках и т.д.

	http://www.seogenerator.ru/download/	-генератор анкоров, текстов и названий.
	http://www.webloganalyzer.biz/rus/webloganalyzer.html	-профессиональная программа для сбора и анализа статистики сайта.
	http://sespider.ru/	-программа для определения позиций сайта.
	http://slybyte.com/	- SE Watcher программа проверки позиций сайтов во многих ПС.
	http://inserp.ru/	- программа Inserp Analytics. Ее функционал - сео-анализ поисковых запросов, анализ своего сайта: позиции, запросы и др.
	http://byan.ru/	-Программа Баян поможет с минимальными усилиями проверить большое количество сайтов на бан в Яндексе, увидеть более детально (в индексе, бан, запрет в robots.txt), добавить сайты в ПС (аддурилка).
	http://www.fastblogfinder.com/	-платная программа, которая в автоматическом режиме ищет Dofollow-блоги с целью получения бесплатных бэклинков.
	http://www.generating-the-web.com/generating-the-web.shtml	-десктопная программа, предназначенная для автоматической генерации неповторяющихся анкоров для ссылок.
	http://www.cleverstat.com/ru/page-rank-software.htm	PaRaMeter -это бесплатная программа для проверки Google PageRank и отслеживания его изменений.
	http://myallsubmitter.ru/seolinkgenerator/	- дополнение к всеми любимому Allsubmitter, основная цель которого - улучшение отдачи от регистрации в каталогах за счет автоматического размещения этих самых ссылок на своем сайте (как и у 1ps)
	http://linkaudit.com.ua	-программа LinkAudit. Предназначена для упрощения ведения учёта купленных и проданных рекламных мест на сайтах. Платная (40$ за 2 клиентских рабочих места).
	http://monkeywrite.ru/	- программа для размножения статей. Можно скачать бесплатно и протестировать 2 недели, потом просит ключ.
	http://knightword.ru/	-платная программа для размножения контента и синонимайза.
	http://zennolab.com/ru/products/zennoposter/features/	- программа для автоматизации seo-задач, таких как регистрация фрихостов, аккаунтов в соцсетях, профилей форумов, почтовых ящиков, постинг на форумы и блоги и т.д.
	http://www.linking-the-web.com/linking-the-web.shtml	-десктопная программа для автоматического мониторирования купленных вручную и обменных обратных ссылок.

Добавить сервисы к этому списку вы можете на странице ниже:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/seo_servisy__seo_instrumenty_i_seo_utility/konkurs_poleznye_seo_resursy_interneta/

Часть V/3. Биржи ссылок

Автор: Дмитрий Голополосов (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://www.liex.ru/
12. http://www.seolin.ru/
13. http://miralinks.ru/
14. 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.receivelinks.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/

Часть V/4. Обзор англоязычных бирж, где можно взять ссылки с разовой оплатой

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Данный пост как обзор **бирж ссылок с разовой оплатой** или как их принято называть вечными, и некоторыми моими рекомендациями по работе с ними, так как я регулярно их использую, и есть, что подсказать.

Итак, предлагаю начать!

1. **SponsoredReviews.com**

Для тех кто давно продвигает сайты в англоязычном сегменте это название не новое, могу сказать что по количеству площадок она самая крупная. В ней есть что найти, а теперь детально рассмотрим, что в ней есть, какие ее плюсы и минусы.

Плюсы

Большой выбор площадок, это самая большая биржа, где можно разместить ссылки в статьях в блогах. Если поискать, то можно найти нормальные площадки по приемлемым ценам, но это если только поискать.

Так же по сравнению с другими биржами хороший фильтр, по которому можно отобрать из мусорных площадок нормальные.

Бюджет в систему можно положить как с карты, так и с помощью paypal, первая транзакция проверяется, иногда это занимает до 3-х дней.

Минусы

Пожалуй, плюсов мало, а вот минусов куда больше. Первый и самый основной это то что основную часть блогов клепают индусы, малазийцы, индонезийцы и китайцы.

То есть берутся дропнутые домены, немного прокачиваются и дальше размещаются ссылки в статьях. Статьи пишут те, кто размещают, но достаточно много обычного копипаста, а это не есть гуд и нужно хорошо фильтровать такие блоги.

Самый основной минус этот:

3. Refund Policy

The advertiser has seven days to review completed orders for reviews. If there is a problem, a support ticket must be entered within that timeframe. SponsoredReviews.com will review the complaint and work with the blogger to make any necessary adjustments. If a resolution cannot be reached between the advertiser and the blogger, and if we find in favor of the advertiser, we will issue a refund to advertisers account within seven business days. Refunds will be issued at our sole discretion.

Please note that we only guarantee reviews to remain on bloggers sites for 30 days. The exception would be if the blogger's entire site is down. In that case we offer no guarantee. Guarantee will be honored by issuing credit to the advertisers account to be used on replacement reviews. Reviews purchased for $5.00 or less are not guaranteed but can be disputed within 7 days if there is an issue.

Request for refund/removal of unspent monetary deposits made to the advertisers account will only be honored within 90 days of deposit. In addition, any refund given will be for the balance of the amounts deposited minus the summation of all Bonuses and Coupon amounts ever given in the account.

То есть они гарантируют размещение статьи на 1 месяц, а дальше уже как будет. Реальная статистика показывает, что в лучшем случае остается 75% ссылок, на сайт спустя год. Худший вариант это 50%. Что не есть хорошо, особенно для оптимизаторов, которые привыкли страховать ссылки.

2. *Payperpost.com*

Альтернатива сервису sponsoredreviews, только в данной бирже больше выбор более качественных площадок.

Плюсы

Адекватные цены, самому можно назначать цену для размещения, и веб мастера сами отправят вам предложения.
В плане функционала намного удобнее спонсореда, и как я уже сказал, есть хорошие площадки.

Минусы

Основной минус в том, что нельзя оплатить с помощью paypal, необходимо вводить данные по карте. Так же как и в спонсореде тут нет особой гарантии, но как показала практика процент удаляемых постов куда меньше.

2.4. FEE FOR REMOVAL OF BLOGGER'S POST.

An Advertiser can request that a Blogger's link in response to an Opportunity be removed from the Blogger's website. For a fee, PayPerPost will assist Advertiser in requesting a Blogger to remove a link, however, PayPerPost cannot guarantee removal of the link.

Статистика примерно такая, 80% за года остается, 15-20% ссылок отпадает это если брать ссылки по средней цене. Если же размещать на авторитетных блогах, то процент удаления постов минимальный, и отдача от таких сайтов выше.

3. *Teliad.com*

Teliad самая крупная биржа ссылок в Германии, а так же в странах Европы (как sape в России). В ней можно размещать как арендованные ссылки, так и в постах с разовой оплатой.

Скажу сразу, что размещение в статьях ссылки с разовой оплатой тут достаточно дорого, в среднем от 30 евро, если более менее нормальная площадка. Нормальных площадок есть чуток, но стоимость размещения большая, и для тех проектов, у которых небольшой бюджет такое точно не подходит.

Но так, же есть и плюсы: то, что помимо ссылок будет еще и целевой трафик на сайт, и возможно продажи с сайта.

Для проектов с нормальным бюджетом самое оно, если вам важнее всего качество.

4. *GetGoodLinks*

Это англоязычная версия Gogetlinks, и скажу так если сейчас ее сравнивать с sponsoredreviews то в ней лучше работать и уже нормальное движение вебмастеров в сайтами. Конечно, большая часть сайтов предоставляют индусы, и малазийцы, но все равно нормальные площадки есть.

Чем же лучше от sponsoredreviews?

Можно застраховать ссылку

Так же как и в getgodlinks можно застраховать ссылку, и это не мало важно, так как в спонсореде много ссылок отмирает за год, и этим можно значительно уменьшить риски.

Цены значительно меньше

Если привести небольшую статистику, то примерно 100-200 ссылок можно найти по цене 1-2 доллара. И дальше по нарастающей, но все равно дешевле спонсореда.

Это основные биржи, которыми я активно пользуюсь, пробовал еще с десяток других, но по тем или иным причинам они мне не подошли для продвижения своих и клиентских сайтов.

SeoProfy

Часть V/5. Сервисы покупки постовых и контекстных ссылок

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

сли 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. Я уже пользуюсь этим сервисом и очень доволен, так как блогов стало на порядок больше, процент нормальный 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 пользованием 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 выгодна:**

- 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.

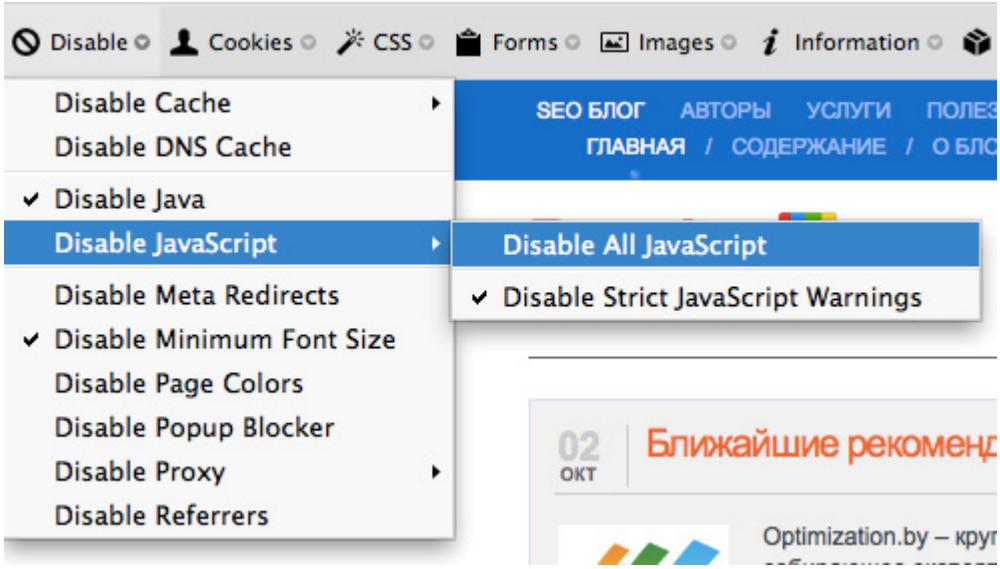
Я пользуюсь всеми перечисленными сервисами для получения ссылок на продвигаемые сайты. Скоро будет обзоры по Pr.sape и Getgoodlinks. Думаю после этого обзора купить постовые и купить контекстные ссылки навсегда будет легче.

Часть V/6. 30 полезных инструментов для SEO-аналитики

Автор: Сергей Кокшаров (Devaka)

У оптимизаторов имеется много инструментов. Каждый из них предназначен решать свою определенную задачу. Ниже представлены те инструменты, которые помогают проводить анализ, начиная от сбора данных и внутренней оптимизации, заканчивая анализом конкурентов.

Анализ структуры и внутренней оптимизации



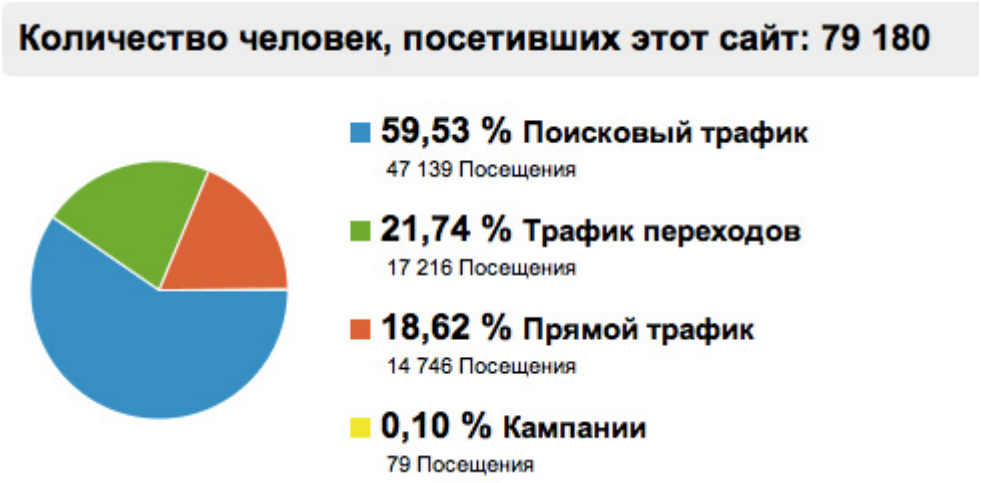
— *Xenu Link Sleuth* [Бесплатный]
Внутренний анализ сайта. Получение параметров страниц сайта с возможностью сортировки отчета по каждому из параметров.

— *PageWeight* [Частично бесплатный]
Русскоязычный сервис для анализа перелинковки. Имеет возможность узнать условный вес страницы, в зависимости от ссылочного графа.

— *Screaming Frog* [Частично бесплатная]
Расширенный аналог Xenu. Упрощает проведение анализа внутренней оптимизации и технического анализа сайта.

— *Web Developer Toolbar* [Бесплатный]
Плагин для Firefox (Chrome), расширяющий возможности разработчика. Позволяет смотреть на сайт глазами робота и быстро находить другую информацию.

Поиск и обработка информации



— Google Analytics, Яндекс.Метрика [Бесплатные]
Сбор данных о посетителях, ключевых словах, источниках посещения и других.

— Яндекс Wordstat, Google AdWords Keyword Tool [Бесплатные]
Сервисы подбора и анализа популярности ключевых фраз.

— KeyCollector [Платный]
Десктопная программа (Windows) с широким функционалом – от сбора семантики до анализа ключевых слов и съема позиций.

— FastKeywords [Бесплатный]
Подбор ключевых фраз по заданным словам с возможностью поиска по маске.

Анализ внешних ссылок

1 - 50 of 878,778 results

	Domain Rank	Alexa Rank	Backlinks count	Domain
1.	14 K	309	4,912,981	narod.ru
2.	1.9	-	2,898,181	hdkartinki.ru
3.	8.1	267,563	1,378,268	malinky.ru
4.	34	95,668	996,818	alib.ru
5.	18	-	982,506	sevis.dp.ua
6.	71	-	891,905	igorsamusenko.livejournal.com
7.	215	-	877,496	twower.livejournal.com
8.	97	156,942	690,718	oilru.com

— Ahrefs [Платный]
Сервис для анализа ссылочного профиля сайта. Много данных по разным сегментам.

— Open Site Explorer [Платный]
Аналогичный сервис для анализа обратных ссылок. Считает ранг и авторитет страниц (в том числе доноров) по собственному алгоритму.

— MajesticSEO [Платный]
Аналогичный сервис для анализа ссылоных профилей с большой базой. Дает возможность смотреть ссылочную историю.

— Solomono [Условно бесплатный]
Русскоязычный сервис для анализа беклинков. Имеет ряд недостатков.

Мониторинг позиций

— SeoLib [Условно бесплатный]
Сервис для разностороннего анализа сайта. Позволяет по расписанию снимать позиции в выбранных поисковых системах и сохранять отчеты.

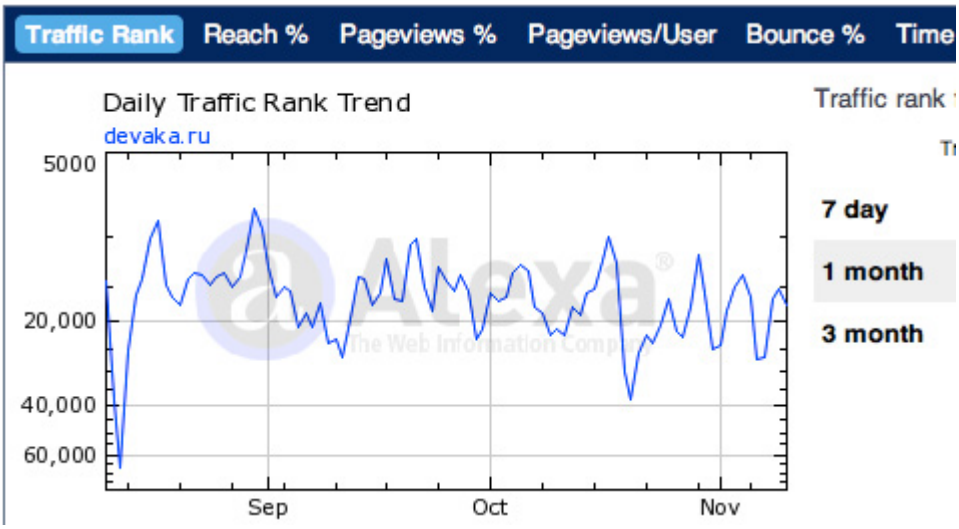
— Allpositions [Условно бесплатный]
Сервис для мониторинга и анализа позиций сайта.

— SeoBudget [Условно бесплатный]
Набор инструментов для оптимизаторов, в том числе определение позиций сайта.

— Semonitor [Платный]
Десктопный набор инструментов для оптимизаторов, в том числе определение позиций сайтов.

— SEO Rate [Платный]
Сервис анализа видимости сайта в поисковых системах от “Ашманов и Партнеры”.

Анализ конкурентов



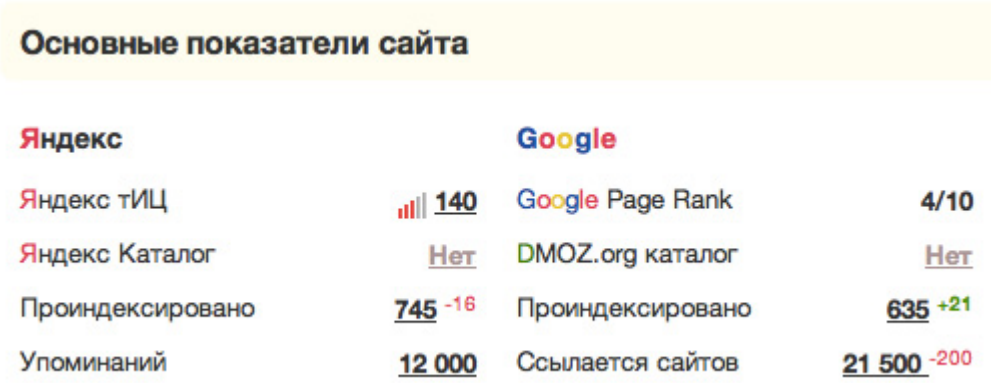
— Alexa [Бесплатный]
Позволяет оценивать трафик сайтов-конкурентов и некоторые характеристики этого трафика.

— SemRush [Платный]
Анализ конкурентов, получение фраз, по которым видны сайты в поиске. Больше подходит для анализа контекстной рекламы, а также имеет небольшую русскоязычную базу.

— Advse [Платный]
Поиск конкурентов по контекстной рекламе и их ключевых слов.

— SpyWords [Платный]
Анализ конкурентов контекстной рекламы (только Яндекс.Москва).

Технический аудит и анализ метрик сайта



— Yazzle [Платный]
Десктопный софт для оптимизаторов. Снимает ряд метрик по анализируемым сайтам и ссылочным донорам.

— Rooletka [Платный]
Анализатор от Rookee. Позволяет провести технический аудит и снять ряд метрик сайта.

— Определяйка [Бесплатный]
Съём различных параметров сайта в десктопном Windows-приложении.

— RDS bar [Частично бесплатный]
Плагин к браузеру для быстрого анализа страниц.

— Site Auditor [Бесплатный]
Десктопное приложение для проведения экспресс-анализа сайта.

— SEO Power Suit [Платный]
Набор разнообразных программ оптимизатора. В том числе для анализа метрик контента.

Анализаторы апдейтов

— Promosite [Бесплатный]
Анализатор апдейтов от Е.Трофименко. Показывает разные типы изменений с подробной информацией.

— SeoLib [Бесплатный]
Анализатор апдейтов. Показывает изменения выдачи Яндекса и Google. Есть возможность подписаться на уведомления об апдейтах по SMS.

Часть V/7. Сервисы определения ссылочного бюджета

Автор: Дмитрий Голополосов (Dimok)

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* 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*, 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*;
    b. *rookee.ru*;
    c. *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*;
    b. SEOlib.ru.

1. Сервисы, позволяющие создать собственную формулу. Например, основываясь на данных из *direct.yandex.ru* и *wordstat.yandex.ru*.
    a. *direct.yandex.ru*;
    b. *wordstat.yandex.ru*;
    c. *adstat.rambler.ru*
    d. **begun.ru**

e. AdSense.google.com
f. adwords.google.com
g. 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
- webeffector.ru
- rookee.ru
- MegaIndex.ru
- seobudget.ru
- SEOlib.ru
- direct.yandex.ru

Сервис / ключевой запрос	п. о.	р. с.	о. м.	а.	с.	д. из м.	п. ф.
seopult.ru	20 700р.	61 200р.	20 700р.	25 200р.	7 380р.	783р.	1 800р.
webeffector.ru	71 055р.	56 205р.	31 950р.	14 805р.	7 020р.	1 350р.	1 080р.
rookee.ru	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.
seobudget.ru	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.
direct.yandex.ru	241 441р.	8 630р.	58 540р.	22 720р.	5 136р.	1 744р.	544р.
siteexplorer yahoo.com	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, rookee.ru, webeffector.ru, megaIndex.ru берем значение, выставляемое сервисом.

В сервисе 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 = (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 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 каждом сервисе есть плюсы и минусы

Сервис	завшает в max раз	занижает в min раз	скорость оценки	стоимость
seopult.ru	2	0,5	быстро	бесплатно
webeffector.ru	1,9	0,7	быстро	бесплатно
rookee.ru	2,2	0,4	быстро	бесплатно
MegaIndex.ru	7,1	0,1	быстро	бесплатно
seobudget.ru	2,3	0,2	долго	платно
SEOlib.ru	3,9	0,3	долго	платно
direct.yandex.ru	6	0,3	быстро	бесплатно
siteexplorer yahoo.com	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.
  - Сделали отдельный сервис для оценки бюджета budget.webeffector.ru.

Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которых нет в биржах ссылок.
- *webeffector.ru*.
  - В сервисе стоит ограничение на ввод слов за одну итерацию максимум 10 слов.
  - Надо вводить капчу.
- *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, анкоры, 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

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.

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*, *budget.webeffector.ru*, *seobudget.ru* и *direct.yandex.ru*. Спасибо большое за публикацию моего поста Димку.

Глава VI. Индексация сайта

В главе рассматриваются способы индексации ресурсов и методы ускорения попадания в базы данных поисковых систем.

Часть VI/1. Часто задаваемые вопросы по индексации страниц сайта

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 ссылки 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 смогу 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/ -

удобные для восприятия человеком. Эти ссылки помогают сайтам занимать более высокие места в поисковой выдачи, 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 раздела 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.Бессмысленый 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.Распостранение 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 ж 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 "Социтирование"
Фильтр "Links"
Фильтр "Много ссылок сразу"
Фильтр "Чрезмерная оптимизация"
Фильтр "Битые ссылки"
Общий фильтр "Степень доверия" (Google Trust Rank)

Подробно 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.

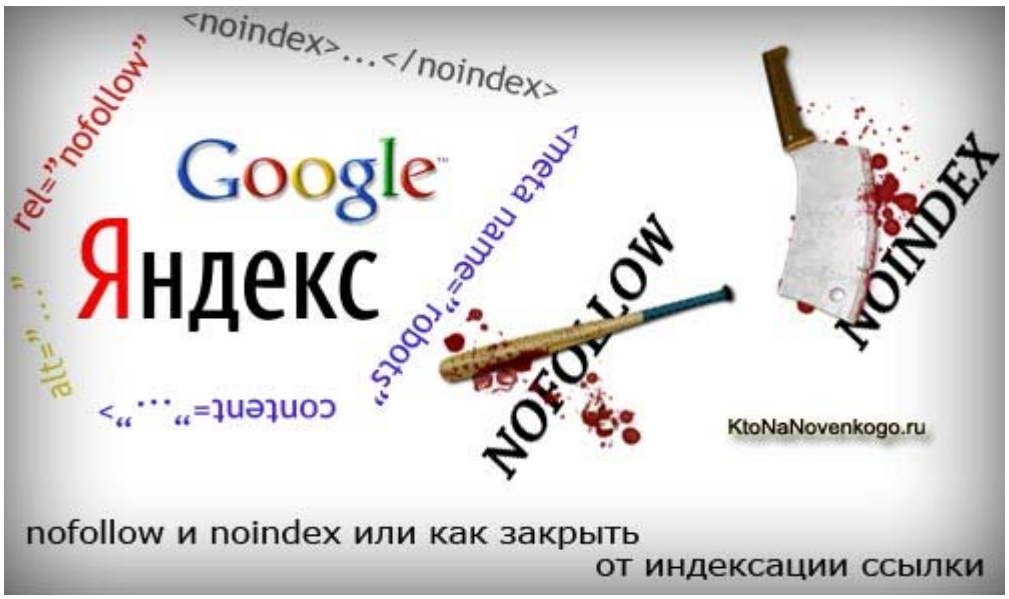
Если вы не нашли в этом сборнике ответ на ваш вопрос, пишите, с удовольствием ответим и добавим его сюда.

Подробнее эту тему вы можете *почитать на форуме*.

Часть VI/2. Nofollow и noindex или как закрыть от индексации ссылки и не потерять статический вес

Автор: Дмитрий KtoNaNovenkogo

Сегодня я хочу затронуть проблему понимания того, можно ли сейчас использовать **теги nofollow и noindex** для того, чтобы закрыть ссылку от индексации поисковыми системами, ибо за последние полгода, или год произошло кардинальное изменение алгоритма работы как тега noindex, так и тега nofollow.



Проблема здесь заключается в том, что Google изменил принцип расчета статического веса при использовании тега nofollow (вообще-то, nofollow не является тегом как таковым, но для упрощения я его буду называть именно так, дабы не вносить дополнительный сумбур в терминологию) и изменение это давно и горячо обсуждается на разных тематических форумах по продвижению и оптимизации сайтов.

Да и Яндекс тоже не отстал от своего самого большого конкурента на рынке поиска рунета и изменил свое отношение к тегу nofollow (стал его учитывать), но зато теперь тег noindex никак не влияет на учет закрытой им ссылки. Google так вообще не знает о теге noindex и, естественно, его с успехом игнорирует.

Но рассказать обо всем в двух словах это не наш метод и поэтому давайте все же **разберемся с nofollow и noindex** основательно и со всеми подробностями, ибо KtoNaNovenkogo.ru в первую очередь — блог для начинающих вебмастеров, интересы которых я обязан ставить во главу угла.

Ссылочное ранжирование и статический вес — две важные функции обратных ссылок

Поэтому я сейчас немного подпущу «воды», как выражаются некоторые господа в комментариях, и попробую на пальцах и абстрактных примерах показать, как именно работали теги nofollow и noindex до описанных выше изменений и как они работают сейчас. Ну, и попробуем понять **как закрыть от индексации ссылки** при текущем раскладе и можно ли это вообще сделать.

Да, и сразу оговорюсь, что мое мнение ни в коей мере не является абсолютной истиной, ибо оно лишь выражает мою точку зрения на данную проблему с учетом поисковыми системами тегов nofollow и noindex и, естественно, может быть ошибочным в силу различных причин. Поэтому в комментариях

приветствуется оспаривание данной теории, но все же, желательно, чтобы это было хоть немного аргументированно. Заранее спасибо всем комментаторам, ибо в споре рождается истина.

Итак, давайте сначала вернемся немного в прошлое и посмотрим, как можно было с помощью тегов nofollow и noindex закрыть от индексации ссылки (чаще всего все же пытаются закрыть от индексации внешние ссылки, ибо они способствуют утеканию статического веса с сайта, но об этом поговорим чуть позже).

Ссылки для поисковых систем выполняют сразу две основных функции, помогающих поисковикам формировать наиболее релевантную поисковую выдачу. P.S.

Так вот, тексты ссылок, которые называют еще анкорами, позволяют поисковым системам проводить так называемое **ссылочное ранжирование**, существенно влияющее на положение сайта в поисковой выдаче. Именно по этой причине для продвижения сайта по какому-либо поисковому запросу (особенно по *высокочастотным и среднечастотным запросам*, ибо для продвижения по низкочастотным запросам вообще может не понадобиться покупка внешних ссылок) оптимизаторы стараются закупить как можно больше обратных ссылок с текстами (анкорами), содержащими ключевые слова из того запроса, по которому продвигается данная страница сайта.

В свое время ряд энтузиастов сделали так, что по запросу «жалкий неудачник» в Google открывался сайт тогдашнего президента Америки Джорджа Буша младшего. Что примечательно, на самом сайте вообще не встречалось данное словосочетание, но зато на этот сайт была проставлена уйма обратных ссылок с текстом (анкором) «жалкий неудачник», в результате чего вышел такой казус. Сейчас уже такой фокус не пройдет, ибо ссылочное ранжирование не имеет такого колоссального влияния на ранжирование сайта и нужно, чтобы и на самом сайте Буша встречалась эта фраза.

Но на этом роль ссылок в поисковом продвижении сайта не заканчивается, ибо все поисковики в обязательном порядке для каждой страницы каждого отдельно взятого сайта рассчитывают так называемый **статический вес**. Возможно, что разные поисковые системы рассчитывают статический вес страниц чуть по разному, но суть остается не измененной — статический вес передается странице только по ссылке и при этом не учитывается текст (анкор) этой ссылки.

Правда, любая страница (документ, как их именуют поисковики) сразу после своего появления (индексации ее поисковыми системами) имеет изначальный минимальный статический вес, который может быть неограниченно увеличен за счет входящих внешних и внутренних ссылок на эту страницу. Тут ключевым моментом является то, что **статический вес передается не только внешними ссылками**, но и внутренними.

Причем, страница (документ), ссылаясь на другие внешние или внутренние страницы, вовсе не теряет свой собственный статический вес, который целиком и полностью зависит только от количества и качества входящих на нее ссылок. Под качеством я подразумеваю собственный статический вес страниц доноров (доноры — те страницы, с который проставлены ссылки на ваш документ, который в этом случае выступает акцептором).

Извините за многословие, но объяснять понятно и при этом кратко я не умею, ибо для этого нужен талант. Продолжим развивать нашу мысль. Помните в школе когда-то были популярны задачки про бассейн с несколькими входящими и исходящими трубами? Там еще нужно было рассчитать толи время наполнения бассейна, толи уровень воды в нем. Но не суть важно. Просто я хочу взять в качестве абстрактного примера для пущей наглядности именно такой бассейн, да не простой, а с рядом допущений.

Каждую страницу сайта можно будет представить как отдельный бассейн, в который будет подводиться вода по ряду труб разного диаметра (наши входящие внутренние и внешние ссылки из документов с разным статическим весом), а так же будет ряд труб, по которым вода побежит на страницы вашего же или же какого-либо другого сайта (исходящие внутренние и внешние ссылки). Уровень же воды в

бассейне будет эквивалентен статическому весу, набранному данным документом (вебстраницей вашего ресурса).

Допущение же будет состоять в том, что вода, утекая по трубам исходящих ссылок, не будет уменьшать уровень воды в бассейне (статический вес документа). Вот именно на таком примере мы и рассмотрим для наглядности **роль тегов nofollow и noindex** (до и после произошедших изменений) и то, как можно закрыть от индексации ссылки.

Теперь смотрите внимательно. Допусти, что у нас с одной вебстраницы проставлено 4 внутренних ссылки и одна внешняя (в аналогии с бассейном это будет эквивалентно пяти исходящим трубам одинакового сечения). В результате, максимальный статический вес, который может передать этот документ (вебстраница), будет поделен ровно на 5 частей и лишь одна пятая этого веса передастся на каждую из 4 внутренних страниц вашего сайта, а одна пятая ссылочного веса уйдет по внешней ссылке.

Как закрыть от индексации ссылки (nofollow?)

А теперь представьте, что вы имеете возможность попросить поисковые системы не индексировать эту самую одну внешнюю ссылку (закрыть ее от индексации или в аналогии с бассейном — перекрыть вентиль на трубе, ведущей не на ваш сайт). Тогда максимальный статический вес документа, который он может передать, нужно будет делить уже не на 5 частей, а только на 4, что позволит внутренним страницам вашего ресурса получить несколько больший статический вес.

Вроде бы пустяк, но если у вашего ресурса тысяча страниц, а вы закроете от индексации несколько сквозных внешних ссылок (которые будут присутствовать на всех вебстраницах ресурса, например, ссылок со *счетчиков посещений*), то суммарный прирост статического веса у документов вашего сайта будет ощутимым. А *статический вес напрямую влияет на положение вашего сайта в поисковой выдаче* при ранжировании (естественно, при прочих равных условиях оптимизации).

Так, думаю, что с вопросом, **зачем закрывать внешние ссылки от индексации** мы разобрались и теперь осталось только выяснить, а как закрыть ссылки от индексации? Раньше было все просто — заключаете ненужную вам ссылку в открывающий и закрывающий тег noindex, а в *Html тег ссылки A* прописываете атрибут nofollow, например, так:

```
<noindex>
<a  rel="nofollow" href="http://сайт.ru/">Внешний ресурс</a>
</noindex>
```

В WordPress для автоматизации процесса закрытия от индексации всех внешних ссылок можно использовать, например, *плагин WP-NoRef*. При использовании этого плагина, если в тег ссылки прописать специальный класс, то внешняя ссылка останется открытой для индексации поисковыми системами. Это может понадобиться, например, при проставлении ссылки в постовом или рекламном обзоре.

И такой способ закрытия от индексации отлично работал. Статический вес не передавался по закрытой таким образом ссылке и внутренние страницы вашего сайта, в результате, получали несколько больший статический вес, чем в случае с открытой внешней ссылкой. Но так было раньше, а сейчас с закрытием ссылок от индексации все стало очень и очень проблемно, если не сказать больше — полная ж...

Но эта ж... касается только удержания статического веса на сайте, в то время как **ссылка закрытая тегом nofollow** по прежнему не будет учитываться поисковыми системами и тут важно понимать, что, например, в комментариях просто необходимо закрывать ссылки от индексации, ибо большое количество внешних ссылок на спамные ресурсы (вы в состоянии проверить все сайты комментаторов?) сделает ваш сайт тоже спамным в глазах поисковых систем.

Итак, вернемся к тому, что **Google изменил алгоритм работы тега nofollow** — теперь по ссылке, в которую вставлен nofollow, статический вес на документ передаваться не будет, но в то же время, это не

увеличит долю статического веса передаваемого на внутренние страницы, по оставшимся открытым для индексации внутренним ссылкам. Такой вот финт ушами.

Если вернуться к нашему примеру с бассейном и трубами, то ситуация с nofollow и noindex может быть представлена следующим образом. Если исходящие из бассейна трубы приравнять к исходящим с ресурса внутренним и внешним ссылкам, то ту ситуацию, которая имела место быть раньше, можно представить как перекрывание вентиля на трубе, ведущей на другой ресурс. И при этом больше воды (статического веса) перетекало по оставшимся трубам (внутренним ссылкам).

А вот текущая ситуация с тегом nofollow и отношением к нему Google выглядит как выдирание трубы внешней ссылки с корнем — ссылочный вес уже не потечет на внешний ресурс, но и у нас в бассейне останется дырка, а следовательно, внутренние страницы вашего сайта по прежнему будут недополучать статического веса.

Как Яндекс учитывает nofollow и noindex

Это мы все говорили за Google, а как обстоит ситуация с **использованием nofollow и noindex для Яндекса**, ведь это наш незабвенный лидер поиска в рунете. Тут все много туманнее, ибо однозначных суждений нет по этому вопросу. Но похоже, что Яндекс, после того как стал учитывать nofollow в тегах ссылок, снял с тега noindex всякое влияние на индексацию или запрет индексации ссылок.

Теперь **тег noindex** служит одной единственно цели — закрывать от индексации в Яндексе и Рамблере некоторые фрагменты текста. И если использовать тег noindex для ссылок, то он просто запретит Яндексу индексировать текст (анкор) ссылки, а вот сама ссылка и передаваемый по ней статический вес по прежнему будут учитываться и браться в расчет.

Другой вопрос, как **Яндекс учитывает nofollow**? Копирует ли он схему работы nofollow, которая была в Google до недавнего времени или же сразу взял на вооружение переделанный алгоритм расчета статического веса при наличии в ссылке тега nofollow. Лично я затрудняюсь ответить на этот вопрос, но полагаю, что стоит рассчитывать именно на худший вариант.

Тогда получается, что у нас с вами уже не осталось инструментария, позволяющего **полноценно закрыть от индексации ссылки**, да так, чтобы не было утечки статического веса с сайта в пустоту. По-прежнему мы можем закрыть от индексации целые страницы или ссылки на них с помощью *мета тега Robots*, но вот с отдельно взятыми ссылками возникают сложности.

Можно, конечно же, проставлять внешние ссылки через редиректы или джаву, но Google такие ссылки уже научился учитывать, а Яндекс если еще и не научился, то скоро обязательно научится. В связи с этим вообще не понятно как быть с внешними ссылками из комментариев и счетчиков посещений. Они по любому получается будут сосать статический вес с сайта в пустоту (при закрытии их от индексации nofollow), либо на ресурсы комментаторов или счетчиков (в случае отказа от использования nofollow).

Некоторые вебмастера, кстати, используют в комментариях не простой nofollow, а **rel="external nofollow"**, хотя external тут вовсе не подразумевает закрытие внешних ссылок, а обозначает открытие ссылки во внешнем окне (аналог атрибута target="_blank", который в XHTML стал не валидным, т.е. не соответствующим стандартам), но этот external работать будет только в связке еще и со специально написанным скриптом на javascript. В общем, это уже совсем из другой темы и к закрытию ссылки от индексации никакого отношения не имеет.

Собственно, я решил попробовать вообще убрать ссылки из комментариев и посмотреть как это повлияет на общее положение моего блога как в поисковой системе Google, так и в Яндексе. Если изменений в лучшую сторону не будет, то верну все как и было. Эксперимент получится, наверное, репрезентативным, ибо комментариев у меня около 6 000 и большинство из них имеют ссылку на ресурс комментатора.

Если кому-то интересно, то **убрать ссылки из комментариев WordPress** довольно просто. Вам нужно будет *подключиться к сайту по FTP* и открыть на редактирование файл `comments.php` из папки с используемой вами *темой WordPress*. В этом файле вам нужно найти место, где будет прописан следующий кусочек кода:

```
<?php comment_author_link() ?>
```

и заменить его на чуть измененный вариант:

```
<?php comment_author() ?>
```

А так же, для того, чтобы убрать из формы добавления нового комментария в WordPress строчку для ввода URL, вам нужно будет удалить подобный участок кода:

```
<p>
     <input type="text" name="url" id="url" value="<?php echo $comment_author_url; ?>"
size="28" tabindex="3" class="textarea" />
     <label for="url">
     <?php _e('<acronym title="Uniform Resource Identifier">URI</acronym>'); ?>
     </label>
   </p>
```

Если приведенная мною теория окажется правдивой, то должно произойти постепенное увеличение накопленного на блоге статического веса, что не преминет сказаться на позициях сайта в поисковой выдаче Google, ну и возможно, Яндекса. В общем, поглядим.

Часть VI/3. 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.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 постоянко 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 коментарии 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 seobuilding.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 seomastering.com этой 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*

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*, добавляем сайт, читаем мануал как сделать sitemap, делаем и заставляем поисковую систему гугл чаще и глубже индексировать наш сайт.

Часть VI/4. 15 советов по ускорению индексации сайта и блога!

Автор: Александр Борисов (boricov)

Раньше, когда я писал статьи, то замечал, что после добавления в блог они слишком долго индексируются поисковыми системами Яндекс, google, Rambler и т.д.

Напишешь статью, а в выдаче она появляется только через 1-2 дня. Это, на самом деле очень долго и говорит о том, что с блогом что-то не так! Набравшись опыта, изучив кучу различной информации в интернете и применив полученные знания на практике, теперь мои новенькие, свеженькие статьи в блоге индексируются гуглом примерно через 2-3 часа, а Яндексом через 4-5 часов и раньше! Чтобы помочь и вам ускорить индексацию сайта (блога), я решил написать подробнейшую статью на эту тему.

Давайте сначала, как обычно, для новичков. Что такое **индексация сайта** и что такое выдача?

Индексация сайта — это процесс прихода на ваш сайт или блог поисковыми роботами google, Яндекс и т.д., который сканирует ваш новый добавленный контент на сайт (блог) и добавляет его в свою индексную базу. То есть теперь, ваша статья будет выдаваться в выдаче поисковых систем.

Выдача думаю понятно что это такое. Зашли вы в любой поисковик, набрали какую-то фразу, нажали «поиск» и он вам выдает список различных сайтов, где имеется информация по вашему запросу. Вы запросили, вам выдали.

Почему индексация сайта так важна?

Во-первых, ваши новые статьи будут быстрее заноситься в индексную базу и появляться в выдаче поисковых систем. Соответственно увеличение трафика на сайт пойдет быстрее.

Во-вторых, если вы будете продавать ссылки с сайта допустим на бирже *Gogetlinks*, то индексация сайта там играет очень важную роль. Если ссылка на вашем сайте (блоге) после продажи не успеет проиндексироваться в течение определенного времени, то денег вы не заработаете, деньги вернутся обратно человеку, который заказал у вас размещение ссылки! Так же вебмастера при покупке ссылок обращают внимание на индексацию тех сайтов, на которых они покупают ссылки, если индексация плохая, то это уже минус...

ТИц	PR	Индексация (%)	Скорость размещения	В черный список	В белый список
300	6	100	3.9 дн.	✗	✓
300	5	86	1.4 дн.	✗	✓
300	6	97	5 дн.	✗	✓
000	4	89	1.8 дн.	✗	✓
900	3	100	1 дн.	✗	✓

На картинке вы видите, что сайт в первой строчке и последней имеют 100% индексацию, это очень хорошо. В середине сайты с индексацией по хуже. Вроде бы мелочи, но все же... Это кстати скриншот из Gogetlinks.

Хорошо! Я думаю вы теперь поняли, что *индексация сайта* (блога) очень важна. Давайте теперь я дам вам несколько полезных советов, применив которые на практике, я уверен, вы ускорите индексацию своего ресурса в несколько раз.

Как ускорить индексацию сайта (блога)?

Совет №1. Не переживайте! «В смысле, не переживайте?», — можете спросить вы. Многие ребята, которые вот вот на днях сделали себе сайт или блог удивляются, почему же их новые статьи, да и весь сайт в целом, так долго индексируются поисковыми системами. Дело все в том, что у поисковых систем есть свой уровень доверия к каждому сайту (траст). Траст — показатель качества сайта. В него входят: показатели ТИЦ, PR, AlexaRank, возраст самого сайта, количество страниц в индексе, количество внешних ссылок на сайт (их качество), наличие сайта в таких каталогах как DMOZ, Yandex, Mail, посещаемость и т.д... Траст блога можно проверить *здесь*.

Пока ваш сайт (блог) молодой и зеленый, то не стоит ждать супер мега индексации, работайте и все будет хорошо!!!

Совет №2. Добавляйте на сайт (блог) только уникальный контент. Вы должны писать сами, ни в коем случае контент не должен быть краденым, скопированным с других ресурсов (ctr + c, ctr + v), скопированным и немного переделанным и т.д. Только ваш контент и ни чей больше!!! Поисковые системы относятся к копированному контенту как к мусору. Пишите уникальные и полезные статьи!

Совет №3. Пишите регулярно! Очень и очень важный момент. Сам замечаю, если не пишу в блог 3-5 дней, то скорость индексации новых статей уменьшается. Писать нужно один раз в 2-3 дня, а лучше каждый день! Приучите робота к постоянному приходу на ваш ресурс.

Совет №4. Сделайте на сайте (блоге) 2 карты сайта. После того как карта сайта сделана, кроме того, что вы закинете ее в корень вашего блога (папка public_html или httpdocs), вам необходимо отправить ее поисковым системам Google и Yandex. Сделать это можно в разделе «Инструменты для вебмастеров» — «Отправить sitemap.xml». Об инструментах для вебмастеров я писал здесь — «*Инструменты, SEO сервисы и программы для блоггера*».

Для wordpress есть один очень хороший плагин создания карты сайта, он называется Google XML Sitemaps. Этот плагин обязательно должен стоять на вашем блоге.

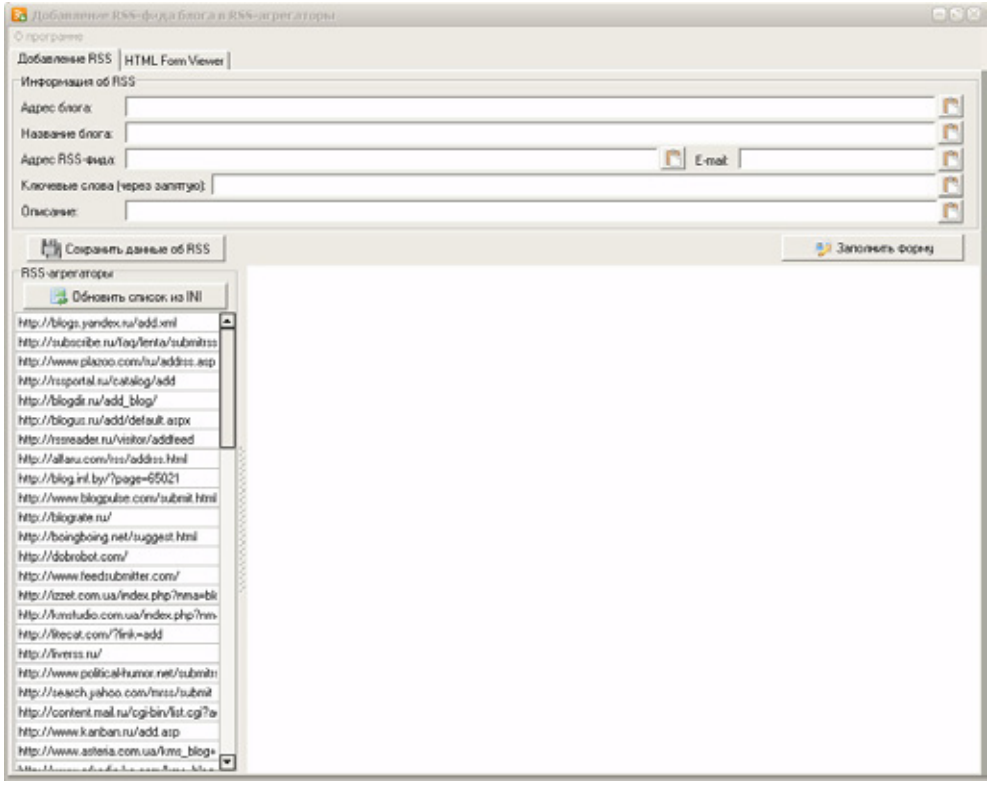
Кроме создания невидимой для человека карты сайта, нужно так же сделать видимую карту сайта на самом сайте (блоге). У меня это раздел «Все статьи блога» в котором имеются ссылки на все статьи моего блога. Это очень хорошо сказывается на индексации. Робот приходит на блог, заходит в этот раздел и видит сразу все ссылки в одном месте.

Сделать такую карту сайта можно при помощи плагина для wordpress — sitemap generator. После того как установите плагин, его можно настроить в настройках. На странице, которой вы хотите видеть вашу карту сайта нужно через редактор HTML вставить вот такой код - **<!-- ddsitemapgen -->.**

Совет №5. Сделайте внутреннюю перелинковку на сайте (блоге). Правильная внутренняя перелинковка — залог хорошей индексации сайта.

Совет №6. Сделайте RSS трансляцию всех статей вашего блога в различных RSS каталогах. Все анонсы ваших статей будут публиковаться в них. Поисковики довольно не плохо индексируют RSS каталоги. Для прогона своей RSS ленты в каталогах я пользовался программой RSS Adder.

Выглядит она вот так:



Делается все просто. Открываете программу, заполняете все поля: адрес блога, название блога, адрес rss фида, ключевые слова, описание, e-mail. Далее идете по списку. Нажимаете 2 раза на 1 rss каталог в списке, нажимаете — «заполнить форму», вводите капчу где нужно и жмете «добавить», и так по всем каталогам. В программе забита база каталогов от 24.08.2010, в ней 82 каталога.

Совет №7. Поставьте ссылку на главную страницу блога в профиле аккаунта на форуме. Зарегистрируйтесь на 3-5 самых мощных форумах по тематике вашего сайта (блога) и поставьте в профиле (подписи) ссылку на главную страницу вашего блога. Форумы постоянно обновляются и хорошо индексируются поисковыми системами.

Было бы не плохо если бы вы после написания каждой статьи в блог, заходили на эти форумы и оставляли в каких-нибудь интересных вам НОВЫХ темах 2-3 сообщения. Соответственно в сообщениях отобразится ваша подпись, а в ней ссылка на ваш сайт (блог).

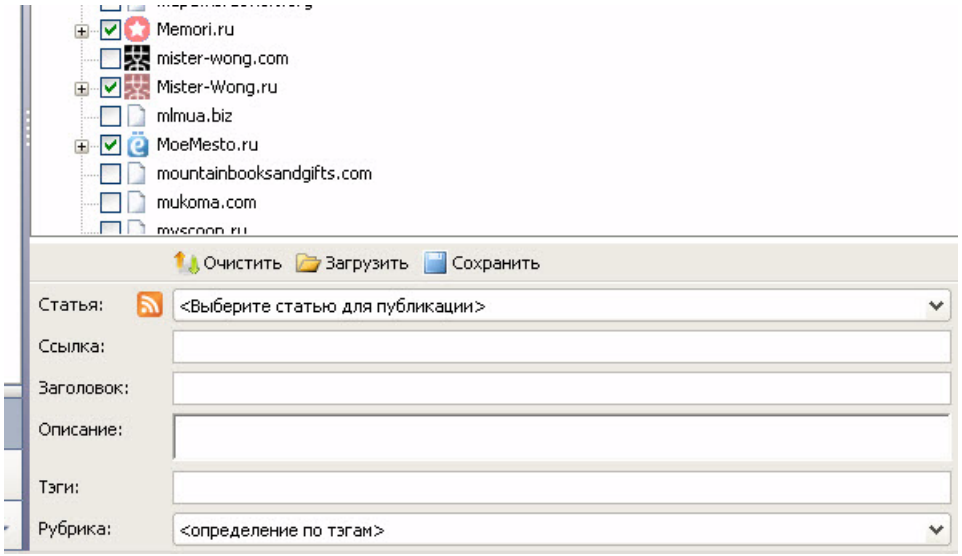
Совет №8. Комментируйте популярные блоги вашей ниши. Опять же, возьмите 2-3 трастовых блога вашей тематики, с хорошими показателями, хорошей посещаемостью и индексацией и оставляйте комментарии к постам. Кроме ускорения индексации вы получите еще и дополнительный трафик на сайт (блог).

Совет №9. Делайте постинг анонсов новых статей в социальные закладки. Я не добавляю сразу в несколько десятков закладок, это не к чему, но вот в:

memori.ru
bobrdobr.ru
moe-mesto.ru
100zakladok.net
mister-wong.ru

обязательно делаю постинг. Поисковики очень быстро индексируют социальные закладки.

Чтобы не мучиться и не делать постинг в ручную, то можно воспользоваться различными программами, которые делают постинг на автомате. Советую использовать или Жукладочник или Sapient Social Submitter.



Я пользуюсь первой программой. Регистрируюсь в социальных закладках на сайтах в ручную один раз, после этого добавляю данные для входа в программу. Когда мне нужно сделать постинг в социальные закладки я просто заполняю все поля программы: ссылка, заголовок, описание, теги, выбираю рубрику, отмечаю галочкой закладки в которые хочу сделать постинг и нажимаю — "постинг". Все! Ссылки на мою новую статью в блоге сразу же появляются в соц.закладках.

Совет №10. Делайте кросспостинг в блоги на блог платформах Li.ru, Livejournal.com, wordpress.ru, blogspot.com. Сделайте себе, получается, 4 блога и делайте в них кросспостинг. 4 пункт. Там я рассказываю о сервисе Пистон. Кроме него есть еще одна классная программа, называется она - Windows Live Writer.

Поисковые системы хорошо индексируют эти блоги, так как они очень трастовые. Не поленитесь делать кросспостинг после добавления каждой новой статьи на сайт или блог.

Совет №11. Делайте анонсы своих новых постов в социальных сетях и группах в Subscribe.ru. Кроме трафика, это еще и ускорение индексации. Вот допустим, я заметил, что добавленные мной ссылки в социальную сеть Grabr индексируются очень быстро, ссылки с Subscribe еще быстрее.

Совет №12. Не забывайте про сервис Вопросы/Ответы от google. После того как я добавляю новую статью на блог я *иду туда* и в поиске ищу подходящие по тематике моей статьи, вопросы. Отвечаю на них оставляя свою ссылку. Думаю google быстро проиндексирует свой же сервис.

Вот допустим эта статья, *«Как ускорить индексацию сайта»*. После ее публикации в блог, в поиске сервиса я наберу эту фразу и посмотрю вопросы людей на эту тему. Буду им отвечать. Есть еще вот такой интересный сервис вопросов и ответов - *vorum*.

Совет №13. Добавляйте ссылку на новую статью в социальные сети (Facebook, mail.ru) и Twitter. Для упрощения этой работы советую установить *кнопки социальных сетей*. Твиттер очень быстро индексируется поисковыми системами.

Совет №14. Сделайте правильный файл robots.txt для блога. Вообще этот пункт надо было в начале статьи написать, ну да ладно! В общем правильно составленный файл robots.txt так же залог успеха в индексации вашего ресурса

Совет №15. Купите ссылку с главной страницы трастового, мощного сайта вашей тематики, который постоянно обновляется! Если на ваш сайт (блог) будет стоять такая мощная ссылка с главной страницы, то быстрая индексация вам обеспечена. Поищите в интернете где можно купить такие ссылки. Можете зайти в поисковик google и набрать к примеру «Продам ссылки с морды» или «Продаю ссылки с главной страницы». Можете поискать на *форуме о поисковых системах* в разделе «Ссылки — обмен, покупка, продажа». Вот только платить за эту ссылку в большинстве случаев придется каждый месяц, можно купить и вечную ссылку.

Добавлено 4.06.2011:

Совет №16: Добавьте список пинг сервисов в админке wordpress. Более подробно написал об этом Артур в своей недавней статье «*Ускоряем индексацию сайта в поисковиках яндекс и гугл пинг сервисами*». За что большое ему спасибо!

Ну вот наверное и все по этой теме. Теперь и вы знаете как ускорить индексацию сайта. Может быть кто-то подскажет еще какие-то хорошие способы ускорения индексации? Пожалуйста напишите в комментариях!

Теперь давайте поговорим о другом.

Как запретить индексацию сайта?

Если вы хотите запретить к индексации поисковыми системами какую-то часть контента на вашем сайте, то можете просто заключить его в тег <noindex>здесь контент</noindex>. Но это действует только для Яндекса. Закрывать ссылки от индексации гуглом можно так:

```
1 <a href="http://site.ru" rel="nofollow">Текст ссылки</a>
```

Чтобы закрыть весь сайт от индексации, то необходимо открыть главный файл сайта (для wordpress это header.php) и между тегами <head></head> вставить вот такую строчку:

```
1 <meta name="robots" content="noindex, nofollow">
```

Наверняка похожая строчка там уже имеется и выглядит она вот так:

```
1 <meta name="robots" content="follow, all" />
```

Вот ее нужно заменить на первую. Но вообще закрывать весь сайт от индексации не нужно я думаю.

Ну вот и все на сегодня! Думаю из этой статьи вы возьмете для себя много полезного! Ускоряйте индексацию своих сайтов и блогов!

Часть VI/5. 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*, который бесплатно обрабатывает до 500 страниц. После генерации сохраняете sitemap в корне своего сайта в формате xml. Для того, чтобы скормить xml-карту поисковой систему Google, нужно зарегистрировать аккаунт в *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* и добавьте свой сайт, что позволит отслеживать индексацию страниц сайта Яндексом, а также пользоваться другими полезнымыми 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). Можно использовать специальные сервисы регистрации в каталогах:
1ps.ru
autoreg.ru
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
Feedreader.ru
LiveRSS.ru
Newsread.ru
Rssreader.ru
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.

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), 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). 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 Top 100
Добавить сайт в Рейтинг Mail.ru

12. Добавьте сайт в каталоги:
Добавить сайт в TDP - 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
moemesto.ru
bobrdobr.ru
rumarkz.ru
myscoop.ru
mister-wong.ru
100zakladok.ru
bookmark.searchengines.ru
Для облегчения добавления страниц сайта в социальные закладки воспользуйтесь сервисами 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 и 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
news2.by
news2.kz
smi2.ru
newsgrad.com
moikrug.ru
newsland.ru
vaau.ru
electrovesti.com
hotru.net
livepress.ru
bloglenta.ru
fano.ru
nov.osti.info
vkurse.ru
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*. 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.

Часть VI/6. Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Индексация сайта - важный момент для многих владельцев сайтов.

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 блоггерам. Кроме этого, можно указать такие параметры, как адрес нужной страницы на вашем сайте, скрыть любое упомининие 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.

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://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.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

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.

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 поисковикам проиндексировать новый сайт в течение 1-4 дней. Ссылка в подписи на англоязычном форуме вебмастеров seomastering.com 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 пишите 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.

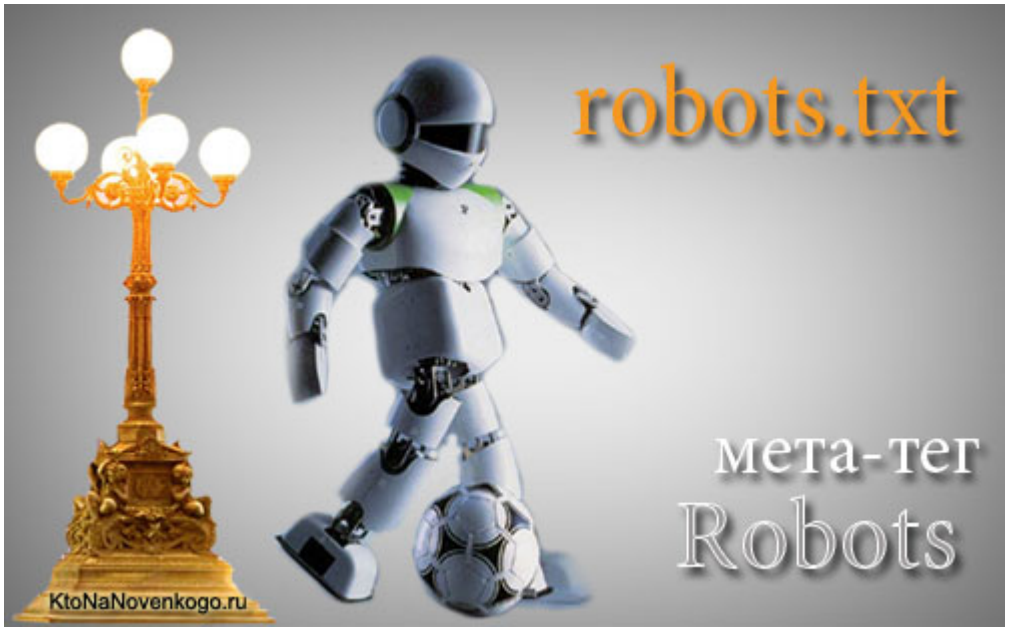
Этот метод подходит не для всех сайтов, но если у вас молодой и интересный тематический сайт или блог, то это хороший способ не только ускорить индексацию сайта, но и получить дополнительных посетителей на свой сайт.

В целом могу сказать, что если вы используете вышеперечисленные методы ускорения индексации сайта, то вы гарантированно приведете поисковых роботов на свой сайт.

Часть VI/7. Улучшаем индексацию сайта поисковиками – Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress

Автор: Дмитрий 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 (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 поисковикам, 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.

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       http://www.google.com     Googlebot
02 Yahoo!       http://www.yahoo.com      Slurp (или Yahoo! Slurp)
03 AOL          http://www.aol.com        Slurp
04 MSN          http://www.msn.com        MSNBot
05 Live         http://www.live.com       MSNBot
06 Ask          http://www.ask.com        Teoma
07 AltaVista    http://www.altavista.com  Scooter
08 Alexa        http://www.alexa.com      ia_archiver
09 Lycos        http://www.lycos.com      Lycos
10 Яндекс       http://www.ya.ru          Yandex
11 Рамблер      http://www.rambler.ru     StackRambler
12 Мэйл.ру      http://mail.ru            Mail.Ru
```

```
13 Aport        http://www.aport.ru       Aport
14 Вебальта     http://www.webalta.ru     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 расширение ".aspx":

```
1 User-agent: *
2 Disallow: *.aspx
```

Во избежания возникновения неприятных проблем с зеркалами сайта, рекомендуется добавлять в файл `robots.txt` **директиву Host**, которая указывает роботу Яндекса на главное зеркало вашего сайта. 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 **META-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`) .

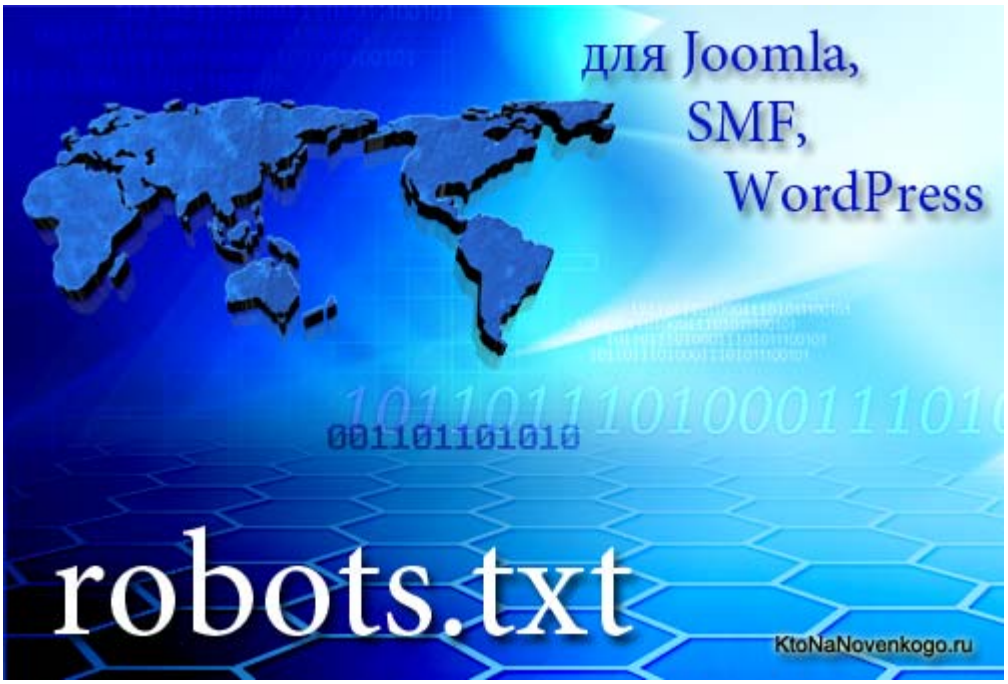
Существуют только две пары директив: [no]index и [no]follow. **Index** указывают, может ли робот **индексировать страницу**. **Follow** - может ли он **следовать по ссылкам со страницы**. Значения по умолчанию – "index" и "follow". Есть также укороченный вариант написания с использованием "all" и "none", 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.

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).

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.

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.

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 дезактивировать 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. 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'], '" />
```

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
```

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 Яндекса 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 Яндекса 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. Именно по ключевым словам, прописанным в этих атрибутах и будут приходить целевые посетители на ваш проект с поиска по картинкам Яндекса 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, 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.

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` вовсе:

```
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**.

Часть VI/8. Robots.txt – правильный robots для WordPress, dle, joomla, smf

Автор: Денис Тумилович (CLASSIK)

Что такое robots

Давайте вместе разберемся **что такое robots.txt**. Пусть это не будет для вас сюрпризом – это файл!. Да, это просто текстовый файлик, в котором что-то написано. Надо только разобраться ЧТО. Дело в том, что на наш сайт с той или иной периодичностью заходят различные роботы. В одном из блогов мне понравилось разделение этих роботов на культурных и некультурных.

Некультурные роботы – это такие роботы, которые «тибрят» у вас ваш контент, занимаются спамом или сбором почт из комментариев, в общем всякая «шушара» и мусор, которые мешает жить честным личностям типа нас с вами.

Культурные же роботы – это в основном роботы поисковых систем, которые заходят на ваш сайт с целью узнать, а что же у вас обновилось и это что-то выдать в поисковую выдачу, если оно конечно того заслуживает. Так вот эти – культурные роботы – прежде чем начать вообще лазить по вашему сайту – заходят сначала в «предбанник» или можно сказать «прихожую» , которой и является **файл robots**.

В файле robots прописаны все инструкции, которым обязан следовать культурный робот. Если в файле robots написано нельзя – значит нельзя! Кстати, **находится этот файл robots** в корневой папке вашего сайта.

Итак, файл Robots.txt – это набор инструкций, которым обязан следовать поисковой робот! С помощью файла robots можно запратить или разрешить индексировать файлы и каталоги, определить главное зеркало домена и даже можно указать интервал между скачиваниями файлов с сайта с целью уменьшения нагрузки

История Robots

История файла начинается в 90х годах, когда активно начинал развиваться сам интернет. Начало появляться большое количество сайтов и поисковые роботы индексировали все подряд, тем самым нагружая сайты и затрудняя пользователям работу или серфинг. Поэтому нужно было создать какое-то решение, которое бы явно указывало поисковому роботу на страницы, которые необходимо индексировать, а какие не стоит. И в 1994 году было подписано соглашение администраторами

поисковиков, в результате которого появился **файл robots.txt** . Это конечно не отдельный сервис и не программа, на что все надеялись, но тоже неплохо выполняет поставленные задачи.

Как работает Robots.txt

Файл robots.txt должен находиться в корне вашего сайта и входя на сайт, робот любой поисковой системы в первую очередь обращается именно к этому файлу и получает набор инструкций, которые ему можно и нужно выполнить на этом сайте, а какие не стоит. Если у вас несколько поддоменов, то роботс должен находиться в корне каждого из поддоменов.

Вот как выглядит примерный Robots:

Примерный роботос выглядит так:
• User-agent: *
• Disallow: /tmp/
• Disallow: /cgi-bin/

Звездочка возле User-Agent говорит о том, что следующие инструкции предназначены для роботов любой поисковой системы. А дальше идет просто перечисление каталогов или файлов, которые не нужно индексировать. Все остальное индексироваться будет!

Собственно, вы уже наверное поняли, что параметр Disallow как раз и говорит о том чего «нельзя делать».

Можно запрещать индексировать не только каталоги, но и группы файлов или отдельные страницы вашего сайта.

Структура Robots.txt

Структура здесь небольшая. Сам файл состоит просто из списка инструкций. Каждая инструкция – это одна строка, в которой прописано одно правило.

Итак, каждый файлик роботс состоит из списка записей. Каждая запись – каждая строка – состоит из двух полей: директивы (приказа) и значение директивы. Между приказом и его значением всегда стоит символ «:».

имя_поля:**[необязательные пробелы]**значение**[необязательные пробелы]**

Например User-Agent – это поле, которое обозначает идентификацию конкретного робота конкретного поисковика.

Если User-agent = “ * ” – это значит что следующие инструкции предназначены для всех поисковых роботов. Очень часто мы видим строки **user-agent: yandex или user-agent: googlebot** – эти строки означают что инструкции, которые перечисляются чуть ниже относятся именно к ботам яндекса или гугла соответственно.

Чуть ниже строки с идентификацией поискового робота идут директивы – приказы для робота, которые говорят индексировать или не индексировать конкретные страницы или папки. Например, поле Disallow говорит о том, что поисковой робот не должен индексировать те файлы или папки, которые стоят в значении этого поля, например

Disallow: /cgi-bin/

Или

Disallow: /about.html

Директива Disallow работает методом подстановки, т.е. в нашем примере про папку cgi-bin запрещена к индексации именно папка, а также все её содержимое. Но если бы строка строилась так:

```
Disallow: /cgi-bin/
```

То в этом случае поисковой робот получил бы приказ к запрету индексации всех документов и папок, в пути которых встречается последовательность символов «cgi-bin», например /cgi-bin.html или /cgi-bin/index.html – все это было бы под запретом.

Что такое метод подстановки в Robots.txt

Метод подстановки в Robots – это когда в инструкции указано что-то вроде:

```
Disallow: file
```

Есть URL вида http://site.ru/catalog/file/file.html и Robots при выполнении этой инструкции начинает подставляет значение поля Disallow (т.е. «file») в этот URL, и там где есть совпадения – считает необходимым выполнить указание, т.е. в данном примере НЕ БУДУТ индексироваться

```
каталог - http://site.ru/catalog/file/
файл - http://site.ru/catalog/file/file.html
```

Комментарии в Robots

Да, в роботсе также можно держать комментарии, чтобы поставить комментарий, нужно использовать перед ним символ решетки **«#»**.

```
Disallow: /cgi-bin/ #comment
```

Такой стиль , так скажем, не запрещен. Однако это считается плохим стилем, правильней было бы писать каждую директиву на отдельной строке, а комментарий к ней на отдельной.

ВАЖНО!
Под каждым user-agent должен быть хотя бы один Disallow

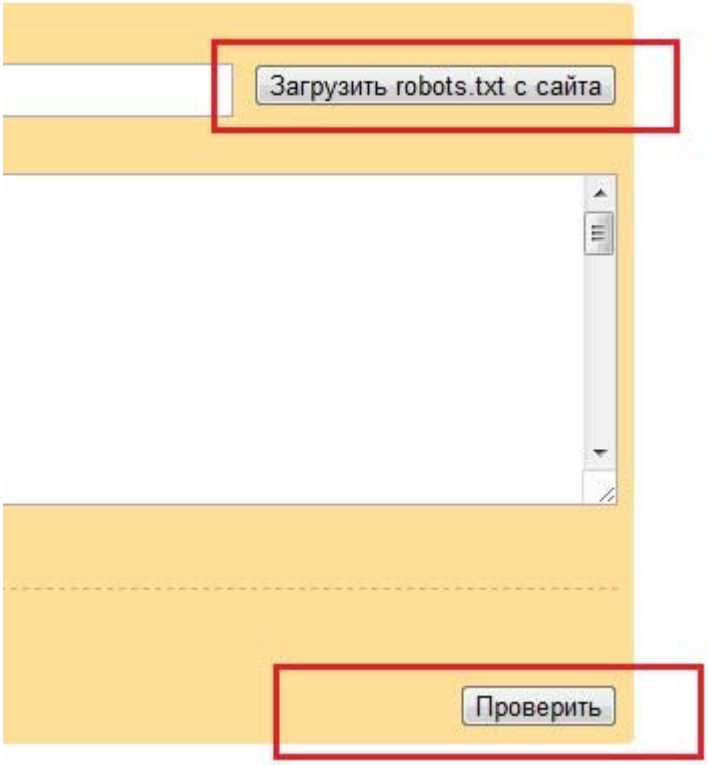
Как создать robots txt

Чтобы создать файл Robots.txt – нужно воспользоваться любым текстовым редактором (например, тем же Блокнотом), создайте файлик с именем «robots.txt» и заполните его в соответствии с правилами, о которых мы тут рассуждаем. Конечно, не стоит забывать, что после создания файла Robots.txt нужно его «залить» в корневую директорию вашего сайта.

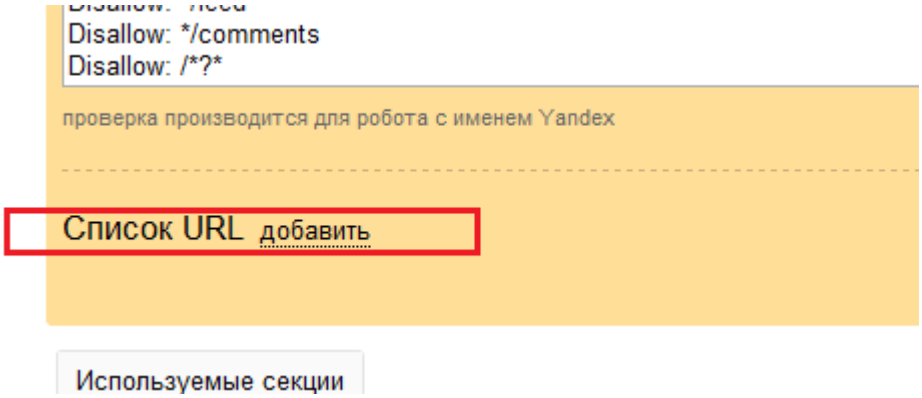
Анализируем Robots.txt

Самое интересное – что есть автоматические анализаторы подобных файлов.
Вот например, *Анализатор Яндекса*.

Здесь мы видим два поля: «Имя хоста» и «Robots.txt», мы можем заполнить любое, потому что и так и так, мы сможем выполнить наш анализ. Дело в том что в поле «Имя хоста» мы можем ввести URL нашего сайта и справа этой строчки мы видим кнопку «Загрузить Robots с сайта». Нажимая её, файл Robots.txt автоматически переноситься к поле «Robots.txt». И дальше уже можно будет анализировать.



В окне, где появился файл Robots.txt , который находится у вас на сайте – вы можете редактировать этот файлик и проверять, правильно ли индексируется фаш сайт. Внизу окна анализа можно увидеть кнопку «Список URL». Давайте её нажмем. Откроется окно, куда можно вставить список ваших страниц, про индексацию которых вы беспокоитесь и нужно проверить, а Robots вообще позволяет поисковикам из индексировать?



Я взял первые попавшиеся, наугад, страницы, которые были выделены на главной странице, и решил проверить их индексируемость, чтобы показать вам наглядно, как это может происходить. Итак, открыли мы это окошко и вбили туда списки наших урлов. Нажали уже показанную ранее кнопку «Проверить». И в самом низу нам показывается список страниц, которые проверены и их статус.

Статус может быть двух видов **«Разрешен»** или **«Запрещен»**, в смысле к индексации.

Результаты проверки URL

URL	Результат
http://monetablog.ru/sposoby-zarabotka-2/zarabatyvaj-na-svoej-kapche/	разрешен
http://monetablog.ru/philosofy/mozhno-li-zarabotat-na-sajtax/	разрешен
http://monetablog.ru/sajt-na-ucoz/kak-sozdat-svoj-sajt-na-ucoz/	разрешен
http://monetablog.ru/life/bolshoj-obzor-frilans-birzh/	разрешен

Следует заметить, что файл robots.txt не является панацеей, так как его правила исключения используют только «культурные» роботы, а наряду с ними существует целый список роботов, сервисов и программ, которые не следуют правилам исключения, либо игнорируют существование файла robots.txt на сайте.

Кроме этого в файл исключений не стоит добавлять пути к файлам, о существовании которых не следует знать посторонним людям. Файл robots.txt доступен всем, поэтому присутствие там строк, вроде Disallow: /admin, только подзадорит некоторых посетителей к совершению вредоносных деяний.

1. В некоторых случаях используется динамическое формирование файла robots.txt, для сайтов с зеркалами.
2. Некоторые системы поддерживают дополнительные поля. Яндекс, например, использует поле Host для определения основного зеркала сайта.
3. Некоторые системы разрешают использование регулярных выражений. Так Гугл, который имеет поиск по изображениям, файлам PDF и другим, поддерживает в поле Disallow символы «*» (любая последовательность символов) и «$» (окончание строки ссылки). Это позволяет запретить индексирование определенного типа файлов:
User-agent: Googlebot
Disallow: *.pdf$
#Запрет индексации файлов PDF
По мнению автора это избыточное расширение, так как с тем же успехом можно вынести все документы PDF в отдельный каталог и запретить его индексирование:
User-agent: *
Disallow: /pdf/

Директива Crawl-delay

Задает таймаут в секундах, с которым поисковый робот закачивает страницы с вашего сервера (Crawl-delay).

Если сервер сильно нагружен и не успевает отрабатывать запросы на закачку, воспользуйтесь директивой «Crawl-delay». Она позволяет задать поисковому роботу минимальный период времени (в секундах) между концом закачки одной страницы и началом закачки следующей. В целях совместимости с роботами, которые не полностью следуют стандарту при обработке robots.txt, директиву «Crawl-delay» необходимо добавлять в группе, начинающейся с записи «User-Agent», непосредственно после директив «Disallow» («Allow»).

Поисковый робот Яндекса поддерживает дробные значения Crawl-Delay, например, 0.5. Это не гарантирует, что поисковый робот будет заходить на ваш сайт каждые полсекунды, но дает роботу больше свободы и позволяет ускорить обход сайта.

Пример:
User-agent: Yandex
Crawl-delay: 2 # задает таймаут в 2 секунды

User-agent: *
Disallow: /search
Crawl-delay: 4.5 # задает таймаут в 4.5 секунды

Директива Host для Яндекса

Внимание!
Эта директива используется только Яндексом

Если ваш сайт имеет зеркала, специальный робот, который специализируется на зеркалах определит их и сформирует группу зеркал вашего сайта. В поиске будет участвовать только главное зеркало. Вы можете указать его при помощи robots.txt, используя директиву ‘Host’, определив в качестве ее параметра имя главного зеркала. Директива ‘Host’ не гарантирует выбор указанного главного зеркала, тем не менее, алгоритм при принятии решения учитывает ее с высоким приоритетом.

Пример:
#Если www.glavnoye-zerkalo.ru главное зеркало сайта, то robots.txt для
#www.neglavnoye-zerkalo.ru выглядит так
User-Agent: *
Disallow: /forum
Disallow: /cgi-bin
Host: www.glavnoye-zerkalo.ru

В целях совместимости с роботами, которые не полностью следуют стандарту при обработке robots.txt, директиву ‘Host’ необходимо добавлять в группе, начинающейся с записи ‘User-Agent’, непосредственно после директив ‘Disallow’(‘Allow’). Аргументом директивы ‘Host’ является доменное имя с номером порта (80 по умолчанию), отделенным двоеточием. Параметр директивы Host обязан состоять из одного корректного имени хоста (т.е. соответствующего RFC 952 и не являющегося IP-адресом) и допустимого номера порта. Некорректно составленные строчки ‘Host:’ игнорируются.

Недостатки файла robots.txt

Многие хакеры могут проникнуть на ваш сайт, изучив файл robots.txt, и просмотреть данные ограниченного доступа. При эффективном контроле безопасности содержащейся на вашем сайте информации какие-либо хакеры, конечно, не представляют для вас серьезной опасности.

Например, если вы хотите запретить доступ к страницу с адресомwww.domain.com/stats/index.php, необходимо прописать в файле robots.txt следующую команду:

```
User-agent: *
Disallow: /stats/
```

Однако хакерам не трудно догадаться, как зайти на эту страницу – нужно просто ввести в адресной строке браузера URL www.domain.com/stats. От вас же в этом случае потребуется принятие следующих мер:

• Смените имя файла:
Поменяйте имя файла stats index.php на другое, например, stats-new.php. Тогда полный адрес страницы будет выглядеть следующим образом www.domain.com/stats/stats-new.php
Разместите по старому адресу страницы index.php простой текстовый файл, например, содержащий следующую информацию: «извините, но у вас нет прав для доступа к этой странице».
В этом случае хакерам будет трудно угадать имя файла и проникнуть на страницу ограниченного доступа.

• Установите пароль:
Защитите паролем информацию, прописанную в robots.txt файле.

Правильный Robots.txt для WordPress

```
User-agent: *
Disallow: /cgi-bin
Disallow: /wp-admin
Disallow: /wp-includes
Disallow: /wp-content/plugins
Disallow: /wp-content/cache
Disallow: /wp-content/themes
Disallow: /trackback
Disallow: */trackback
Disallow: */*/trackback
Disallow: */*/feed/*/
Disallow: */feed
Disallow: /*?*

User-agent: Yandex
Disallow: /cgi-bin
Disallow: /wp-admin
Disallow: /wp-includes
Disallow: /wp-content/plugins
Disallow: /wp-content/cache
Disallow: /wp-content/themes
Disallow: /trackback
Disallow: */trackback
Disallow: */*/trackback
Disallow: */*/feed/*/
Disallow: */feed
Disallow: /*?*
Host: monetablog.ru
Sitemap: http://monetablog.ru/sitemap.xml.gz
Sitemap: http://monetablog.ru/sitemap.xml
```

Правильный Robots.txt для DLE

```
User-agent: Yandex
Disallow: /autobackup.php
Disallow: /user/
Disallow: /cache/
Disallow: /favorites/
Disallow: /cgi-bin/
Disallow: /engine/
Disallow: /language/
```

```
Disallow: /backup/
Disallow: /rek/
Disallow: /languages/
Disallow: /index.php?do=pm
Disallow: /index.php?do=search
Disallow: /index.php?do=register
Disallow: /index.php?do=feedback
Disallow: /index.php?do=lostpassword
Disallow: /index.php?do=stats
Disallow: /index.php?do=addnews
Disallow: /index.php?subaction=newposts
Disallow: /?do=lastcomments
Disallow: /statistics.html
Sitemap: http://сайт.ru/sitemap.xml
Host: сайт.ru
```

Этот Robots справедлив когда вы ориентируетесь только на поисковую систему Яндекс. Если же вам интересны многие поисковые системы, то вам будет проще написать **User-Agent: ***

Правильный Robots.txt для Joomla

```
User-agent: *
Disallow: /administrator/
Disallow: /cache/
Disallow: /includes/
Disallow: /installation/
Disallow: /language/
Disallow: /libraries/
Disallow: /media/
Disallow: /modules/
Disallow: /plugins/
Disallow: /templates/
Disallow: /tmp/
Disallow: /xmlrpc/

User-agent: Yandex
Disallow: /administrator/
Disallow: /cache/
Disallow: /includes/
Disallow: /installation/
Disallow: /language/
Disallow: /libraries/
Disallow: /media/
Disallow: /modules/
Disallow: /plugins/
Disallow: /templates/
Disallow: /tmp/
Disallow: /xmlrpc/
Host: vash_sait.ru
Sitemap: http://vash_sait.ru/index.php?option=com_xmap&sitemap=1&view=xml&no_html=1
```

Правильный Robots.txt для SMF форума

```
User-agent: *
Allow: /forum/*sitemap
Allow: /forum/*arcade # если не стоит мод игр, удалить без пропуска строки
Allow: /forum/*rss
Allow: /forum/*type=rss
Disallow: /forum/attachments/
Disallow: /forum/avatars/
Disallow: /forum/Packages/
Disallow: /forum/Smileys/
Disallow: /forum/Sources/
Disallow: /forum/Themes/
Disallow: /forum/Games/
```

```
Disallow: /forum/*.msg
Disallow: /forum/*.new
Disallow: /forum/*sort
Disallow: /forum/*topicseen
Disallow: /forum/*wap
Disallow: /forum/*imode
Disallow: /forum/*action
Disallow: /forum/*prev_next
Disallow: /forum/*all
Disallow: /forum/*go.php # либо тот редирект что стоит у вас
Host: www.мой сайт.ru # указать ваше главное зеркало
User-agent: Slurp
Crawl-delay: 100
```

В этом шаблоне, есть явное отличие от остальных – это наличие **Slurp – это бот Yahoo** , и он выполняет проверку в несколько потоков, что может негативно сказаться на производительности вашего форума. Чтобы этого не происходило – здесь включена директива задержки.

В принципе, это все что нужно знать блоггеру или начинающему вебмастеру. Сложного вроде бы ничего нет, но пошевелить мозгами придется.

Глава VII. Продвижение в буржнете

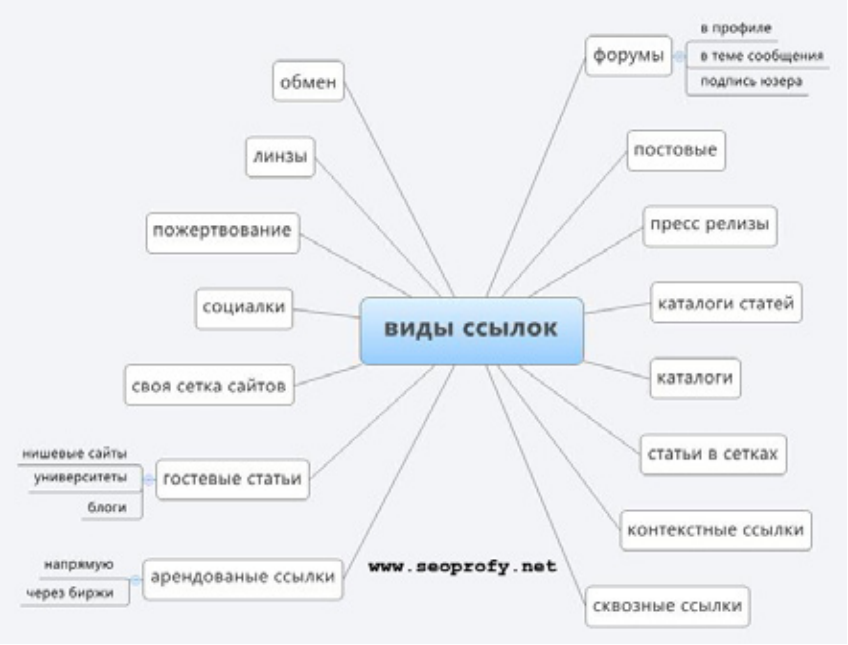
В этом разделе обсуждаются методы продвижения англоязычных сайтов. Если ваши интересы не ограничиваются рунетом, обязательно прочитайте статьи из этого раздела.

Часть VII/1. Где брать ссылки для англоязычного сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Очень часто поступают такого рода вопросы. В данном посте я постараюсь рассказать где можно брать *ссылки* для того что бы продвигать **англоязычные сайты.**

Давайте сначала я напомню, какие ссылки я использую для *продвижения сайта*:



Вот так это выглядит на картинке, а теперь по порядку и с примерами!

1. Каталоги

Как не странно, но ссылки с каталогов на ура работают в англоязычном сегменте. Очень ценятся качественные каталоги. Можно самому искать базы, потом ручкам или автоматом регистрировать сайт по ним.

А можно делать как я, просто заказывать у тех, кто этим занимается долгое время.

Как найти регистраторов в каталогах?

Очень просто, я использую 2 способа:

А) на форуме (в *этом разделе*)

Б) в *Google*

Много интересных предложений можно найти просто погуглив, можно вбивать такие **комбинации как:**

submit to directories

directories submission

и так дальше.

2. Каталоги статей

Размещение статей в каталогах статей отлично работает и его можно использовать. Есть как платные сабмиты, так и бесплатные.

Платные – я имею ввиду приватные каталоги статей, со 100% размещением в них. Это могу быть такие сервисы как *SeoCity*.

Есть и другие сервисы, очень даже неплохие, что бы их найти погуглите по таким запросам:

article submission service

article submission

article submission sites

Я не хочу рекомендовать какие лучше, а какие хуже, сам постоянно заказываю разные прогоны, и тестирую на отдачу. В англоязычном сегменте есть цены вполне адекватные, и хороший результат. Оплатить можно по карте visa или paypal.

3. Статьи в сетках

В последнее время для меня это один из самых эффективных способов.

Статьи в сетках – означает, что у кого-то есть сетка сайтов, например 50-100 штук, и они делают в ней размещение за деньги. Один из способов их содержать.

Например, размещение стоит 100-200 долларов, все зависит от количества сайтов и их параметров. Плюс необходимо написать статью и ее качественно размножить под 50-100 сайтов.

Важно так же что бы сайты были тематические, то есть схожей с тематикой продвигаемого вами сайта. Тогда отдача будет гораздо больше. Статьи размещаются навсегда.

Как найти владельцев сеток сайтов?

А) форумы

На том же forums.digitalpoint.com можно найти много полезных контактов, главное хотеть.

Б) знакомые

Спросить у оптимизаторов. Многие, конечно же, не палят такое, но все-таки можно с этого получить нужный результат.

У меня достаточно есть знакомых, у которых есть сетки сайтов, и которые делают размещения, если интересно, стучитесь, договоримся.

В) по анализу конкурентов

Как я уже не раз писал полезно делать анализ обратных ссылок конкурентов. Там много чего интересного и полезного найти.

В том числе и сайты сеток, в которых они размещаются. Дальше написать владельцу через форум контактов одного или пару таких сайтов, а так же продублировать на почту, которая указана в whois.

4. Постовые

Постовые в блогах достаточно эффективны при продвижении сайта. Уже писал на эту заезженную тему не раз.

Где взять постовые на англоязычных блогах?

А) биржи

http://www.sponsoredreviews.com/

http://www.blogsvertise.com/

https://payperpost.com

http://www.buyblogreviews.com/

http://linkfromblog.com/

и другие…

Б) сбор базы ручками и работа напрямую

Как и для русскоязычных блогов, так же можно собрать и для англоязычных. На поиски понадобится время, но оно в дальнейшем компенсируется.

Достаточно найти 30-50 блоггеров и договорится с ними. Я договоренность напрямую есть плюсы, например:

- оперативность

- скидки на опт

5. Пресс релизы

Пресс релизы полезны для продвижения, во первых это ссылки на продвигаемый сайт, а иногда это еще и трафик.

Вот примеры пресс релизов:

http://www.articlesbase.com/dating-articles/dating-a-ukrainian-woman-three-reasons-why-you-will-marry-her-320057.html

http://ezinearticles.com/?The-First-Date-With-A-Ukraine-Woman&id=518994

Иногда достаточно добавить пресс релиз в один-пять топовых топ пресс релизовых директорий, и все остальные мелкие сами растянут.

Как найти сайты пресс релизов?

А) Гуглим

Вбиваем в поиск:

press release directory

и так дальше, найдете топовые сайты.

А так же на русском, многие блоггеры выкладывали списки сайтов по пресс релизам.

Б) на форумах

На серче, на диджитал поинте и других..

Пресс релизы отлично работают, скажу по практике, это нормальный способ получить ссылки. А топовые сайты пресс релизов имеют отличный траст.

6. Контекстные ссылки

Если вы хоть раз использовали Gogetlinks, то наверняка должны знать про контекстные ссылки.

Это ссылки, которые ненавязчиво, размещаются в тексте статьи. Зачастую они размещаются навсегда.

Где их взять?

А) биржи

http://www.v7n.com/contextual/

http://getgoodlinks.net/ (англ версия getgoodlinks.ru)

http://www.contextual-style.com/

http://www.contextualtextlink.com/services/contextual-links

б) форумы

digitalpoint, seomastering.com, и другие…

7. Арендованные ссылки

Речь идет о ссылках, за которые нужно платить ежемесячно. Это как ссылки с главной так и внутренние.

Где их взять?

А) биржи ссылок

Вот небольшой список бирж:

http://www.linkadage.com/

http://www.buy-text-links.biz/ пиаристые ссылки

http://www.text-link-ads.com/ крупнейшая биржа, но очень дорого

http://www.selinks.com/

http://www.textlinkbrokers.com/ – сео контора, но так, же продают и есть свои сайты

http://www.receivelinks.com/ – инфа про ссылки через запрос

http://www.textlinksdepot.com/

http://www.backlinks4u.com/ – адекватные цены

http://www.backlinks.com/

И другие…

В последнее время я биржами пользуюсь все меньше и меньше, но они дают быстрее эффект чем от ссылок навсегда.

Б) напрямую

В пункте А есть пару сайтов где продают напрямую ссылки ручками. А так же искать на:

Форумах как digitalpoint, seacrhengines и другие.

Многие так и зарабатывают. Налаживают базы контактов с вебмастерами и владельцами сайтов, и продают тем, кому надо ссылки с определенной наценкой.

8. Сквозные ссылки

Для продвижения англоязычных сайтов эффективно использовать сквозные ссылки. То есть, например ссылка, которая находится на всех страницах сайта.

Такое эффективно больше для сайтов с большим количеством контента, сквозные ссылки отлично передают траст.

Где брать сквозные ссылки?

А) напрямую

- с владельцами ресурсов

- на форумах (тут очень часто можно найти)

Б) гуглить

Просто вбиваем:

buy site wide links

site wide links

и ищем

в) биржи

на некоторых биржах встречаются те кто продают сквозные ссылки или как называют сквозняки.
Тут https://www.selinks.com точно есть, но выбор небольшой.

Гораздо выгоднее договариваться с владельцами сайтов.

9. Гостевые статьи

Как и в рунете стало популярно писать гостевые посты в блогах, так такое было уже давно. Для начала необходимо найти подходящие блоги или площадки. Дальше написать владельцам с предложением гостевой статьи.

Уточнить тему, а тогда только приступать.

А) можно написать ее самому

Если вы хорошо разбираетесь в этой теме, даже без знания английского. Дать переводчику и он ее переведет. Тогда получится отличная статья. Или самому написать на английском.

Обычно гостевые статьи и посты дают приток читателей на продвигаемый сайт, а так же потенциальных клиентов.

Б) отдать написание статьи копирайтеру

Если проектов много, то времени не хватит писать статью самому, легче дать четко ТЗ копирайтеру про что писать и как писать.

Как искать нишевые сайты думаю не имеет смысла рассказывать. В скором времени я начну вести блог про продвижение сайта на английском языке, и тогда обязательно поделюсь опытом.

А так гостевых статей только есть опыт клиентских сайтов. Которые в паблик выкладывать не планирую.

10. Своя сетка сайтов

Иметь свою сетку сайтов очень выгодно, но сделать ее не так, то и просто.

Для своей сетки сайтов нужно:

А) домены

Желательно старые и уже с обратными ссылками. Что бы они быстрее выходили в топ и передавали ссылочное.

Б) контент

Для своей сетки можно найти копирайтера, который будет писать по 10-20 статей в день. И добавлять на сайты.

В) прогоны

Что бы сайт развивался нужно постоянно наращивать на него ссылочную массу. Для сайтов сетки достаточно на начальных этапах регистрировать в каталогах, каталогах статей, пресс релизых, обмен.

Я например не гонюсь за большим количеством, а акцентирую внимание на качестве.

Г) хостинг

Что бы отдача от сетки сайтов была больше, нужны разные хостинги. Например по 3-5 сайтов на одно айпи и желательно хостинг провайдере.

Сеточка из 20 сайтов может давать топ для коммерческих сч и даже вч запросов.

Поддерживать ее можно таким образом:

Размещать платно статьи в ней, например 10-20 долларов за статью и более. Все зависит от показателей. Так же можно на таком хорошо зарабатывать, но в данной статье я лишь рассматриваю способы получения ссылок.

Когда сетка сайтов обрела более менее показатели, то развивать ее можно очень эффективно.

Приведу пример:

У меня есть сетка сайтов по тематики датинг, и у вас есть. И я и вы хотите что бы сетки были более эффективными и покачанными. Мы просто берем и меняемся. Такое нормально распространено как в буржунете, так и в рунете.

11. Линзы

Линзы – это тематические страницы, которые посвящены, каким либо тематикам.

Есть много разных сервисов, но одним из самых популярных является http://www.squidoo.com/

Можно создать тематические странички практически под любой проект, и со статей ставить ссылки с нужными анкорами на продвигаемый сайт.

12. Обмен

Обмен ссылками всегда был и будет, так как он дает результат. Только меняться нужно грамотно. Например, постовыми, или статьями, или контекстными ссылками.

А не как раньше создавались отдельные страницы, на каждой было по 10 ссылок, и это перерастало в линкопомойки.

Где найти сайты для обмена?

А) ручками

Если вы активно продвигаете сайт в вашей нише, то по идее должны знать тематические ресурсы. Соберите базу, это можно сделать просто погуглив и выбрать самые подходящие сайты.

А дальше напишите им с предложением обменятся ссылками.

Если у вас сайт нулевой, не рассчитывайте на нормальный отклик.

Б) сервисы

Желательно не делать автоматических обменов *ссылками*. Есть куча сервисов с помощью которых мы сможете ручками все сделать. То есть не нужно будет ставить разные кода на сайт. И вообще не желательно такое ставить!

Вот некоторые сервисы:

http://link2me.com

http://www.linkmarket.net

http://www.uklinkexchange.co.uk

http://www.linkspro.com

и другие…

13. Форумы

Ссылки с форумов неплохо учитываются поисковыми системами. Особенно если ссылки не закрыты от индексации.
На форумах можно оставить такие ссылки:

А) в подписи

Используются в подписях пользователей. Многие пользователи, которые имеют большое количество сообщений, соответственно имею большое количество страниц, где может стоять ссылка.

И такие ссылки можно купить.

Где их купить?

Напрямую

Метод эффективный, но занимает много времени. Зато, если вам нужны тематические ссылки, то вы:

- находите и составляете список форумов

- находите и составляете список потенциальных пользоваталей

- пишите им предложение

Про биржи слышал, через которые можно найти, но никогда не использовал.

Б) ссылка в теме

Такие ссылки желательно ставить самому. Если интересная тема, то могут с форума пойти и потенциальные покупатели и клиенты.

Или попросить авторитетного пользователя (конечно не бесплатно), написать что то где будет ссылка на продвигаемый сайт.

Это уже входи в другой вид продвижения, о котором я как то расскажу на блоге.

В) ссылки в профиле

Это обычно ссылки как домашняя страница, и так дальше. Ссылка идет вот так: *http://seoprofy.net*, то есть без анкора. Но такие ссылки так, же достаточно эффективны.

14. Пожертвование

Есть немалое количество сайтов со страницей спонсорство или пожертвование. Вот пример **http://tods-blog.com.ua/donation/** это что бы было понимание. То есть можно заплатить 10 долларов за ссылку, и она будет там висеть более года.

Так же такое используют и для сайт баров, то есть можно купить сквозную ссылку за не очень дорого.

Что бы найти такие блоги, пройдите по нише сайтов, что вам необходима, обязательно найдете.

15. Социалки

Ссылки с социальных закладок. Они так же дают вес и ускоряют индексацию сайта.

Для этого я не использую ручные методы, а просто программу http://sapientsubmitter.com/

Ее хватает с головой для того что бы прогонять сайты, но перед тем как делать это, необходимо узнать нюансы что бы делать это максимально эффективно.

Часть VII/2. Продвижение сайта в США

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Данная статья про **продвижение сайтов в США**, про этапы продвижения, и отличия от продвижения сайтов в русскоязычном сегменте.

Для начала кратко о том, что будет в данной статье:

1. Подбор англоязычных ключевых слов
2. Оптимизация сайта
3. Подготовка и внедрение контента
4. Работа со ссылками (основной момент)
5. Выводы

Все пункты важные сами по себе, но в данной статье самым ценным будет работа со ссылками, так как именно ссылочное на продвигаемый сайт влияет больше всего, и построить отличную ссылочную массу зачастую не так легко.

А теперь давайте каждый пункт рассмотрим детально:

1. Подбор англоязычных ключевых слов

Обычно ключевые слова лучше всего смотреть у уже успешного конкурента, который железно длительное время находится в топе.

Сервисы подбора ключевых слов

Бесплатные:

- Google https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal – основной сервис

- Free Wordtracker https://freekeywords.wordtracker.com/

Платные:

http://www.wordtracker.com/ (дорогая)
База Пастухова – http://pastukhov.com/databases/english
ActualKeywords – http://actualkeywords.com/

и другие…

Конечно же, лучший способ подобрать ключевые слова, которые будут приносить пользу (ROI) – открутить по максимум ключевым словам контекстную рекламу.

Это не дешево на начальном этапе, зато по анализу вы точно сможете определить, какие ключевые слова вам нужны для SEO.

После того как у вас есть нужный список ключевых слов, по которым нужно попасть в топ Google.com – переходим к оптимизации сайта.

2. Оптимизация сайта

В данной статье я напишу самые основные моменты.

Мета теги:

- Title
- Description
- Keywords
- Alt

Очень важно сделать уникальные Title, и грамотно вписать в них продвигаемые ключевые слова.

Желательно продвигать не более 10 ключевых слов на главную страницу и по 5 на обычные страницы (landing pages).

3. Подготовка и внедрение контента

Для продвижения сайта в США нам понадобится немало контента. А именно это контент для:

- описания для платных директорий
- тексты для пресс релизов
- тексты для каталогов статей
- ну и конечно же тексты для самого сайта

Описания для платных директорий – это описания размеров в 200-500 символов, для платных каталогов. Если использовать неуникальный текст, то это пустая трата денег. Результата будет мало, а деньги потраться за попадание в каталоги.

Тексты для пресс релизов – так же должны быть уникальными и со смыслом. На начальном этапе нам хватит 20-30 статей, которые мы разместим на самых топовых сайтах пресс релизах.

Тексты для каталогов статей – каталоги статей есть как платные, так и бесплатные. На начальном этапе продвижения желательно попасть в платные, так как они имеют большой траст (уровень доверия), и неплохо передадут ссылочное на продвигаемый сайт.

Если это платные каталоги статей – то в данном случае лучше для каждого каталога статей писать уникальную статью. Если же бесплатные, то можно написать одну и с помощью макросов ее размножить.

Тексты для самого сайта – это и продающие тексты, которые мотивируют что-то сделать, так и информационные тексты.

4. Работа со ссылками

Как я писал в начале статьи – работа со ссылками после того как сайт хорошо оптимизирован является основной.

Что входит в работу со ссылками:

- регистрация в платных директориях

- размещение статей навсегда

- работа с биржами ссылок

- размещение пресс релизов

- размещение сквозных и ссылок с главных страниц

- другие виды ссылок…

А теперь рассмотрим каждый вышеупомянутые этапы работы со ссылками большее детально:

А) Регистрация в платных директориях

Да да, регистрация в каталогах для англоязычного сегмента дает эффект, но больше как траст. Но каталоги эти платные и имеют хорошую историю. Например:

http://joeant.com/ PR 6, Alexa 12k, 2001 года и так дальше.

Здесь есть минус, что стоимость регистрации в такого плана платных директориях обычно от 15 до 70 долларов. Размещение идет навсегда, то есть life time.

Стоит оно того? Уверен, что да, но при продвижении нужно смотреть насколько позволяет это бюджет.

Толковых трастовых платных директорий есть около 120. Я обычно регистрирую в 2-3 этапа. Например, по 30-40 каждый месяц.

Б) Размещение статей навсегда

Это могут быть статьи в блогах, или обычных сайтах. Для них не нужно писать статьи, сами блоггеры это делают.
Я использую такие биржи как:

http://sponsoredreviews.com/- это самая популярная биржа. Последние годы она стала немного сдуваться, в плане качества, но пока ей нет замены. Отдельно по этой бирже я сделаю видео урок, в ближайших постах.

http://www.buyblogreviews.com/ – как альтернатива спонсореду, но хуже в подборе площадок.

Есть еще другие, но я ими очень мало пользовался, или не пользовался вовсе.

В) работа с биржами ссылок

Не секрет что многие на англоязычные сайты закупет ссылки в sape. Отличная биржа в плане затрат и полученного результата, но что нужно обязательно – так это разбавлять саповские ссылки с статьями, директориями, сквозными. Тогда сайт будет отлично лезть в топ.

PS: сапа выпустила англоязычную версию, где отсортированная база англоязычных сайтов сапы, и удобный поиск. Думаю у биржи есть все шансы вырасти в десятки раз больше по объемам как площадок так и оптимизаторов. Вот урл http://beta.serpzilla.com – пока только регистрация по инвайтам, если не найдете - пишите мне постараюсь достать.

Г) размещение пресс релизов

Сейчас размещение пресс релизов дает меньше веса, чем это было до введения алгоритма Panda, но тем нменее дает и в первую очередь это ссылки с очень трастовых ресурсов.

Как я писал в пункте про контент для пресс релизов, изначально нужно что бы подготовили статьи, а дальше их размещать.
Для каждого сайта уникальная статья. Но размещаем мы только на самых топовых сайтах, все остальные сайты сами по себе могут взять контент у топовых.

Д) размещение сквозных ссылок и ссылок с главных страниц

Если у вас уже есть база сайтов, на которых можно размещать и контакты владельцев или посредников сайтов то супер! Если же нет, то велкам на http://forums.digitalpoint.com/forumdisplay.php?f=58 можно поискать что уже есть, или написать что вам нужно, и принимать заявки. И первый, и второй вариант отлично работают.

Э) другие виды ссылок

Это могут быть комментарии, ссылки в профилях, лизы (squidoo) и так далее. Все зависит от тематики. Если тематика запрещенная, то многие биржи не принимают их, и вам придется искать другие варианты получения ссылок.

Или если просто ваш конкурент продвигается другими видами ссылок, было бы логично сделать тоже самое, чтобы не отставать от него.

5. Выводы

Выше приведенные способы это лишь способы, без действий которые не являются эффективными. Дальше остается самое главное – кропотливая работа.

Продвижение сайтов в США отличаются от продвижения в СНГ тем, что там намного большая конкуренция, больше стоимость ссылок, и соответственно гораздо больше бюджеты на SEO в целом.

Так же нужно продвигать более осторожно, что бы не получать фильтры и санкции на сайты от поисковых систем.

В целом рынок Америки большой, на нем присутствует очень много компаний, которые предоставляют услуги продвижения, но если заказывать SEO из Украины – это в разы, а иногда и в десятки раз дешевле, и по качеству в десятки раз лучше, чем в Индии, где зачастую сидят оптимизаторы американских компаний.

Часть VII/3. Продвижение сайтов в США – выжимаем поисковой трафик

Автор: Дмитрий Голополосов (Dimok)

В последние годы Google нас постоянно радует введением в действие алгоритмов, как Панда и Пингвин, которые повлияли на сотни тысяч сайтов, и урезали трафик из поиска.

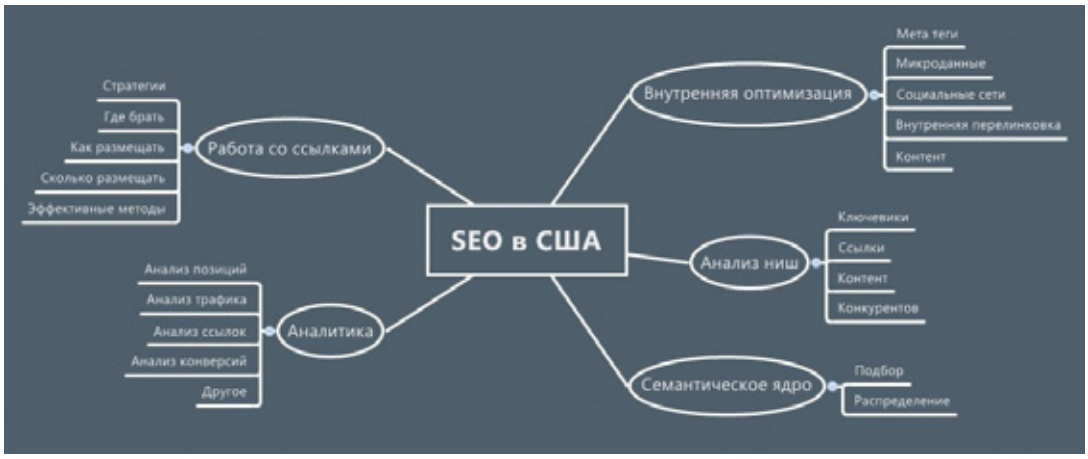
Данная статья про то как продвигать сайта в США, что нужно делать, для того что бы получать максимум от SEO, и конечно же как этого можно достичь, на разных примерах.

Этот пост гостевой от Виктора Карпенко, автора блога SeoProfy.net

В посте я детально рассмотрю:

1. Анализ ниши
2. Создание семантического ядра
3. Внутреннюю оптимизацию
4. Работу со ссылками
5. Аналитика

Для начала смотрим визуально:



Если мы уже знает что нам необходимо и в какой нише мы запускаем проект, нужно детально ее проанализировать на предмет конкурентов, как они продвигаются, какие ключевые слова используют.

1. Анализ ниш и конкурентов

Всегда возникают вопросы, где и как можно проанализировать конкурентов, для этого я использую такие сервисы:

А) Для ссылок

- Ahrefs.com
- Majesticseo.com
- Opensiteexplorer.org (Seomoz.org)

Б) Для ключевых слов:

- Semrush.com
- Spyfu.com

- Marketsamurai.com

Анализ трафика:

В последнее время самыми активными инструментами в моем арсенале для этого стали ahrefs.com и semrush.com

Показывают практически все что необходимо, другими сервисами раньше пользовался активно, сейчас не вижу в этом смысла.

В) Анализ трафика:

Alexa.com (показывает сильно не точно, но на очень крупных сайтах приблизительно дает ориентир)

Счетчики (часто в разных тематиках встречаются счетчики на сайтах как sitemeter.com и другие)

Google оценщик трафика (вставляем ключевые слова для оценки, и примерно прикидываем, подходит для сайтов с количеством запросов до 1000)

Spyfu.com (неплохо показывает, почти точно)

SemRush.com (показывает ориентировочно, но на него можно только ориентироваться)

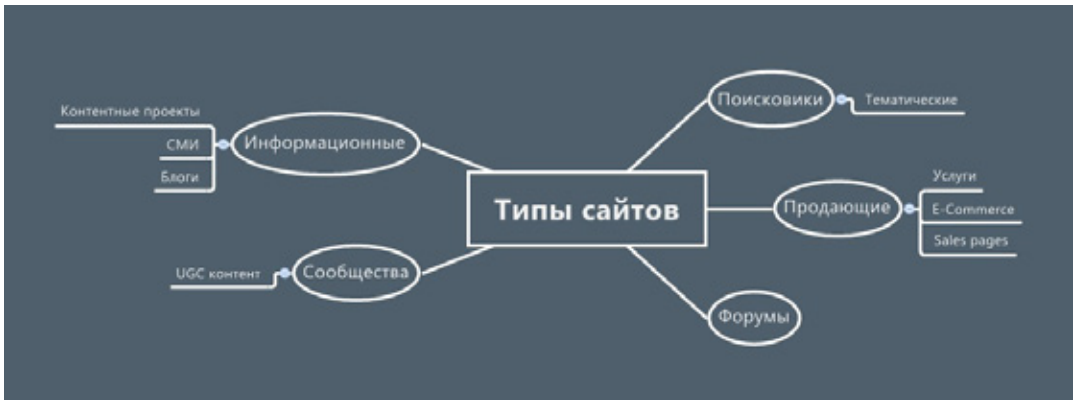
Compete.com (отличные возможности в платной подписке)

А так же другие сервисы, если нужна более детальная статистика.

2. Создание семантического ядра

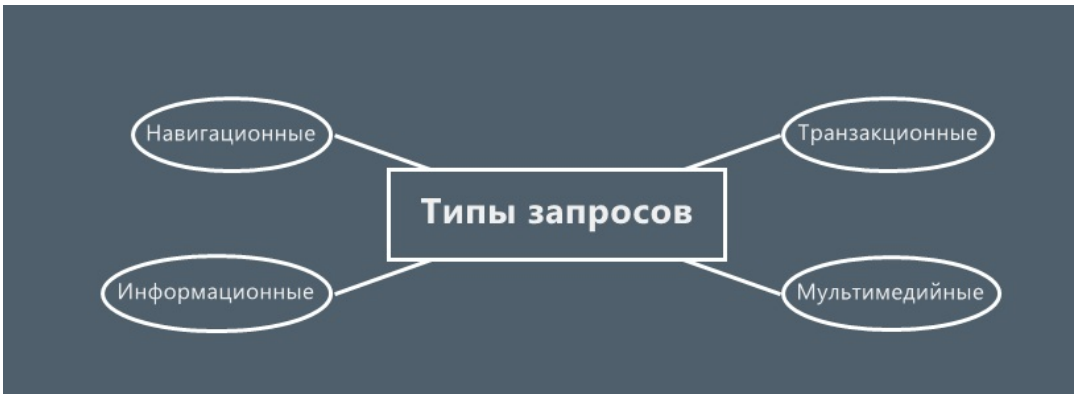
Семантическое ядро очень важно, так как по нему мы будем привлекать посетителей из поиска. В первую очередь нужно распределить ключевые слова на типы и по приоритетам.

Сайты бывают таких типов:



В большинстве случаев SEO продвижение используется для продающих сайтов, а так же тематических контентных проектов.

Ключевые запросы делим на такие типы:



Для продающих сайтов нам важнее всего конверсия привлеченного поискового трафика в продажи, и мы используем транзакционные запросы, например:

Buy iphone 5

Это общие ключевые слова ниши, а так же слова с приставками buy и другими.

Если проект не крупный

Я имею ввиду не более 500-1000 ключевых слов, то мы для подбора слов используем:

- Semrush.com
- Подбор ключевых слов от Google
- Spyfu.com (по желанию, если первый не нравится)

Как отбираем ключевые слова:

- собираем статистику с сервисов
- распределяем по сайту
- так же подбираем информационные слова (для примера: как сделать что то, по таким словам идет трафик и если грамотно оформить статьи, можно удовлетворять пользователей и получать продажи)

Если проект крупный

Это от 1000 ключевых слов и более, то лучше использовать платные базы ключевых слов. Какие выбирать решайте сами, я использую не одну базу, а множество, так как постоянно есть потребность составлять такие ядра.

Для контентного проекта

Мы парсим наших конкурентов, и на первом этапе создаем ядро запросов под постоянное ядро посетителей. А дальше остается только написать много полезных статей под них.

Таким образом, мы примерно можем спланировать основной трафик на сайт, после какого-то периода продвижения.
Чем больше ключевых слов, тем больше трафика

Такие информационные сайты как ehow.com и wikihow.com имеют отличный трафик на свои сайты, измеряемый сотнями тысяч и миллионами посетителей в сутки.

Запросы можно брать из сайтов вопросов и ответов

Все что нужно написать простенький парсер, который будет парсить такие сайты, и собирать нужные слова, и отсеивать не нужные.

3. Внутренняя оптимизация сайта

Внутренняя оптимизация сайта очень важный момент, и все мы это знаем. Он состоит из:

Поисковые системы постоянно меняются, и внутренняя оптимизация не состоит уже только из прописания мета тегов, оптимизации текстов, и внутренней перелинковки.

По последним данным от Гуглоидов

У Google есть алгоритм, который учитывает, нашел пользователь что хотел или нет. Он работает таким образом:

Если пользователь ввел ключевой запрос в поиск и перешел на сайт, если он дальше в поиск вводит другой поисковый запрос, то гугл считает что да, последний сайт был полезен и не важно, сколько времени пользователь провел на странице и ходил ли еще по страницам сайта.

Так же по запросам, которым ищет пользователь в поиске Google - определяет его пол, возраст, интересы.

Вернемся к внутренней оптимизации:

А) Мета теги

- Title – обязательно и он учитывается очень хорошо
- Description – больше нужен для увеличения CTR сайта
- Keywords – прописываем, немного влияет

Б) Теги

- ALT – прописываем картинки
- H1-H2 – прописываем
- Bold, strong – по желанию, слабо влияет

В) Микро данные

Это очень важный момент во внутренней оптимизации сайта, особенно для поисковой системы Google.

Подробнее смотрим тут http://schema.org/docs/schemas.html

Google учитывает эти данные, и сайтам с ними придает намного больше значения, чем без них. А так же самое главное с микро данными CTR значительно выше, чем без них.

Микро данные есть уже практически для всех сфер, для авторов, для организаций, для событий, фильмов, товаров, рецептов, видео и другого.

Вывод простой, нужно изучить что есть на сайте, и обязательно применить к своему сайту.

Г) Контент

Повторение ключевых слов в контенте работает, и нужно это использовать, но не только для оптимизации, а так же и для продаж.

То есть совмещать плотность слов, с продающими и подталкивающими на действия текстами, и получать нужное.

Content is the king

Очень популярная фраза, и это факт. Чем лучше контент на сайте, тем больше шансов, что он повысится в выдаче поисковых систем, так как он полезен пользователю, и решает его заинтересованность, удовлетворением информацией или потребностями.

Для долгосрочного проекта лучше планировать только качественный контент, который будет полезен, хотя есть ниши, где в принципе такого быть не может.

Д) Перелинковка

Внутренняя перелинковка важна, если проект не большой, то нужно лишь грамотно настроить навигацию страниц, что бы одна и та же страница не дублировалась на 1 странице.

Если же проект крупный с десятками и сотнями тысяч страниц, то тут не обойтись без скриптов перелинковки.

В большинстве случаев их пишут под определенные задачи, а мега крутые скрипты вообще не пускают в паблик.

Срипты линкуют блоками

Например, в блоке выводятся запросы, которые распределяются по приоритетам или по запросам внутреннего поиска сайта.

Или просто перелинковка в контенте

Today's featured article

Ian Fleming (1908–1964) was an English author, journalist and Naval Intelligence Officer, best known for his James Bond series of spy novels. While working in British Naval Intelligence during the Second World War, Fleming was involved in the planning stages of intelligence and military operations, and his wartime service and subsequent career as a journalist provided much of the background, detail and depth of the James Bond novels. Fleming wrote his first Bond novel, *Casino Royale*, in 1952. It was a success, and eleven Bond novels and two short-story collections followed between 1953 and 1966. The novels revolved around James Bond, an officer in the British Secret Service. The Bond stories rank among the best-selling series of fictional books of all time, having sold over 100 million copies. Fleming's creation has appeared in film twenty-four times, portrayed by seven actors, and the latest screen incarnation, *Skyfall*, is due to premiere in London on 23 October 2012. (**more...**)

Recently featured: *Nixon in China* – Introduction to viruses – Andjar Asmara

Archive – **By email** – **More featured articles...**

Для каждого типа сайта разные методы, но суть остается одной – передавать вес по сайту, так что бы ключевые слова подтягивались в топ поисковых систем.

Это работает и будет работать, даже Google использует внутреннюю перелинковку:

Вместе с **seo** часто ищут

seo **что это**	seo **форум**
seo **программы**	seo **анализ сайта**
seo **оптимизация**	seo **блог**
seo **wiki**	seo **статьи**

Если проект крупный, распределяем слова по приоритетам с помощью скриптов, а так же вытягиваем данные аналитики, сканируем слова на трафик, анализируем топ, и если слова ближе к топу и уже дают трафик, то делаем на них акцент.

Все это можно сделать на автомате, с помощью нормальных программистов.

E) Социальное распространение

Поисковые системы с ростом поисковых систем сильно реагируют на социальные факторы, такие как +1, твиты, лайки, share.

Если проект информационный то статью нужно оптимизировать таким способом, что бы кнопки социальных сетей были в видном месте, например:

547
Tweet
189
Share
1
Мне нр
88
+1

The big difference between content marketing and paid SEO

There is one huge difference between paying to do all of the things above versus spending the money on content marketing. *Can you guess what it is?*

Nope, it isn't the price difference of $1,047,705.80. *Guess again...*

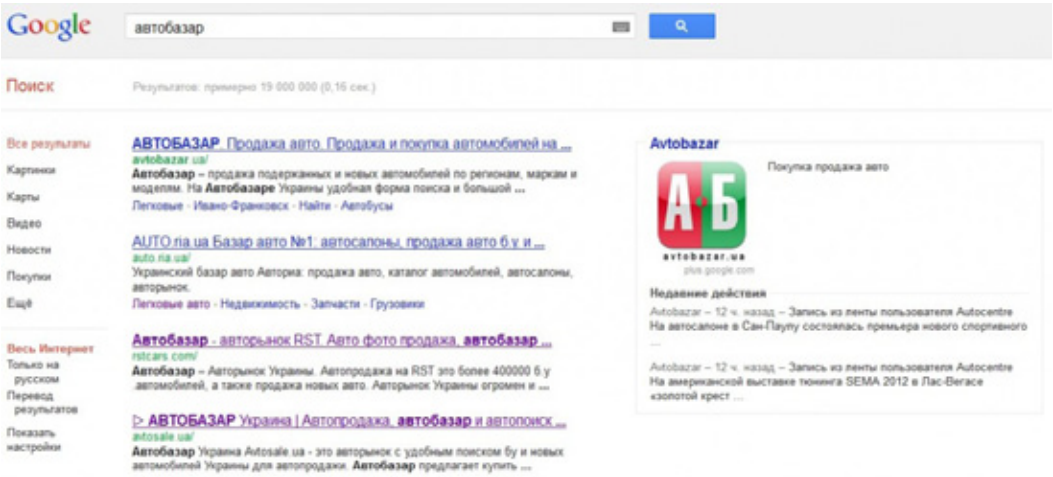
Content marketing doesn't get affected by algorithm updates, *while paid SEO does*. Search engines can tell when you provide value, and in the long run that's the kind of stuff that they want to make sure that stays high in the rankings.

So instead of investing in short term solutions that may increase your overall rankings and traffic, invest in the long term solution of content marketing.

Так же на продающих сайтах подобное можно делать, это дает сигналы поисковым системам, в особенности Google что контент или страница сайта интересная, что может повысить в результатах поиска, а так же привести целевой поток посетителей, которые смогут в итоге стать потенциальными читателями или покупателями.

Так как, продвигая в США основной поисковой системой является Google, то обязательно сразу стоит создать страницу на Google Plus.

В результатах поиска может отображаться подобные вещи со временем как тут:



Это результат из украинского Google.com.ua, подобное в западном сегменте уже не новинка, так как Гугл сильно хочет увеличить и развивать свою социальную сеть, и будет все возможное, что бы всячески сливать посетителей на Google Plus.

Ё) Юзабилити

Как я говорил раньше, поисковые системы уже не те что были 2-3 года назад, и нужно при оптимизации сайта делать акцент на удобство сайта, на его дизайн и привлекательность.

Юзабилити сайта имеет значение, в общем, при продвижении сайта. Для продающих сайтов как минимум нужно тестировать это, можно самому с помощью таких инструментов как http://services.google.com/websiteoptimizer/

Многие по разному это определяют по типу сайтов, мне приходится в основном с этим работать только по продающим сайтам, где проводятся сплит тесты, и остается тот дизайн, который приносит больше всего конверсий посетителей в реальные продажи.

4. Работа со ссылками

Google в последнее время сильно борется со ссылками, вводя Google Penguin, который сильно обрубил сотни тысяч сайтов, но тем не менее есть способы которые работают и будут работать еще очень долго.

На конференции SemCamp, я рассказывал про продвижение высокочастотных тематик, и там приводил пример с сайтом по auto insurance.

Так вот ближе к делу…

Можно продвигать сайты теми же методами, всячески разбавляя ссылочную массу, но риски были и всегда есть уйти в никуда.

А можно продвигать на долго с огромной перспективой

Самый лучший метод получения ссылок – гостевой блоггинг. Этот метод всегда был, а в текущих реалиях отлично развивается, и дает отдачу в виде:

- трафика
- лояльной аудитории
- естественных ссылок

Это один из самых естественных методов получения ссылок на сайт или блог, который достаточно эффективен, но не легкий в перестройке процессов, если вы привыкли тупо закупать ссылки в биржах.

Виды ссылок

Чаще всего применимые в текущих реалиях:

- арендованные (легко управлять)
- постовые в блогах
- ссылки в статьях
- гостевые посты

Все остальное крайне редко используется, в связи с тем, что сложно те процессы поставить на поток.

Разнообразный ссылочный профиль

Для продвижения сайта, как в США, так и у нас сильно важен разнообразный ссылочный профиль. Это означает, что стоит задействовать все возможные источники ссылок, только на качественных ресурсах, а не на говно сайтах однодневках, которые тысячами делают индусы специально для продажи ссылок.

Для Google важно:

- естественность
- плавный рост
- постоянный рост
- качество ресурса, с которого стоит ссылка
- социальные факторы

Поэтому продвигая сайт под google.com нужно учитывать то что важно.

С чего начинаем

Нужно начинать плавно и на качественных ресурсах, а не добавлять сайт сразу в биржу ссылок и по старинке закупать сотни ссылок, постепенно наращивая обороты.

Для простого проекта на начальном этапе такая картина

А) Тематические каталоги

Существует немало толковых каталогов, которые растут и развиваются. По нужной тематике можно погуглить, например:

seo company directories

и найти подходящие.

Важно:

- не добавлять во все в подряд (делать акцент на качестве, даже если это дорого)
- для каждого добавления делать уникальные описания текстов, о сайте или компании

Б) Гостевые посты

Про это я уже написал, и еще раз подчеркну, что нужен в первую очередь классный контент, который привлечет на блог, где вы размещаете статью хороший трафик, и обе стороны получат выгоду.

Со временем нужно этот процесс поставить на поток и не ленится наращивать обороты, что бы постоянно расти в плане лояльной аудитории и бизнеса в целом.

Г) Статьи и пресс релизы

Существует ряд сервисов на подобии как b2blogger.com в рунете, так есть такие сервисы как prweb.com, businesswire.com, i-newswire.com и другие в США.

Чем они полезны

Вы создаете интересный инфо повод, желательно к этому тщательно подготовится, написать ряд нормальных статей, а дальше с помощью таких сервисов их распространять.

Варианты распространения

- заплатить разово за сабмит по десяткам тысячам блоггеров и редакторов СМИ (им всегда нужны новые идеи для статей)
- разместить в авторитетном сми через такой сервис (разово потратится, в итоге другие менее мелкие сми и блоггерырастянут новость со ссылкой сами)

Это отличный метод как пиара в интернете в целом, так и получения естественных ссылок, причем если новость будет успешная, то растянут достаточно много сайтов.

Д) Постовые в блогах

Отлично работают такие ссылки, но в нормальных блогах. Размещая в индуских сетках можно даже навредить своему сайту, и все равно большая часть как бы вечные ссылок в такие говно блогах отпадает.

Поэтому мы ищем качественные блоги, можно это сделать как напрямую, так и через биржи. Все зависит от того насколько позволяет время.

Какие биржи можно использовать

- Payperpost.com (есть нормальные блоги, только медленно размещают, изначально нужно быть по активнее что бы получить размещения)
- Sponsoredrewievs.com (еще осталось пару сотен нормальных блогов)

Е) Создаем блог

Блог или раздел для статей нужен, что бы создавать контент, и далее распространять его в социальные сети.

Я делаю так

Создаю постоянное ядро запросов, в основном это низкочастотные запросы, и под них пишется интересный контент, он решает две задачи: дает пользователям контент нормальный контент, генерирует поисковой трафик.

Е) Социальные сети

Как я уже говорил, необходимо создать страницы на:

- Google plus
- Youtube
- Facebook
- Twitter

И других все возможных социальных сайтах. Это дает в первую очередь ссылки с очень трастовых сайтов, а так же трафик.

По работе со ссылками нет, какой то одной формулы для продвижения всех типов сайтов, но нужно это делать максимально аккуратно и естественно, тогда у сайта будет долгая перспектива и рост.

5. Аналитика

Для отслеживания трафика используем Google Analytics, а так же нам еще необходимо отслеживать:

Есть ряд сервисов, которые отслеживают позиции сайта, обратные ссылки, анализируют трафик, один из самых популярных это Seomoz.org – там все удобно, понятно, но не для крупных задач.

Анализ позиций

Более года назад я использовал разные программы, и сервисы, но дальше решил сделать внутреннюю программу для себя, сотрудников и клиентов, что бы отслеживать как нужно и как удобно. Которую постоянно дорабатываем под нужды.

Для очень крупных проектов, нужно снимать позиции не по 50-100 слов, а по десяткам тысячам, и в любом случае приходится находить выходы и решения задач.

Анализ трафика

С головой хватит сервиса Google Analytics и другого стороннего сервиса, что бы отслеживать весь трафик и понимать, что и как движется.

В нем же можно анализировать конверсии, и настроить e-commerce.

Анализ обратных ссылок

Google видит практически все обратные ссылки на ваш сайт, и можно спокойно использовать Google Webmaster Tools.

Там есть информация по ссылкам, а так же по ошибкам связанным с сайтом.

Аналитика в целом нужна для улучшения сайта с точки зрения продаж, а так же с точки зрения качественного роста трафика.

Выводы:

Продвижение сайтов в США – это постоянный процесс, целью которого является результат в виде роста трафика и продаж с сайта.

Что бы настроить все моменты и процессы необходимо время, опыт, знания и мотивация.

Автор статьи: Виктор Карпенко, автор блога http://seoprofy.net/

Часть VII/4. 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 достопочтенной публике - MikeShakin.com. По сути, это мутировавшая *англоязычная категория* Shakin.ru. Надо развиваться и расти дальше, поэтому рубрика разрослась 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 нисколько 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. 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.

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.).

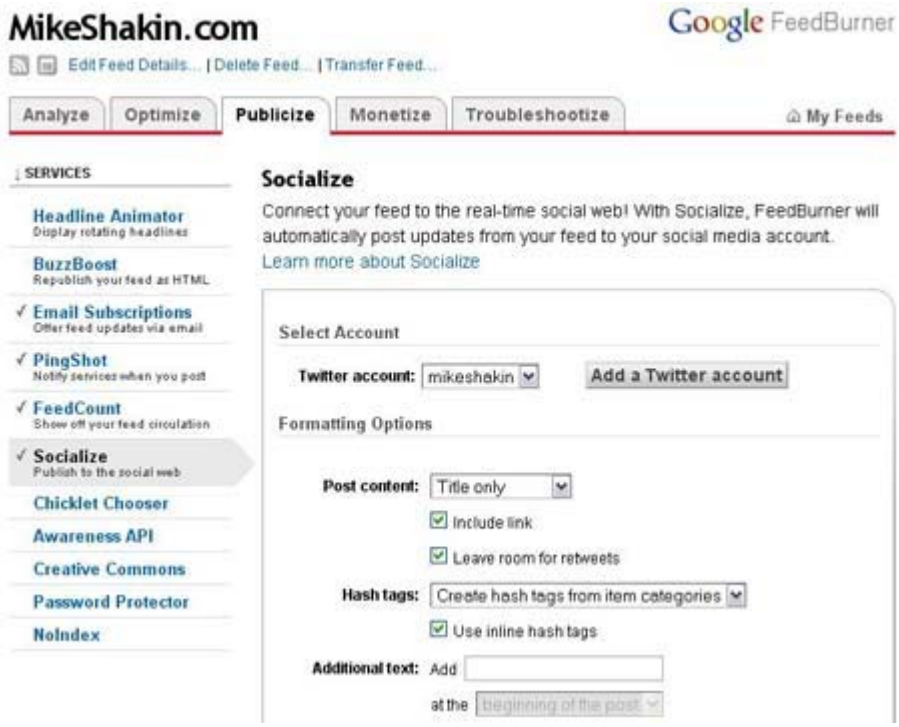
WP 2.3 Related Posts - выводит похожие материалы в конце каждого поста, тем самым увеличивая время пребывания посетителей и число просмотренных ими страниц.

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 Tweetmeme. 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 твиттерянам 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*я активировал возможность подписки на RSS ленту блога по e-mail.

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, Stumpleupon, Digg, Furl, Slashdot, Mixx, Propeller, Reddit и других социальных сервисах.

Также начну баловаться линзами Squidoo, 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.

Часть VII/5. Продвижение англоязычного сайта – часть 2

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Дорогие друзья, предлагаю вашему вниманию вторую статью из цикла Продвижение англоязычного сайта.

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 блоговый 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 публиковать 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 учтет только первую*.

Можно ли выделять ключевые слова в статье жирным?

В большинстве каталогов статей выделение жирным шрифтом (тегом) 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

Goarticles.com

Articledashboard

Amazines.com

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

a1articles.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.

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:

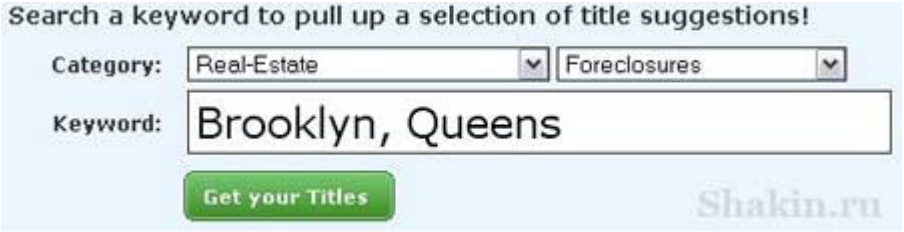
Сохраняем нашу информацию и приступаем к добавлению статьи. Для этого нужно перейти по ссылке вида «Submit articles» (Добавить статьи). В некоторых англоязычных каталогах статей эта ссылка носит название «Publish articles» (Публиковать статьи).

На странице добавления нужно выбрать категорию и подкатегорию для нашей статьи:

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.

Для подсказок по заголовку статьи в этом каталоге есть интересная функция подсказок заголовка. Продемонстрирую на примере. Мне нужно добавить статью по тематике недвижимости в Нью Йорке (New York real estate).

Далее указываем нужную нам категорию и подкатегорию, а также ключевое слово (keyword). Я выбрал категорию Real-Estate, подкатегории 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:



Кликаем по зеленой кнопке Get your Titles и получаем большой список возможных вариантов заголовков:

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.

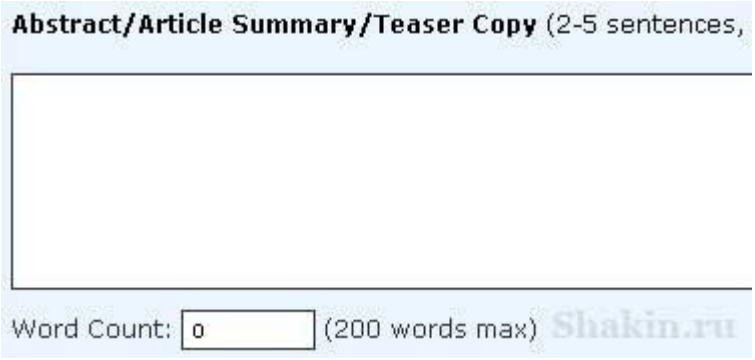
Пример неправильно оформленного заголовка статьи:

Moving into a new flat - things to keep in mind

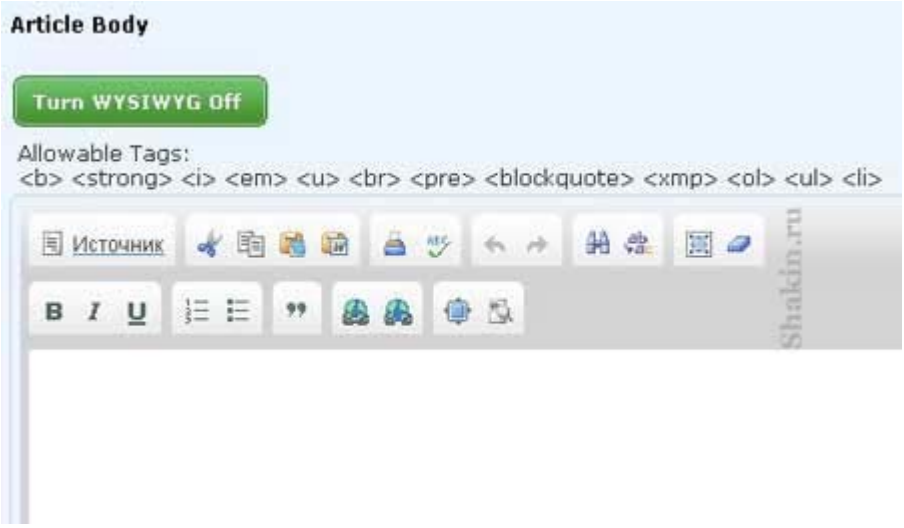
Пример правильно оформленного заголовка статьи:

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:

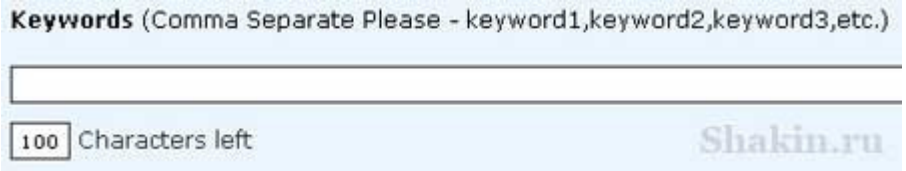


Следующее поле служит для ввода самой статьи. Как видим, есть удобный визуальный редактор, указаны разрешенные теги, а также в нижней части есть минимум и максимум слов в статье - 250-5000. Представляете, какие есть монстры копирайтинга, для которых вели ограничение в 5000 слов в статье, а им этого мало ?:



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:



Следующий пункт - та самая информация об авторе, которую мы заполнили в самом начале! Сейчас остается выбрать созданный нами вариант.

Далее идут кнопки и чекбоксы:

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 соглашаюсь) 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

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.

Часть VII/6. 42 бесплатных инструмента для подбора ключевых слов в буржнете

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Дамы и господа, леди и джентльмены, сеньоры и сеньориты, я рад представить вашему вниманию свой очередной мегапост, посвященный инструментам, которые позволяют бесплатно подобрать ключевые слова для оптимизации и продвижения вашего сайта в англоязычном интернете.

Сначала небольшой анонс: коллеги из Promodo пригласили меня на две конференции "*SEMCamp*" и "*Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в сети Интернет*". К сожалению, я поехать не смогу, стар стал, ноги уже не ходят, буду в своей Сибири. А вот может кому из читателей это пригодится.

Мегапостами я называю большие и объемные статьи, на написание которых я трачу несколько дней. Изначально этот пост я писал на английском для своего англоязычного блога

Я подумал, что тема актуальная и интересная, и перевел пост на русский. Уже готовлю подобный пост с подробным списком инструментов для рунета.

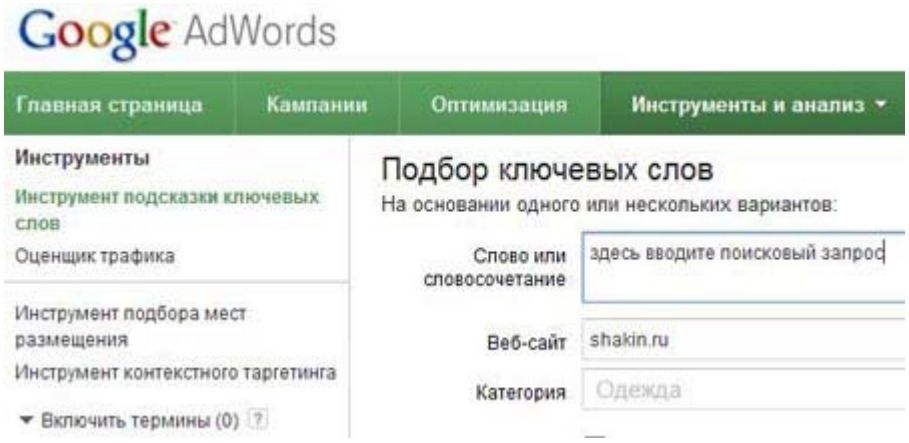
Ключевые слова (их еще называют поисковыми запросами, или ключами) нужны для того, чтобы оптимизировать существующие страницы сайта под них, использовать запросы при создании новых

материалов вашего сайта, а также для того, чтобы составлять тексты внешних ссылок и статей при размещении их на других ресурсах.

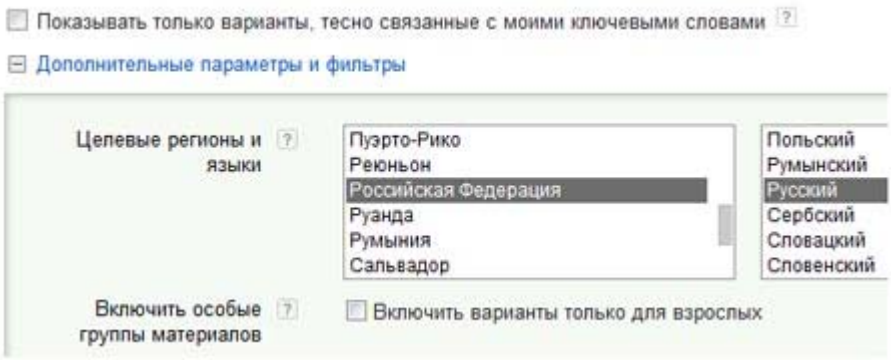
Для подбора слов есть платные и бесплатные методы. Сегодня я расскажу о платных решениях, которые включают в себя онлайн сервисы, расширения для браузеров, а также десктопные программы (бесплатные и платные с бесплатным пробным периодом).

Бесплатные онлайн сервисы для сбора поисковых запросов

1. *Инструмент подсказки ключевых слов Google AdWords*

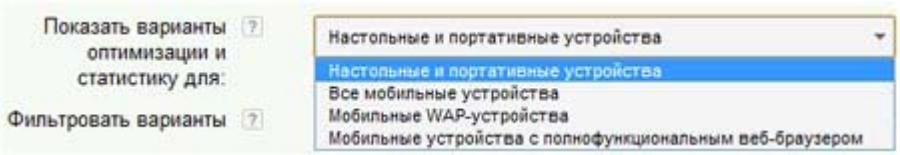


Пожалуй, это лучший сервис для подбора ключевых слов для продвижения в Google, потому что это “родной” гугловский сервис. Он подходит как для рунета, так и для англоязычного интернета, нужно лишь выбрать нужную страну и язык:



Очень многие сервисы и программы для подбора слов используют данные именно этого сервиса.

В этом сервисе есть опции, которые позволяют подбирать запросы как для настольных компьютеров и ноутбуков, так и для мобильных устройств:



Я советую активировать все колонки для получения информации по ключевым словам. Для этого в правой части страницы кликните на кнопке “Столбцы” (Columns)и отметьте все галочки: Уровень конкуренции (Competition), количество запросов в месяц для всего мира (Global Monthly Searches) и целевых регионов (Global Local Searches), Доля показов объявления (Ad Share), Поисковая сеть Google (Google Search Network), Доля показов на первой странице (Search Share), Приблизительная цена за клик

(Approximate CPC (cost-per-click bid)), Динамика запросов в целевых регионах (Local Search Trends graph), Содержание веб-страницы (Extracted From Webpage).

Вот скриншот в английском интерфейсе, в котором я предпочитаю работать:

Столбцы в показанном меню можно перетаскивать мышкой и менять местами, что очень удобно.

Еще рекомендую поиграть с типом соответствия в левой колонке для получения желаемых результатов и дополнительных идей по поисковым запросам (попробуйте собирать ключи , поочередно отмечая галочки “Точное” (Exact), “Широкое” (Broad) и “Фразовое” (Phrase)).

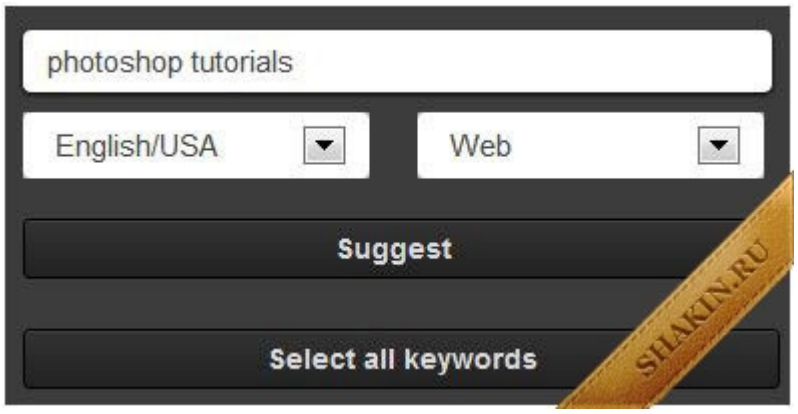
Полученные данные можно сохранить в формате CSV (а также в нескольких других форматах), для этого кликните по кнопке “Сохранить в файл” (Save to file). Я искренне советую использовать этот сервис, так как он имеет все необходимые функции для сбора ключевых слов.

2. Ubersuggest.org

Полезный и бесплатный сервис для сбора ключевых слов, который использует Google Suggest и другие ресурсы. Можно выбрать страну и источник (Веб, Новости, Шоппинг, Видео или Рецепты). Ubersuggest дает возможность получать поисковые запросы как из обычного поиска, так и из вертикального. Этот ресурс работает по следующей схеме: он берет введенный вами запрос, добавляет к нему букву или цифру и собирает все возможные запросы. Таким образом, вы получаете возможность найти больше идей по ключевым словам, особенно по низкочастотным запросам.

Например, я собрал 344 поисковых запроса для фразы “search engine optimization” и 377 для “photoshop tutorials”.

Сохранение полученных данных сделано оригинально. Кликаете на кнопке “Select all keywords”. Кстати, как вам мой новый водяной знак? Как говорят во Флориде - Стайл! :



Потом щелкаете на кнопке “Get” в правой части:

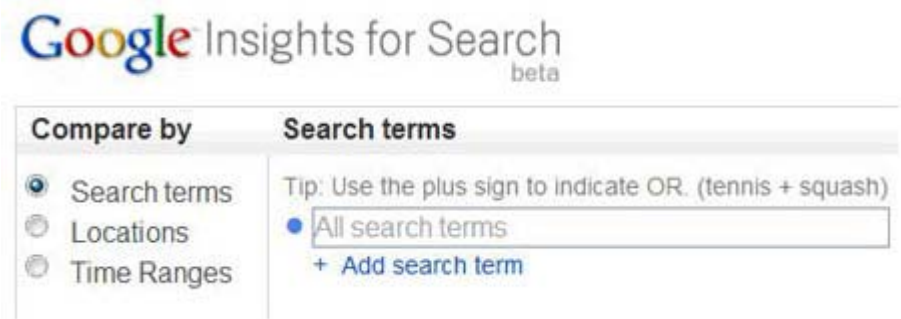
И появится окно со всеми собранными ключевыми словами.

3. Youtube Keyword Tool

Есть два варианта использования сервиса подбора ключевых слов Youtube: ввести нужный запрос или вставить ссылку на видео, для которого вы хотите подобрать слова и фразы.

Я обнаружил, что сервис Youtube Keyword Tool некорректно работает и для многих запросов показывает сообщение о том, что недостаточно данных. Я придумал такое решение - зарегистрируйте или войдите в свой аккаунт Google AdWords и вставьте ссылку на видео, которое подходит по тематике для ваших ключевых слов. Затем установите цену в $0.01 за просмотр и вы получите все возможные поисковые фразы. Также советую поиграть с типом соответствия Broad, Phrase and Exact (Широкое, Фразовое и Точное) для получения максимальных результатов.

4. Google Insights (Статистика поиска)



Еще один полезный инструмент для сбора ключевых фраз от Google. Он позволяет сравнивать данные по категориям, странам и периодам времени. Можно применять фильтры Web Search, Image Search, News and Product Search.

В Google Insights есть еще одна любопытная функция - вы можете смотреть динамику запросов по времени и на карте мира (кликните на пункт “Просмотреть изменение во времени”, там даже можно включить анимацию):

Например, я выяснил, что запрос “search engine optimization” в 2004 году был наиболее популярен в США, а сейчас страна, где больше всего запрашивают эту фразу - Индия.

5. Soovle.com

Классный сервис для сбора поисковых фраз, который к тому же бесплатен. Он показывает данные с популярных мировах интернет ресурсовт (Google. Amazon, Wikipedia, Answers.com, Yahoo, Bing, Youtube, Netflix, Ebay, Buy.com, Weather.com) и выводит фразы в оригинальной манере по мере того, как вы набираете свой запрос в нем. Попробуйте, вам понравится!

Я нашел малюсенькую кнопку для сохранения полученных результатов, она находится в верхней левой части.

6. Alexa Search Analytics

Известный аналитический ресурс Alexa.com, с помощью которого можно бесплатно найти поисковые запросы того или иного сайта. Идем на Alexa.com, выбираем вкладку Site Info и вводим адрес интересующего нас сайта. Затем кликаем на кнопке Get Details:

На следующей странице выбираем вкладку Search Analytics:

В нижней части страницы будет список наиболее популярных поисковых запросов, по которым этот сайт получает посетителей с поисковиков.

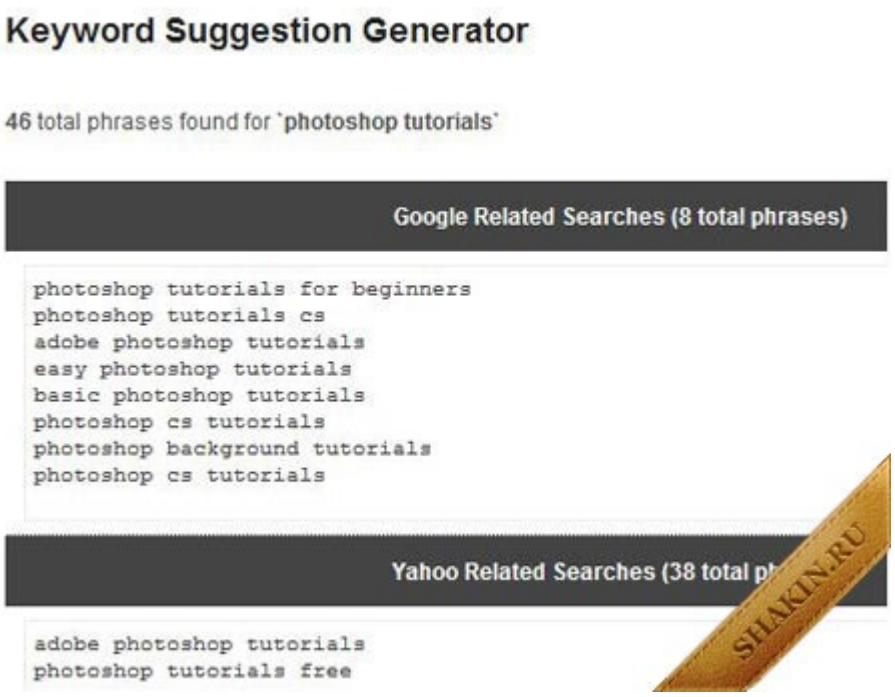
7. *Bing Keyword Research Tool*

Сервис подбора поисковых запросов поисковика Bing позволяет бесплатно собрать данные с органического поиска и изучить статистику за последние 6 месяцев. Можно фильтровать полученные запросы по языкам и странам. Для того, чтобы воспользоваться этим сервисом, нужно зарегистрироваться в нем.

8. *Google Тренды*

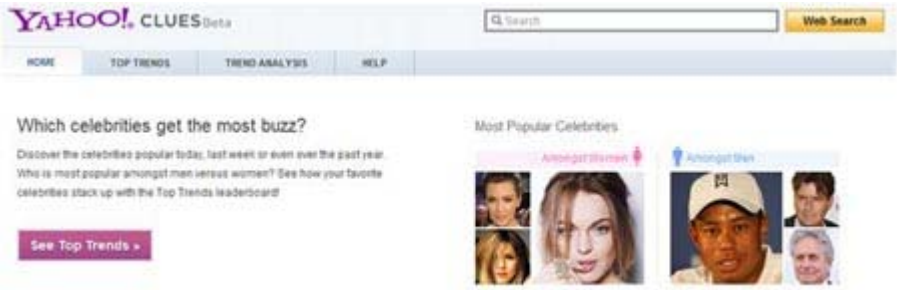
Еще один бесплатный сервис для сбора ключевых слов от Google. Можно сравнивать несколько запросов, для этого пишите их, разделяя запятой. Можно сравнивать до 5 запросов.

9. *GetRank Keyword Suggestion Generator*



Отличный генератор поисковых запросов, который берет данные с Google, Yahoo и Wordtracker. Например, я получил 46 ключевых фраз для “photoshop tutorials”.

10. *Yahoo Clues*

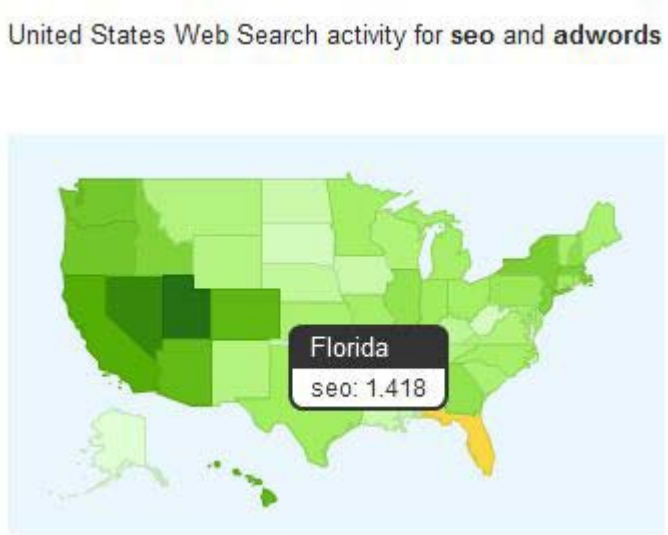


Название этого сервиса можно перевести как “Yahoo Догадки” . Все данные по ключевым словам получаются с поисковика Yahoo. Можно находить специфические поисковые запросы по тематике спортивных лиг, спортивных команд и спортсменов. Есть функция сравнения запросов, которые набирают мужчины и женщины. Также можно фильтровать ключи по странам.

11. *Google Correllate*

И еще один бесплатный инструмент от Google. Google Corellate позволяет находить ключевые фразы на основе популярных мировых трендов, что может быть очень полезно для многих вебмастеров и оптимизаторов.

Google Correllate также показывает карты поисковой активности. Например, я использую его для того, чтобы узнать популярность того или иного запроса в различных штатах США. Просто наводите курсор на нужный штат, и увидите информацию по нему. Я навел на свою любимую Флориду, где я прожил 4 года:



12. *SEO Book Free Keyword Suggestion Tool*

Популярный бесплатный инструмент среди зарубежных оптимизаторов. Данные берутся с сервиса Wordtracker. Для того, чтобы начать им пользоваться, нужно завести аккаунт. Можно сохранять полученные запросы в CSV формате.

13. SEO Book Генератор опечаток

Я пару раз встречал, что в рунете название этого инструмента переводят как “Тупо генератор” . На самом деле это генератор опечаток. Часть запросов пользователи всегда вводили, вводят и будут вводить с опечатками. Поэтому опечатки можно использовать для получения дополнительных целевых посетителей. Этот инструмент как раз позволяет получать ключевые запросы с опечатками.

Расширения для браузеров для поиска ключевых слов

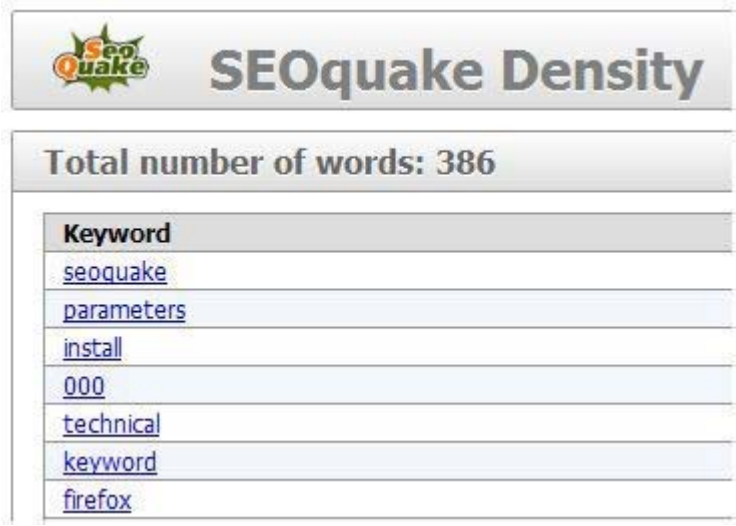
Поисковые запросы можно получать не только из различных онлайн сервисов. Можно также изучать те страницы сайтов конкурентов, которые уже занимают первые места по интересующим вас тематикам и получать ключи с них на основе плотности запросов. Этот способ позволяет получать дополнительные идеи о том, какие слова и фразы еще можно использовать в тексте продвигаемых вами страниц. Для этого существуют браузерные расширения, которые я рассмотрю далее.

14. SeoQuake

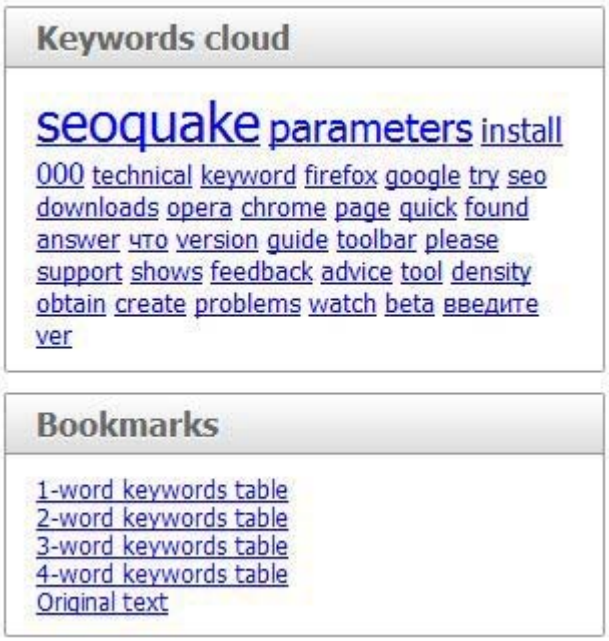
Я активно использую SeoQuake с 2007 года. Это расширение доступно для браузеров Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera и Safari.

С расширением SeoQuake очень легко анализировать плотность ключевых слов на любой странице сайта. Для этого заходите на интересующую вас страницу, кликаете на иконку SeoQuake и выбираете пункт Keyword Density:

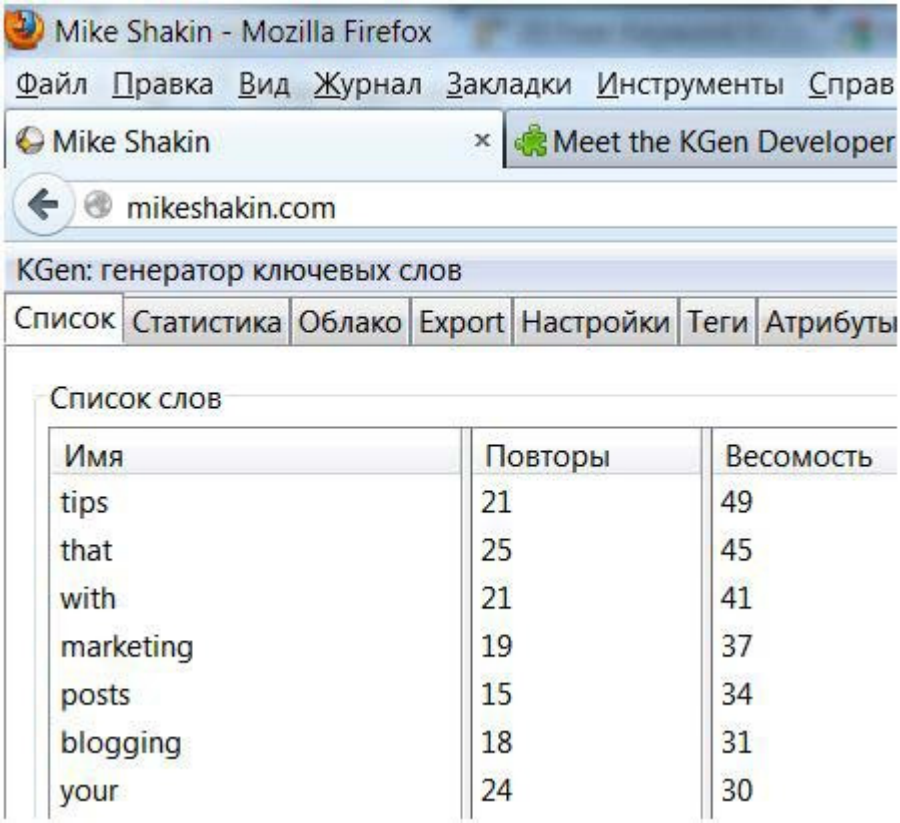
На следующей странице вы увидите детальную информацию о том, какие ключевые слова используются для оптимизации данной страницы:



Вы можете анализировать однословные, двухсловные, трехсловные и четырех словные запросы (что очень полезно для подбора низкочастотников), а также облако ключевых слов:



15. *KGen*



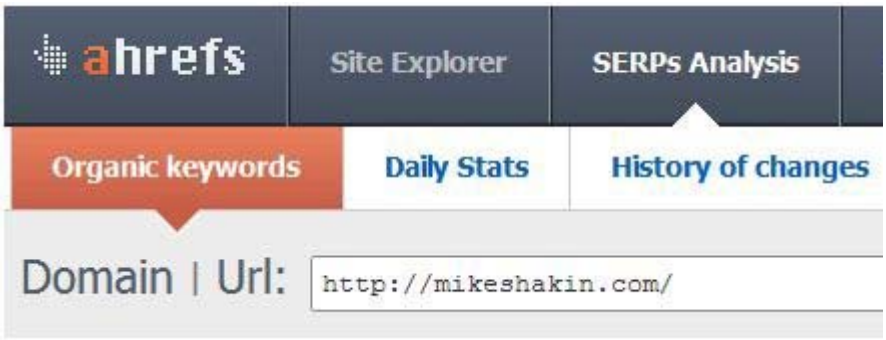
KGen (сокращение от Keyword Generator) - это SEO аддон для браузера Mozilla Firefox, который позволяет вам узнать, какие поисковые запросы использованы на той или иной странице для ее оптимизации. Суть такая же, как и у предыдущего расширения.

KGen сканирует страницу и отображает информацию о том, сколько раз встречается тот или иной запрос, а также его весомость и среднюю позицию запроса на странице.

Для подбора ключевых слов просто заходите на нужную страницу, кликайте по иконке KGen (у меня она находится в правой нижней части браузера Firefox) и в появившемся окне нажимайте кнопку “Сканировать”.

Бесплатные версии платных онлайн сервисов для сбора поисковых запросов

16. Ahrefs.com



Это один из моих любимых инструментов для изучения сайтов и подбора ключевых слов при продвижении в Google (пользуюсь тарифом Professional). Он имеет достаточно функциональную бесплатную версию, с помощью которой можно получать весьма ценную информацию о запросах и ссылках конкурентов.

Например, вы можете узнать, по каким запросам интересующий вас конкурент продвигает ту или иную внутреннюю страницу своего сайта. Для этого заходите во вкладку SERP’s Analysis, выбирайте Organic Keywords и вводите адрес нужной страницы. Вы бесплатно получите 10 поисковых запросов, по которым данная страница находится в выдаче Google. Доступны данные не только по Google, но и для Bing и Yahoo.

Я делал подробный видеообзор возможностей сервиса Ahrefs.com на 40 с лишним минут в этом посте: Как изучать сайты конкурентов с помощью сервиса Ahrefs.com - видеоурок.

17. Wordtracker бесплатный инструмент подбора слов

В бесплатном варианте Wordtracker выдает до 100 поисковых запросов. Прошу учесть, что он показывает частоту показов за день. Если вам нужны данные за месяц (как мне), то просто умножайте полученные результаты на 30.

18. Wordtracker’s Keyword Questions

Еще один полезный инструмент от сервиса Wordtracker. Вводите запрос, и получите 100 вопросов, которые к нему подходят. Это хорошее подспорье при поиске новых идей по ключам и написании статей. Вопросы можно использовать при составлении заданий копирайтерам.

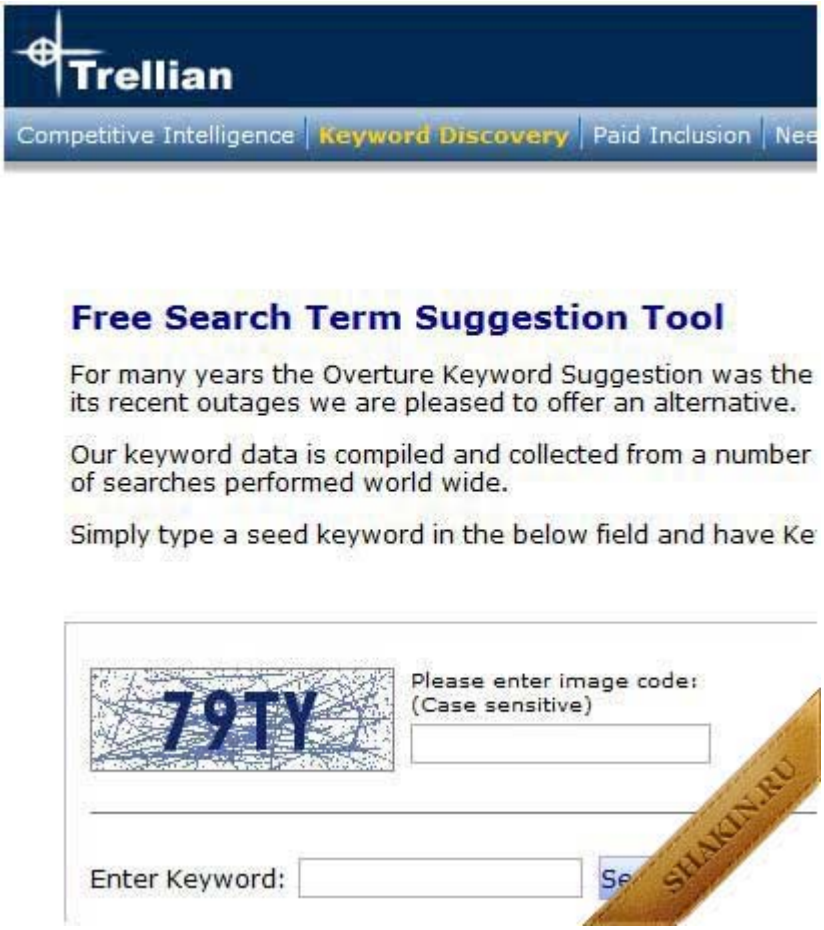
19. Actual Keywords Free Suggestion Tool

Сервис от известного в рунете блоггера Димка. Actual Keywords позволяет бесплатно получить 100 ключевых слов по любому запросу. Еще для бесплатного скачивания доступны выборки ключевых слов по нескольким тематикам (Auto Loan, Digital Camera, What Is и How To).

20. Semrush.com

Популярный сервис Semrush позволяет бесплатно вводить 10 запросов в день и получать 10 результатов на каждый запрос. Этот сервис обладает собственной базой данных, которая состоит из 95 миллионов ключевых слов и 45 миллионов сайтов.

21. KeywordDiscovery Free Search Term Suggestion Tool

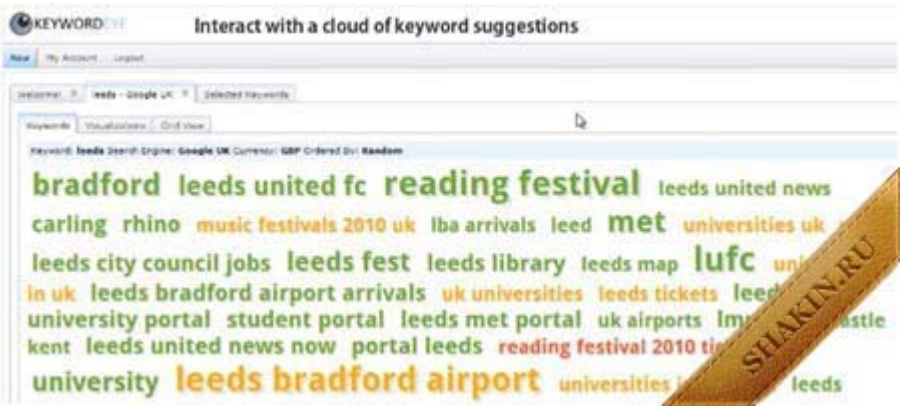


Как и другие бесплатные версии платных сервисов, Keyword Discovery выдает 100 поисковых запросов. Данные собираются с более чем 200 ресурсов по всему миру.

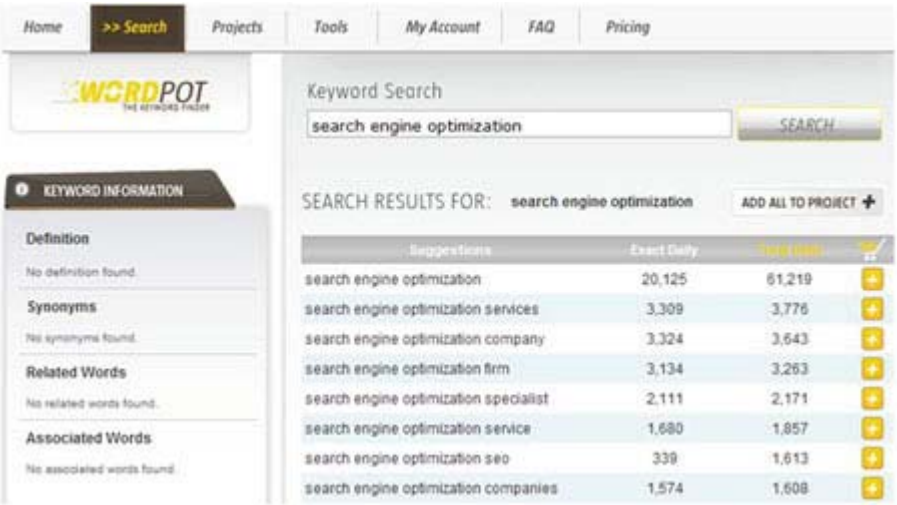
22. *Keyword Eye*

Еще один способ получить 100 запросов бесплатно. Доступны данные из Google по нескольким странам: AU, BR, CA, DE, ES, FR, IT, RU, UK и US.

У Keyword Eye я нашел интересную функцию - облако поисковых запросов. Вот как оно выглядит:



23. *Wordpot*



Wordpot показывает данные с различных поисковых систем по частоте показов за день.

Бесплатно этот сервис позволяет создать 1 проект и сделать 25 запросов в день. Синонимы, похожие запросы и ассоциативные слова также ограничены - до 5 в день.

24. *KTD Amazon Keyword Tool*

Если вы участвуете в партнерской программе Amazon.com, то этот сервис позволит находить поисковые запросы именно из Амазона, что особенно ценно для поиска специфических низкочастотных запросов. Учтите, что в бесплатной версии можно вводить только 3 запроса в день.

25. *WordStream Free Keyword Tool*

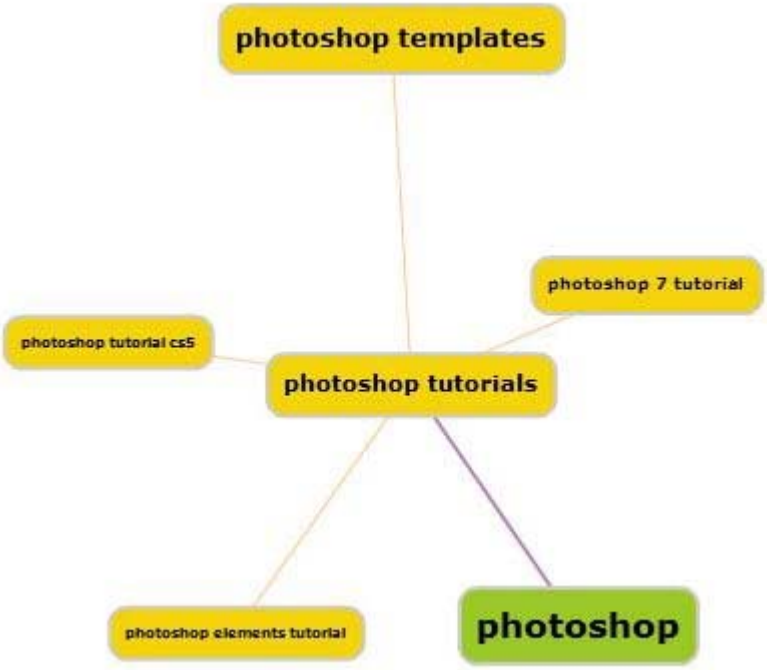
Как и другие вышеперечисленные сервисы, WordStream выдает нам 100 запросов бесплатно. Огорчает, что полученные данные нельзя скачать. Но зато можно отправить их на свой e-mail. Хотя этот момент мне лично не нравится - вдруг будет приходить ненужная мне новостная рассылка?

26. *eBay Keyword Research Tool*

Этот сервис собирает данные с eBay.com. Вводите нужный запрос и получаете такую таблицу (там еще есть информация, я не стал ее запечатлевать на скриншоте, чтобы детально показать именно эту таблицу):

Keywords buyers like/dislike when searching for photoshop	
Keyword	Desirability?
windows	●
7	●
adobe	●
new	●
elements	●
win	●
vista	●
xp	●
editing	●

27. *eBaysaurus*

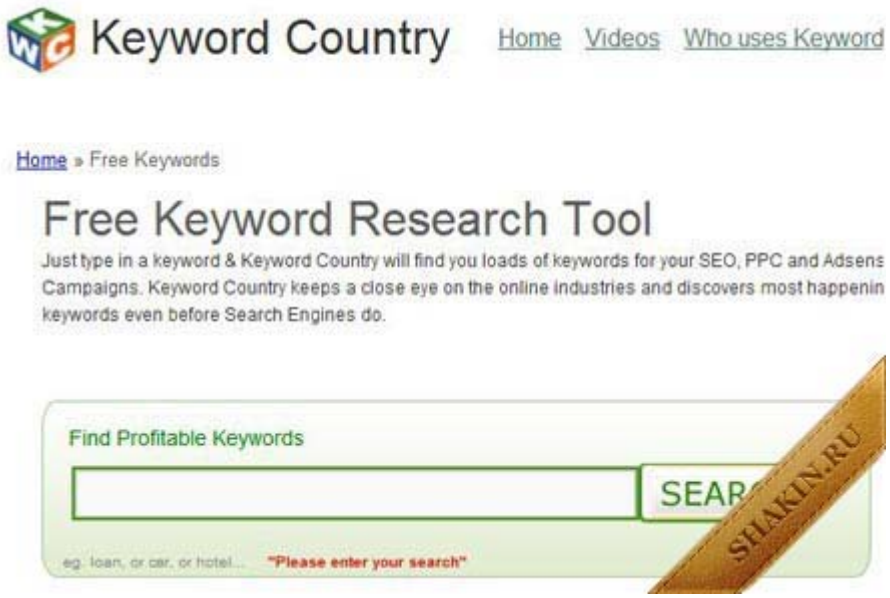


Этот сервис напоминает мне закрытый проект от Google - Wonder Wheel. Похож, не правда ли?

28. Terapeak for eBay

Terapeak позволяет находить поисковые запросы для отдельных стран. Есть бесплатный пробный период на 7 дней.

29. Keyword Country Free Keyword Research Tool



И еще один способ бесплатно получать 100 ключевых слов. Я не нашел способа, как сохранить полученные данные, потому этот сервис уступает тем, которые я описал выше.

30. Niche Bot Keyword Research

Niche Bot выдает 20 поисковых запросов в день.

31. Keyword Spy

А этот - только 10. Чем меньше запросов выдает сервис бесплатно, тем меньше я о нем пишу. Будет выдавать 1 запрос - просто поставлю точку вместо описания.

32. Web SEO Analytics Keyword Research Tool

А этот инструмент выдает 100 запросов. Например, я ввел “Photoshop tutorials” и получил 110 фраз. Но после ввода второго запроса я получил сообщение о достижении суточного лимита “You have reached your daily limit”. В бесплатном варианте вы не можете скачать отчет по собранным ключевым словам, но вы можете выделить его мышкой и скопировать, хотя это нет так удобно.

33. Wordze

Wordze
KING OF KEYWORDS

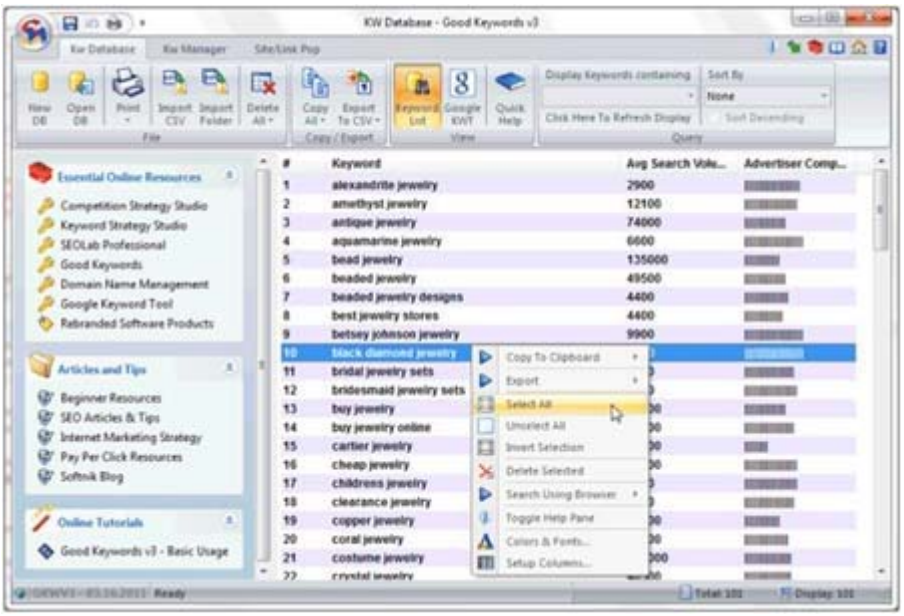
Этот сервис позволяет узнать Keyword Effectiveness Index (KEI), то есть индекс эффективности ключевого слова, а также собрать запросы интересующих вас сайтов. В нем есть еще модуль сбора ключевых слов, по которым тот или иной сайт находится в поисковой выдаче. У Wordze есть бесплатный период на 30 дней.

34. SpyFu

SpyFu позволяет собирать запросы, по которым продвигается любой интересующий вас сайт. Это популярный инструмент для изучения конкурентов в англоязычном интернете, но в бесплатной версии он предоставляет очень мало информации.

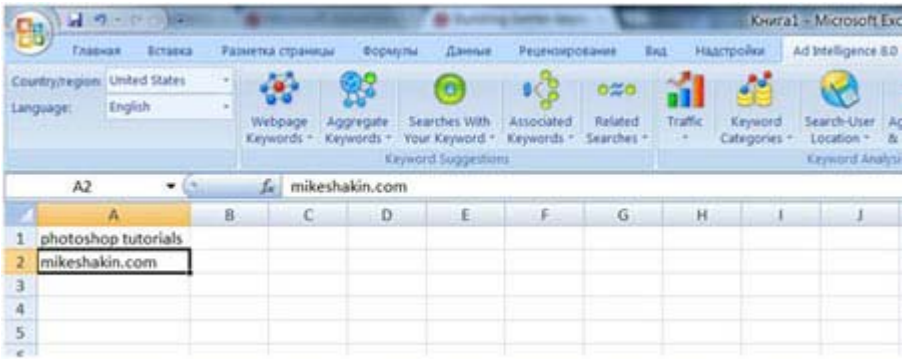
Бесплатные программы для поиска ключевых слов

35. Good Keywords



Полезная бесплатная программа для Windows. Данные собираются с сервиса подбора слов Google.

36. Microsoft Advertising Intelligence



Эта программа позволяет подбирать поисковые запросы прямо в интерфейсе Microsoft Excel, что очень удобно для многих пользователей. Данные собираются из поисковиков Bing и Yahoo и включают в себя релевантность, историю стоимости, частоту показов, а также данные по странам.

Честно говоря, когда я установил программу Microsoft Advertising Intelligence, я не сразу понял, как ее запустить. На рабочем столе ярлыка нет, в списке программ я ее тоже не нашел. И только после того, как я запустил Excel, я увидел новую вкладку . Я сделал скриншот выше, на котором вы можете ее увидеть.

Платные программы для подбора слов с бесплатной пробной версией

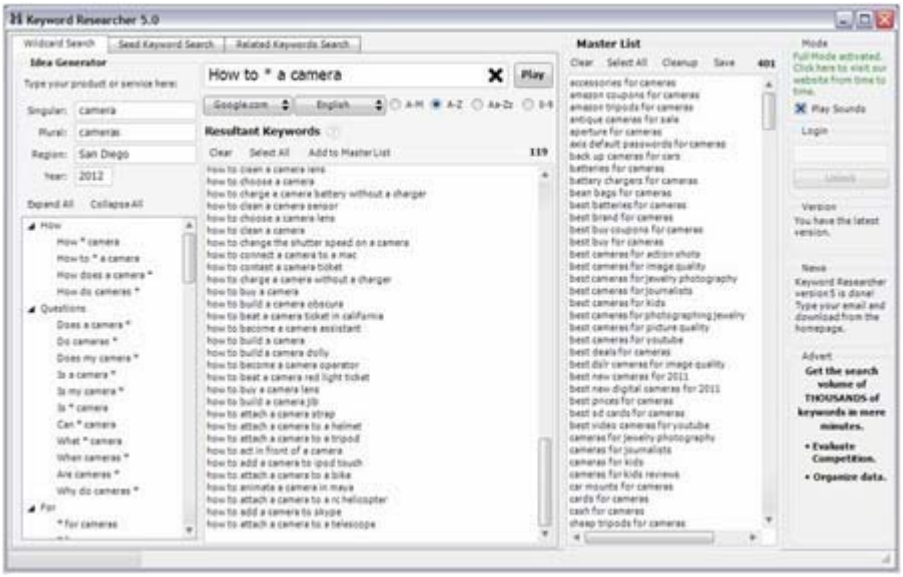
37. Keyword Strategy Studio

Проект Good Keywords создал еще одно решение для поиска ключевиков - программу Keyword Strategy Studio. Она позволяет находить новые идеи для поисковых запросов, которые основаны на данных поиска, трендах и популярности. Keyword Strategy Studio имеет полнофункциональную пробную версию, которой можно пользоваться в течение 30 дней.

38. Market Samurai

Market Samurai - очень популярная программа среди зарубежных оптимизаторов. Она платная, но есть бесплатный триальный период. Самое замечательное то, что модуль подбора ключевых слов в Market Samurai продолжает нормально работать и после окончания пробного периода, то есть, по сути, этой функцией в программе можно бесплатно пользоваться неограниченное количество времени.

39. Keyword Researcher



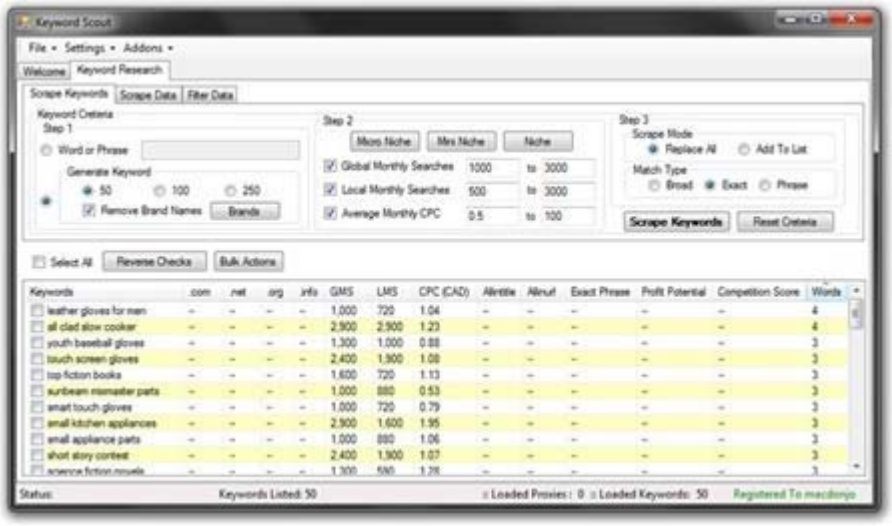
Keyword Researcher - это дословно “Исследователь ключевых слов”. Эта программа хорошо подходит для поиска низкочастотных поисковых запросов с низкой конкуренцией и работает на Windows и Apple OS X. На скриншоте видно, что можно задать шаблон поискового запроса, заменив одно слово или фразу звездочкой, и программа подберет все возможные варианты ключевых слов. Например, делаем такой запрос:

*How to * a camera*

И программа подбирает 119 фраз по этому шаблону. Есть бесплатный период.

40. [Keyword Scout Lite Free Trial]

У этой программы есть бесплатная версия, которая имеет много интересных функций. Например, мне понравился модуль Amazon keyword scraper (для сбора ключевых слов с Amazon.com). Смотрим скриншот:



Можно задавать различные фильтры при поиске ключевых слов и фраз, можно одним кликом удалять названия брендов, задавать диапазон локальных показов запросов и мировых показов, а также задавать

параметры средней стоимости клика (CPC). Также, как и в Google Adwords, можно указывать тип соответствия (точное, широкое и фразовое).

41. Advanced Web Ranking Keyword Research Tool

Программа Advanced Web Ranking предоставляет весь свой функционал в течение всего бесплатного пробного периода в 30 дней и работает на операционках Windows, Mac OS X и Linux.

42. Rank Tracker

Модуль подбора ключевых слов в Rank Tracker позволяет определять уровень конкуренции, находить слова с опечатками и т.д. Данные собираются с Google AdWords, Yandex Wordstat, Keyword Discovery, Wordtracker, Bing и Semrush. Вы можете бесплатно использовать Rank tracker, но при этом вы не сможете сохранять проекты и отчеты. Программа работает на Windows, Mac OS X и Linux.

Я хочу еще упомянуть два популярных инструмента для подбора поисковых запросов - Micro Niche Finder (программа) и Keyword Ninja (PHP скрипт), но у них нет бесплатного пробного периода, поэтому я не включил их в список, привожу для информации. У Micro Niche Finder есть период в 30 дней, но за него нужно платить, поэтому он не является бесплатным.

Часть VII/7. 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

Часть VII/8. 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 регистрировать 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 блестит 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://bluewine.com
http://britisharts.co.uk
http://britishsports.com

http://buzzle.com
http://christianwebsite.com
http://clickey.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://l10s.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://www.trustdirectory.org/
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://4ppl.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://clasione.com
http://data-spain.com
http://directorylist.org
http://downunderindex.com
http://dxpnet.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://hedir.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://slsites.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

Глава VIII. 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.

Часть VIII/1. 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.

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 конферансье, 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.

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 нисколько 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. 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 блога-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.

Желательны хотя бы начальные познания PHP и MySQL, чтобы работать с кодом и базой данных.

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.

Часть VIII/2. Сладкий зефир — моя схема продвижения блога

Автор: Александр Борисов (boricov)

Сегодня мы рассмотрим с вами схему продвижения блога, которая по **моему личному мнению** считается ПРАВИЛЬНОЙ! Правильной именно в плане заработка, сегодня мы будем говорить именно об этом.

В рунете несколько сотен тысяч блогов различных тематик, конечно же основная масса их авторов хочет сделать свои ресурсы популярными и прибыльными, но почему же происходит так, что большая часть людей просто напросто бросают свои блоги так и не придя к успеху? Об этом и не только об этом, пойдет речь в сегодняшней статье...

Сразу же ответ на ваш возможный вопрос, «А почему такое название — Сладкий зефир?». Ой, название как раз таки я подобрал в самую точку.

Вы знаете, основная часть блоггеров в рунете похожи на этих детишек, не на всех, а на тех, которые этот зефир съели. У этих ребят (блоггеров) нет терпения, им хочется все и сразу. Вот сразу сделал блог и он тут же должен приносить прибыль. В головах этих ребят вообще НЕ ПРАВИЛЬНОЕ ПОНИМАНИЕ СПОСОБОВ ЗАРАБОТКА НА БЛОГЕ — это во-первых, а во-вторых эти ребята больны синдромом «КАК У ВСЕХ ТАК И У МЕНЯ», о нем чуть ниже. Вы только не подумайте что я кого-то оскорбляю, совсем нет, просто привел вам образный пример...

Чтобы я сейчас не написал в данной статье, сколько бы вы пользы не взяли из моей писанины, сколько бы человек ее не прочитали и какова бы сильна самомотивация этих ребят ни была, знайте, закон Парето еще никто не отменял, все равно основная масса людей в сети будет шкребсти копейки на своих блогах... Да и шкребсти то можно по разному... Об этом чуть ниже... Ну образно давайте представим, что копейки это 1-2-5 т.р. в месяц, а хороший доход 30-50-100 т.р.

Сейчас я не буду критиковать другие блоги и выпендриваться, просто хочу чтобы вы уловили смысл моих слов — сразу деньги на блоге не зарабатываются. Заработок на блоге — это обычный бизнес как и все,

сначала ты вкладываешься в него и только потом он начнет приносить доход. Это обычная истина любого бизнеса, вам нужно это понять. Посмотрите как некоторые традиционные предприниматели пашут первые года ради того чтобы их бизнес просто ОКУПИЛСЯ ВНАЧАЛЕ и начал приносить доход. В интернете же все хотят какой-то сказочной халявы. Кто не понимает этой простой истины будет в пролете.

Да, большинство будут в пролете... Это не потому что я так решил друзья, попрошу вас понять меня правильно, все потому что это СТАТИСТИКА. У основной массы просто напросто нет ТЕРПЕНИЯ. ТЕРПЕТЬ — это не значит бороться с болью в прямом смысле. Терпение в блоггинге — это в первую очередь то, когда ты как раб пашешь днями и ночами вкладывая все силы в развитие своего блога, а во-вторых это то, когда ты можешь брать результат своих трудов, а можешь и не брать. Или ты берешь мало, как все (сразу), или ты берешь МНОГО (дотерпев до нужного момента)! Только сначала чтобы взять это МНОГО, ты должен терпеть долгое время и не брать по малу, а кроме всего этого ты еще должен попахать как раб на галерах не один год (кто-то меньше, кто-то больше)... Люди не могут ждать так долго и столько времени терпеть, люди не привыкли пахать, им нужно все сразу...

Так же люди просто не хотят, как я уже сказал, пахать как рабы на галерах, и не потому что им лень или нет терпения, просто они не знают, что их ждет впереди. Меня многие спрашивают по e-mail, — «Александр, я планирую завести себе блог на ..... тематику. Скажите я смогу на нем что-нибудь заработать?». Вначале я хочу сказать, что заработать можно на любом блоге. Да, тематика играет роль, но все же ЗАРАБОТАТЬ МОЖНО НА ЛЮБОМ БЛОГЕ! 90% вашего успеха в блоггинге зависит от умения писать интересный и полезный текст. На самом деле это не трудно, просто опять же сидеть за компом по 6-8 часов и писать один пост — не у всех есть ТЕРПЕНИЕ!

Реальность такова и многие успешные интернет-предприниматели со мной согласятся: если человек на начальном этапе уже не уверен в своих силах или спрашивает «А смогу ли я?», то он на 99,9% обречен на неудачу. Всем тем, кто присылал мне письма с такими примерными вопросами: «Александр, смогу ли я заработать ...», я отвечал — «Нет, не сможешь»... И я был прав...

Идем дальше. Люди начинают брать по малу забивая на то, что потом ведь можно брать больше. Многие наверное вообще не понимают о чем это я, — «Что значит брать по малу?». Хорошо объясню.

Посмотрите на то, как блоги начинают свой путь в сети. Их авторы сразу же думают о том, как заработать. Разве не так? Конечно же так. Как заработать, заработать, заработать... Все, только одно на уме... В принципе в этом-то и нет ни чего плохого правильно? Все хотят зарабатывать и я в том числе. Но ребята, запомните одно — зарабатывают на блоге ПРАВИЛЬНО только те, кто несет какую-то ценность для других. Пока вы это не поймете, зарабатывать вы не будете, а если и будете то НЕ ПРАВИЛЬНО! Пока ваш блог не будет наполнен большим объемом информации по тематике вашего блога — ни какого заработка не ждите.

То что вы на начальном этапе развития блога начинаете забивать его рекламой (банеры, яркие контекстные объявления по 5 штук на страницу, тизерные мигающие (меня вообще они бесят просто) объявления, дебильные посты с партнерскими ссылками, *рекламные строчки Nolix или Daos*, когда у вас посещалка 3,5 человека в сутки и т.д.) ПРИБЫЛИ ВАМ НЕ ПРИНЕСЕТ ПОВЕРЬТЕ НА СЛОВО! Угрохаете свой блог к чертовой бабушке.

Прибыльный блог — это такой блог, который в первую очередь имеет огромную целевую посещаемость, у которого есть огромная база подписчиков и который имеет в своем содержимом склад полезных материалов по своей тематике. Блоги на которых этого нет или скребут копейки зарабатывая на ссылках и убивая себя или вообще ни чего не имеют (копеечки на контекстной рекламе и т.д.). Они берут мало, они не хотят терпеть... Ваша задача превратить ваш блог в прибыльный (без переполнения его рекламой) вот тогда вы будете брать больше всех. Это делается не сразу. На сайте vkontakte.ru первые несколько лет не было ни одной рекламной ссылки или баннера. Берите пример.

Если мне нужна какая-то литература, то я иду в библиотеку, так как знаю, что там есть все что мне нужно. Туда иду не только я, туда идут все... Люди знают — там СКЛАД НУЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ! Ваша задача сделать на своем блог такой же склад полезной информации по вашей тематике. Новый посетитель пришедший на ваш блог прочитает один-два интересных поста, присмотрится к вашему блогу и обнаружит — что это просто склад полезной информации, на котором есть практически все что ему нужно для того, чтобы получить то, что он хочет и еще больше... Так будет и со всеми остальными. Больше количество контента на блоге будет увеличивать посещаемость с каждым днем.

«А что значит зарабатывать правильно и не правильно Александр? Это как понимать?», — спросите вы. Хороший вопрос и у меня на это есть хороший ответ. Чтобы не повторяться я просто напишу свою схему правильного заработка. Расскажу, что значит для меня зарабатывать на блоге ПРАВИЛЬНО!

Ребята, скажу вам честно. Я не хочу умереть за компьютером. Я не хочу по 12 часов в сутки сидеть у этого долбанного ящика (монитора) и отращивать себе большой горб, постоянно снижая свой иммунитет и заплывать жиром. Я хочу уезжая в отпуск на 1-2 недели, а то и больше не беспокоиться о своем блоге и не переживать за то, что у меня на нем твориться (комментарии, спам, не упал ли хостинг и т.д.). Я не хочу быть постоянно привязанным к блогу из-за того, что если я завтра не продам пару ссылочек или не окажу какую-то платную услугу, то я ни чего не заработаю... Я не хочу быть РАБОМ СВОЕГО БЛОГА в будущем!!! Я хочу быть свободным...

А вы хотите быть рабом своего блога? Я думаю нет. Если это так, тогда вам стоит прислушаться к тем советам, которые я даю на своем блоге. Я веду своих читателей именно к правильному заработку на блоге. Моя задача не только заработать самому, но еще и помочь вам улучшить качество своей жизни благодаря блоггингу. Блоггинг — отличная возможность это сделать. Ко всему этому я хочу научить вас зарабатывать на блоге так, чтобы вам потом не пришлось тратить все заработанные деньги на болячки, которые вылезут у вас из-за долгих посиделок за компьютером...

Эх, как бы трудно не было это говорить, но все же я скажу — в первый год придется все же попахать и подпортить свое здоровье как ни крути, по началу сидеть за ПК нужно не мало времени. Совет: занимайтесь спортом параллельно.

Зарабатывать на блоге правильно нужно так, чтобы это в первую очередь не приносило вред здоровью, а во-вторую, чтобы в вашей голове отсутствовали постоянные переживания за свой блог и заработок. Вы должны быть свободным в то время как ваш блог зарабатывает вам деньги.

«Ах, какая красивая сказка Александр, вот бы мне так», — скажете вы... Да, красивая ребята, не спорю. Вот по такому плану и к такому результату я постоянно иду с каждым днем (зарабатывать и быть свободным). Порой мне кажется, что мое терпение на пределе, но все же я беру себя в руки и иду дальше... Хоть у меня есть сейчас не малый, я вам скажу заработок в интернете, но это все же не то, на что я рассчитываю в будущем. 25-30 т.р. можно и на работе по найму зарабатывать, я иду к большим цифрам.

Сейчас я пока еще пашу как раб, честно признаюсь вам в этом. 29 октября моему блогу будет ровно 1 год. Почти целый год я пашу, терплю изо всех сил, выкладываюсь по полной, зная что меня ждет впереди...

Это со стороны так кажется, что у некоторых блоггеров все в шоколаде. И посещаемость и заработок и все все все... Что они ничего наверное и не делают, не напрягаются и у них все хорошо... Поверьте мне друзья это не так. Все кто сейчас высоко сидит, все батрачили как проклятые. Не сидят высоко только те у кого нет ТЕРПЕНИЯ. А все кто молотит языком про то, что на блоге можно легко зарабатывать и курить бамбук — обыкновенные детишки... Не верьте им...

Теперь немного про синдром «КАК У ВСЕХ ТАК И У МЕНЯ». Ох уж и любят новички повторять за другими блоггерами а... Я ни чего против них не имею, сам таким был. Вот и сейчас моя задача не посмеяться, а направить их в нужное русло.

Ребята, когда вы занимаетесь оформлением своего блога, то сядьте и хорошенько подумайте, что и как на нем должно быть. Если у одних сделано так-то и так-то, то это не говорит о том, что вам нужно повторять, а тем более это не говорит о том, что то, как сделано у них — работает.

Приведу пример распространенных ошибок. Если вы посмотрите на сайдбары зеленых блоггеров, то увидите там кучу хлама. Вот допустим мне всегда было интересно зачем на блоге нужен виджет «Свежие записи», если все ссылки на эти записи и так есть на главной странице в основном содержимом? Зачем нужен виджет «Архивы», если есть раздел — карта сайта. Зачем нужен виджет с кучей летающих меток если на них никто не нажимает? Зачем нужны виджеты от фейсбука или вконтакте в сайдбарах? Зачем нужен виджет «вход администратора» если в админку можно попасть так: **http://site.ru/wp-admin**, зачем вставлять на новый блог кучу партнерских баннеров если они просто занимают место и с них не идет ни какой прибыли (посещаемость нулевая), зачем вставлять кучу счетчиков различных рейтингов, статистик и т.д. Зачем?

Это все происходит потому что новички еще пока что больны этим синдромом — «КАК У ВСЕХ ТАК И У МЕНЯ». Ребята завязывайте. Проявляйте свою индивидуальность. Уже просто глаза мозолят такие блоги с, простите за выражение, засранными и кривыми сайдбарами. Перед тем как делать — думайте...

Второе действие синдрома — это желание быстрее заработать на блоге. Новички смотрят на других блоггеров, которые реально зарабатывают и думают так — «Все зарабатывают на блоге, а почему бы и мне не начать?». Ребята ни как не поймут что еще рано... РАНО!!! «Все продают ссылки, а почему бы мне не продавать?». Это вообще самоубийство. Сначала сделайте что-то, создайте что-то, несите какую-то пользу, сделайте из блога качественный ресурс, а потом уже и зарабатывайте! Не гонитесь за деньгами, это погубит вас... Не смотрите на других, все кто зарабатывает на блоге большие деньги, делают не то, что делают ВСЕ.

Ну в общем то и все на сегодня. Основную мысль я до вас донес — ТЕРПИТЕ ДРУЗЬЯ, ТЕРПИТЕ! Ваша задача сделать блог много посещаемым и набрать большой целевой подписной лист. Блог начинает

приносить прибыль только после того как вы в него будете вкладываться по максимуму очень долгое время. Сначала ты пашешь, а только потом получаешь результат. Кто уже сейчас понимает, что столько времени он терпеть не готов, чтобы добиться успеха в блоггинге, то мой вам совет, даже не начинайте, потом будет много разочарований...

Вот это не понимание новичками того, как вообще блог продвигать, оптимизировать, зарабатывать на нем и т.д. просто сводит их с ума. В голове каша, они не знаю что и как им делать... Тяжело... Да тяжело, терпите, учитесь, познавайте и действуйте...

Если взять все выше написанное и сделать общий вывод, то моя схема заработка такая: Вкалывать 1-1,5-2 года ради создания на блоге склада полезной информации по определенной тематике, поднимать высокую посещаемость блога и его показатели, набирать большой подписной лист и только потом уже начинать зарабатывать, поставив процесс заработка на автомат. Зачем брать сразу и по малу, надо брать МНОГО, но выждав подходящий момент. Этого подходящего момента так многие и не дожидаются... Особенно те, кто начинает барыжить ссылками с блога...

Как зарабатывать? Об этом я уже не мало писал на своем блоге. Конечно же есть много тонкостей и интересных фишек, которые позволят увеличить заработок на все тех же баннерах, ссылках, контекстной рекламе и т.д., но о них вы узнаете из моего итогового поста в конце года...

Часть VIII/3. Сладкий зефир — схема продвижения блога! Часть 2

Автор: Александр Борисов (boricov)

Сегодня я пишу вторую часть статьи «Сладкий зефир — моя схема продвижения блога».

Тогда я написал свою схему продвижения в плане монетизации блога. Цель той статьи была донести до вас понимание того, что зарабатывать на блоге нужно не во вред здоровью, а так же не торопиться зарабатывать с разу же с первых дней. В сегодняшней статье я буду рассказывать о технических моментах продвижения...

На дворе уже середина сентября, скоро конец года. Надо бы мне уже поторапливаться с выпуском своих платных и бесплатных видеокурсов, вы их уже наверное заждались. Ну ни чего, скоро будут.

Давайте я сейчас расскажу вам как бы я стал сейчас продвигать новый, нулевой блог в течение года, обладая теми знаниями по продвижению, которые я приобрел за все то время, пока изучал различную информацию в сети. Представим, что я сделал себе блог на тему «заработок в интернете, продвижение сайтов и блогов» и хочу чтобы он стал в сети очень популярным, интересным и много посещаемым.

Почему я взял отрезок времени в год? Ну я считаю, что именно в этот период нужно больше всего пахать как проклятый, чтобы в будущем кушать сладкие плоды своих трудов. За год можно сделать из своего блога очень классный, интересный и популярный ресурс, повысить его показатели, трастовость, набрать хорошую подписную базу и соответственно нарастить не хилую посещаемость. В пример вам isif-life. После того как все это будет — хороший заработок на блоге неизбежен.

В первый год блог нужно продвигать очень осторожно, чтобы не навредить ему. Все знают про фильтр «Песочница». Фильтр, который не позволяет молодым сайтам в первые месяцы жизни (количество для всех разное) рвать и метать, как говорится. Не получиться у вас друзья подвинуть своих конкурентов в ТОПе по высокочастотным запросам пока ваш блог еще совсем младенец.

Кто-то утверждает, что фильтра «песочница» уже нет и это миф. И молодые сайты мол могут сдвинуть всех в ТОПе. Кто-то наоборот утверждает, что фильтр существует и продвижение в первый год нужно производить грамотно, осторожно и равномерно, чтобы не попасть в БАН (АГС). В общем как обычно все ля-ля, а что да как никто не знает.

У нас в пожарной охране есть одно такое правило — «Если ты приехал тушить пожар, видишь электропровода и не знаешь, под напряжением они или нет, то считай, что они под напряжением». Так же будем думать и мы — если мы не знаем, действует ли фильтр песочница на сегодняшний день или нет, то будем считать, что действует. Поэтому продвигать блог будем осторожно и равномерно. Поехали...

Для начала у меня к вам один вопрос. Вот вы сделали себе блог, купили домен, хостинг, загрузили его в интернет, все он у вас работает, дальше как обычно планируете его совершенствовать как изнутри так и снаружи. Вот собственно сам вопрос — скажите, почему именно ваш блог должен стать популярным и много посещаемым и как вы собираетесь этого достигать? Что должно быть такого на вашем блоге, чтобы он выделялся среди всех остальных?

Каждый день в сети появляются более 100 000 НОВЫХ сайтов и блогов и по любому каждый из владельцев этих ресурсов (сделанных именно для получения прибыли) думает так — «Ух, щас как раскручу, как наверчу и денег будет уйма...». Видим мы совершенно другую картину. Зарабатывают единицы, остальные сливаются. Да, не сразу, но сливаются...

Вся причина в том, что у людей нет понимания правильного продвижения — это раз, и люди мыслят как все — это два. Откройте 100 блогов на тематику «заработок в интернете» и вы увидите, что 95% из них похожи друг на друга, выделяется лишь малая часть. Откройте 100 блогов на SEO тематику и будет все то же самое, 95% как клоны, 5% выделяются. В общем в любой тематике основная масса блогов похожи друг на друга как тем о чем они пишут так и внешним видом блогов. Про ошибки блоггеров в плане быстрого обогащения я уже писал в первой части и повторяться не буду, поговорим о технических моментах.

Ваш блог никогда не станет популярным и много посещаемым если вы не выделите его среди других клонов. Как бы я выделил свой новенький блог? Я бы заказал для него хороший запоминающийся логотип. Советовал, советую и всегда буду советовать это каждому. Без логотипа блоге не выделяется.

«Нет денег на логотип», — такой ответ можно услышать практически от каждого, кто завел себе блог. Это ваши проблемы, есть у вас деньги или нет, но логотип должен быть. Ваш блог должен оставлять зрительный образ (отпечаток) в памяти посетителей. Блог, который не выделяется среди других, люди считают обычным «он такой как и все, в нем нет ни чего особенного».

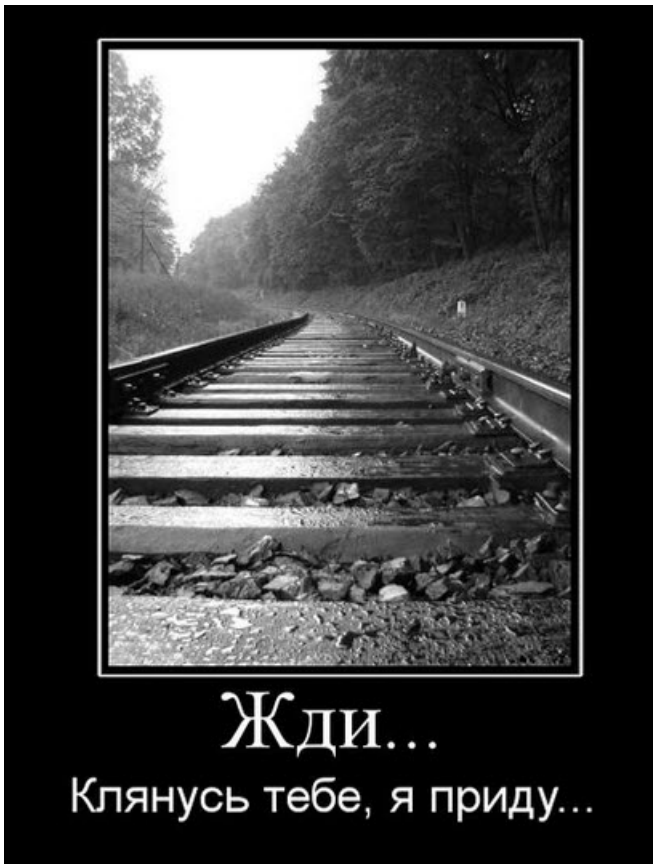
Какая-то яркость, изюминка, ну в общем что-то такое в блоге обязательно должно присутствовать. Не повторяйте ошибок клонов. Не думайте, что если вы установили красивую бесплатную wordpress тему, в фотошопе корявыми буквами в разноцветных цветах в шапке написали название блога и забили сайдбары кучей кривых, не нужных виджетов (как все), то ваш блог запомнят. НЕТ!!! ВЫ-ДЕ-ЛЯЙ-ТЕСЬ!!! Найдите эти мизерные 2000 т.р. на логотип, а лучше вообще дизайн блогу заказать.

Я кстати уже подумываю сменить дизайн блога, но пока что на это нет времени, сейчас другие планы, да и вообще немного опасаюсь я этого, мало ли что... Смена кода и все такое, это наверняка как-то отразится на блоге... Надо было раньше думать об этом, еще в самом начале. Вот вам друзья я снова в пример, учитесь на ошибках других...

Идем дальше. Ок, сделал я дизайн блогу (логотип), красиво оформил блог, ни каких лишних виджетов, все удобно на блоге и красиво. Что дальше? А дальше я бы написал 3-5 интересных, подробнейших, объемных постов в блог по своей тематике, дав им просто мега классные цепляющие заголовки.

Да, писать нужно интересные, подробные и объемные посты постоянно, но это особенно важно на старте блога. Новички на это забивают, думая что «пока сойдет», «главное чтобы было». Это не так. База закладывается в самом начале и мнение о вашем блоге у людей будет складываться в самом начале, а не потом.

В первом своем посте на блоге опишите о чем будет ваш блог, что вы будете писать в него, почему люди должны вас читать, **ПООБЕЩАЙТЕ** им, что вы не будете халявничать и постоянно будете подкармливать их новыми интересными постами. Слово пообещайте я выделил жирным цветом, так как это очень важно. Люди любят обещания. Возьмите на себя ответственность...



Я этот момент не учел на старте о чем очень жалею, жаль не было рядом учителя, который бы подсказал мне об этом.

Хотелось бы еще обратить внимание на оформление постов в блоге. Наверняка вы заметили, что я начал в начале каждого поста вставлять красивую картинку (как демотиватор). Это очень выделяет посты на моем блоге среди других постов на других блогах. Это придает моему блогу некую индивидуальность. Уже много писем получил на e-mail в которых люди спрашивали как я делаю такие картинки. Очень просто друзья — в фотошопе.

Вот и вам совет — делайте свои картинки, вставляя в них ссылку на свой блог. Поиск по картинкам еще никто не отменял. Человек который случайно увидит вашу картинку, которому она понравится и он увидит на ней адрес вашего блога, наверняка зайдет на него. На начальном этапе развития блога я не учел и этот момент.

Так же обратите внимание на оформление постов в блог. Пишите статьи не абы как, а так как нужно.

Это касается не только тех 3-5 первых статей в блог, но и всех остальных, которые вы будете писать.

Хорошо! Блог красивый, он выделяется среди других как внешним видом, так и оформлением постов. Посты пишутся содержательные, подробные, объемные и интересные. Что дальше?

Вот так и продолжайте писать дальше по **2-3 статьи в неделю** РЕГУЛЯРНО в течение полу года, а то и больше!!! К черту заработок — ваша задача наполнить блог интересным контентом, сделать на блоге склад полезной информации по вашей тематике, об этом я уже где-то говорил в своих прошлых постах.

На вашем блоге должно быть абсолютно все по вашей теме. Все то, что поможет человеку добиться какого-то результата, получить знания в определенной области, стать эффективнее, умнее и т.д. В общем вы поняли. Вы должны показать людям, что вы не просто «х...р с горы», а человек, который знает, что он делает и знает о чем он говорит.

Вы должны запастись терпением, вы должны очень много трудиться и работать в плане написания ИНТЕРЕСНЫХ, ОБЪЕМНЫХ и ПОЛЕЗНЫХ статей в блог очень большое количество времени. Поверьте, ни какая супер-пупер оптимизация блога, статей, ни какое SEO продвижение не сделает ваш блог популярным и высоко посещаемым, если вы пишите мини статейки на 1000—2000-3000 символов и надеетесь на то, что посетители побегут к вам рекой. Вы ошибаетесь. Не побегут.

Вы можете читать мои статьи на блоге в захлеб, читать различных гуру поисковой оптимизации и радоваться тому, что вы узнали какие-то классные seo фишки или seo штучки, но если вы не пишите ОБЪЕМНЫЙ ПОСТЫ, то забудьте о большой посещаемости. Есть конечно уникумы, которые выходят на мега посещаемость блога с минимальным количеством контента, но это единицы и талантливые люди.

Откройте вы глаза наконец и приглядитесь к блогам с высокой посещаемостью. Глядите на то, какие пишутся объемные статьи в блог, оцените труд этих людей, как вы думаете сколько времени уходит у них на написание одного поста? Час? Два? Ага, щас... Я уже этот пост сижу пишу с 10 утра, сейчас уже 14:00.

Пока картинки подберешь и сделаешь, пока заголовок придумаешь, пока title, description, keywords пропишешь, пока ошибки в тексте проверишь, пока ссылки проставишь на внутренние страницы и т.д., на это все нужно время... Друзья, в блоггинге халявы то нет, когда это уже поймут наконец. Так! Попрошу не ныть в комментариях про нехватку времени. У меня его тоже нет, зато я знаю что «нет того что не успеешь сделать за ночь».

Думаю это понятно! Пишем большие посты. Большие это значит как минимум 10 000 символов. Не меньше. Не слушайте тех, кто говорит вам, что у вас одна вода в постах, читать они устают от того, что пост длинный, не интересный и т.д. Кому надо и интересно тот читает, кто завидует — тот или жалуется или подъе...ет. Прошу прощения за мой китайский. Но это факт.

Повторю, первые пол года писать чуть ли не через день, потом, когда посещаемость вырастет и на блоге сформируется постоянная целевая аудитория, то можно уже писать 1-2 поста в неделю и даже реже. В общем можно расслабиться и писать уже тогда когда хочется. Контент работает на вас, вы отдыхаете. Я пока что еще стараюсь писать по 2 поста в неделю, когда и больше.

Что еще хочется вам сказать? А сказать я хочу следующее. Для того чтобы посетители уходя с вашего блога возвращались на него снова — ОНИ ВСЕГДА ДОЛЖНЫ ЧЕГО-ТО ЖДАТЬ ОТ ВАС! Обещайте что-то своим посетителям, поощряйте их, давайте что-то бесплатно.

Я обещаю посетителям новые интересные посты, бесплатности, конкурсы и т.д. Люди постоянно ждут от isif-life чего-то новенького и вкусненького. Я думаю вы поняли меня — сделайте так, чтобы людей что-то притягивало на ваш блог, заставьте их ЖДАТЬ.

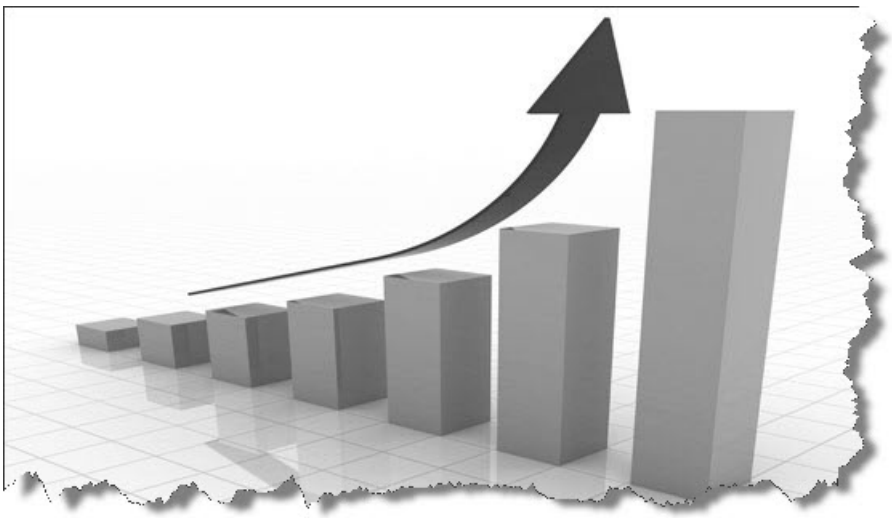
В общем можно еще много чего вам понаписать, различных интересных фишек, но думаю хватит об этом. Пойдем дальше и вернемся к продвижению.

У нас есть посты на блоге — это хорошо, за пол года можно написать много постов. Контент приносит посетителей с поисковых систем однозначно, вы оставляете анонсы своих постов в различных *социальных сетях* и *форумах*, комментируете другие блоги, все это тоже хорошо и приводит на ваш блог все новых и новых посетителей.

Ваша задача получать основную часть трафика именно из поисковых систем и закладок. Закладки понятно, когда блог интересный, то люди сами на него заходят. Трафик с поисковых систем достигается путем ссылочного продвижения (покупкой ссылок). Здесь мы вспоминаем про фильтр «Песочница». Большая ошибка многих новичков в том, что они сразу же начинают делать КУЧУ различных прогонов по различным каталогам статей и сайтов, заказывая всякие там регистрации в различных сервисах.

Этого делать нельзя. Можете отправить свой блог под АГС. Резкий ссылочный взрыв загубил уже не один ресурс. Если вы заказываете прогон, то делайте это один раз, не стоит заказывать 5 прогонов у нескольких вебмастеров. Велика вероятность того, что по головке за это не погладят, а дадут хорошего леща.

Хочу высказать свое мнение по поводу регистрации сайта (блога) в каталогах сайтов (не статей). Я не рекомендую делать прогон молодого блога по каталогам. Многие считают, что это нужно, а вот я считаю что нет.Смысл тогда в прогоне? Набрать ссылочную массу? Так зачем она нужна если от нее нет ни какого эффекта. Лучше в *блогуне* купить 20-30 ссылок эффекта будет больше в 100 раз.



Уже на каком-то блоге читал пост про бесполезность регистрации в каталогах статей, где автор простым языком объяснил, что все это уже не нужно. Я с ним согласен. Каталоги сайтов — это как майонез. Все его едят, но знают, что это жесть. Тут спорить можно долго, но у меня мнение сложилось однозначное — каталоги статей не дают ни какого эффекта, а если и дают то минимальный.

Что нам тогда делать? Я бы посоветовал после 6 месяцев жизни блога заказать его регистрацию в профилях трастовых сайтов на *Feedsite*, а еще чуть позже (7-8 месяцев) прогон по каталогам статей в *cheaptop*.

В итоге таких прогонов вы получите большое количество хороших беков, что несомненно положительно скажется на повышении ваших позиций по определенным ключевым словам. Я заказывал прогон в обоих сервисах и результат меня порадовал. Как только происходит Апдейт Яндекса, то посещаемость выстреливает на +100-200 посетителей в сутки а то и больше. Позиции растут.

Советую покупать ссылки на *gogetlinks*, *Pomanocm*, размещать статьи в *miralinks*, но ооооочень осторожно и покупать только хорошие ссылки. Какие считаются хорошими вы уже знаете из статьи **«Как правильно покупать ссылки»** (теория), практика будет чуть позже... В принципе в практике не будет что-то нового, в основном я покажу технические моменты покупки ссылок. Основа — это конечно же теория и понимание хорошего и плохого сайта. Осторожно — это значит не резко и не по многу. Покупайте по 1-2 ссылочки в неделю.

Санкций у поисковых систем много, вы можете даже и не заметить то, что к вашему блогу поисковики применили какие-то санкции. Вот однажды мне показалось что мой блог просто тупо остановился в развитии, как была посещаемость ..... в сутки, так и стояла какое-то определенное время. Я не понимал почему она не растет (даже падала иногда), ведь мой блог постоянно обновляется, живет, развивается...

Все дело наверное было в том, что к моему блогу применили какие-то санкции за то, что я резко начал покупать ссылки и заказывать различные прогоны по нескольку раз на серыче (это было почти в самом начале ведения блога). Я не знаю как это объяснить, но в общем что-то такое было (санкции), я даже за переживал малость. Я продолжал писать в блог и все нормализовалось со временем. Теперь посещаемость идет только в гору. Не повторяйте моих ошибок.

Ну вот и все наверное. Что дальше? А что что... Ни чего... Пишите интересные ОБЪЕМНЫЕ посты в свое удовольствие тогда, когда вам хочется и когда есть время. Инвестируйте часть заработанных денег в покупку ссылок для поднятия позиций, в конкурсы и т.д. Ведите свой блог просто в кайф...

Вывод как всегда у меня один: первых год усиленно пашем, а потом пашем еще сильнее... Шутка. Потом расслабляемся... Не продвигаем свой блог резко, основное время уделяем написанию больших, качественных постов, не покупаем плохие ссылки, покупаем только хорошие.

В принципе вывеси блог на хорошую посещаемость совсем не трудно — объемные оптимизированные статьи — анонсы в соц.сетях и форумах — комментирование других блогов — ссылочное продвижение. По всему остальному заморачиваться не стоит.

Очень тяжело вести блог продолжительное время и не получать с него ощутимый результат который выражается денежными купюрами. Порой опускаются руки, хочется забить блог рекламой (грохнуть блог) и т.д., но нужно иметь терпение и выдержку...

Поймите посещаемость не выстреливает сразу и просто так. Нужно ждать и активно работать...

Часть VIII/4. 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.

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* 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 пишите 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.

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 всему 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.

Часть VIII/5. 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.

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 кодпечать?

```
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 фраз 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

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:

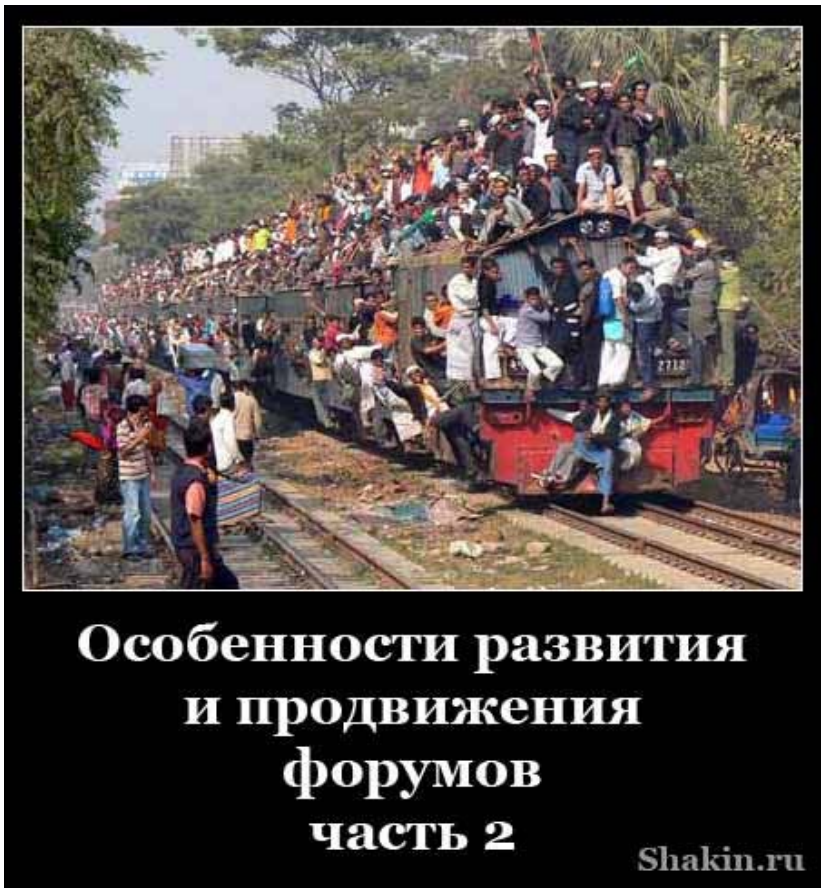
forum.ru/showthread.php?t=4580

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.



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. 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.

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. О бесплатных методах можно узнать в этих статьях (это первые части моих циклов статей, с каждой можно перейти на следующие):

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 *Уроки 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* . 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.

Часть VIII/6. 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 излюбленных.

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 модерируют 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 определать 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.

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
Backlinkspot.com

Do-follow.blogspot.com
Ezbusinessneeds.com/dofollow.php

Кроме dofollow поисковиков, есть dofollow директории:
Dofollowblogs.com

Вот еще хорошие списки dofollow блогов:
Courtneytuttle.com/blogs-that-follow
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:

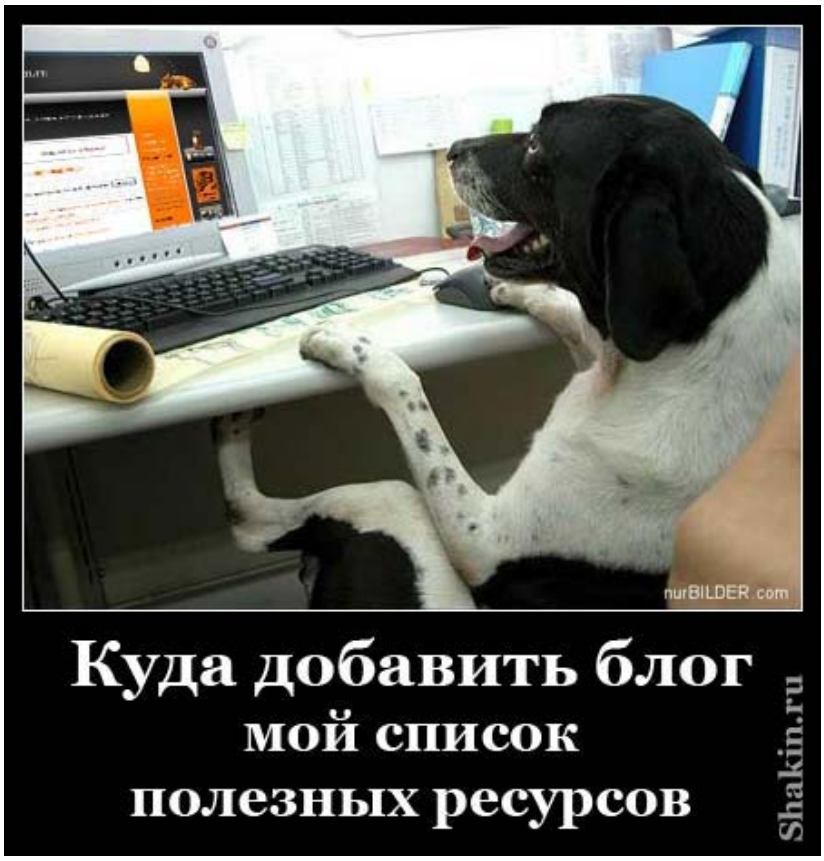
inurl:ucomment
inurl:ifollow

Желаю вам успешного увеличения PR! И помните - все хорошо в меру, как говорил Джевахарлал Неру.

Часть VIII/7. 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.



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

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, 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

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 *Твиттер* 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

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
100zakladok.ru

Znatoki.ru
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.

Trust Directory (принимают с трастом выше трех)
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
Блогус
Blog.inf.by
Iblogger.ru (для добавления нужно зайти в нужную категорию)
Blogdir.ru
Blogo.ru
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. Напишете 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 ~~хулиган~~ 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 ~~котлет~~ ссылок- можно будет быстрее ~~поколотить дедов~~ попасть в топ .

Kanban.ru (одновременно является и каталогом блогов)
Liverss.ru
Prime-rss
Plazoo.com
Litecat.com
RSSportal
RSSreader
News.nofollow
RSS.ukrnews.net
Лимпа (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. 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.

Тут чувствую, как чья-то костлявая рука хватает меня 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.

Часть VIII/8. Использование блогуна для раскрутки сайтов

Автор: Сергей Кокшаров (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.

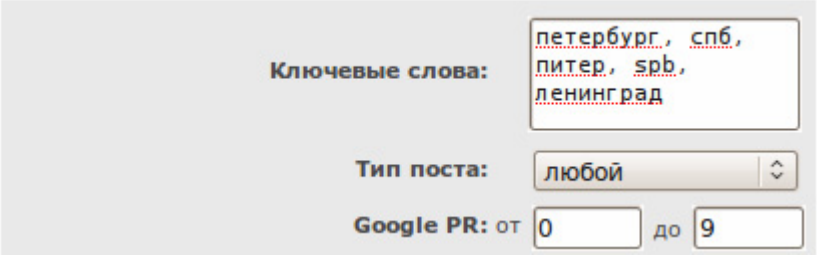
Особенности Блогуна

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).



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.

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 траффик 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 обрамить 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 траффик, 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!

Часть VIII/9. Платные посты в западных блогах

Автор: Дмитрий Голополосов (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 *тут*. 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/

Часть VIII/10. Лучшие плагины Wordpress - 103 плагина

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Дорогие друзья, сегодня я поделюсь своей новой подборкой лучших плагинов Wordpress. 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.

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. Уффф, 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, Сингапур.

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. Этакий 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 позволят 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.

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

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 русскоязычной 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.

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 сайте 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 отсылает 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 - полезный блог не только по плагинам, но и по Wordpress в целом от Александра Тодосийчука. Много подробных и полезных материалов.

Если у Вас возникнут вопросы по Wordpress, рекомендую форум http://forum.maxsite.org/, на котором мне всегда помогали советом.

Часть VIII/11. 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 оптимизации 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 *мета-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)
    - мете-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 анкора 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:

```
1 <Title>HTML для начинающих: типы верстки, теги, атрибуты, параметры атрибутов, определение цвета на экране | KtoNaNovenkogo.ru - все для начинающих вебмастеров | Создание и продвижение сайтов, блогов, форумов, интернет-магазинов, заработок на сайте</Title>
2
3 <meta name="description" content="Создать качественный веб-проект без базовых знаний по 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, и в этом нам поможет упомянутый выше **плагин All in One SEO Pack**.

Плагин All in One SEO Pack - увеличиваем поисковый трафик для блога на WordPress

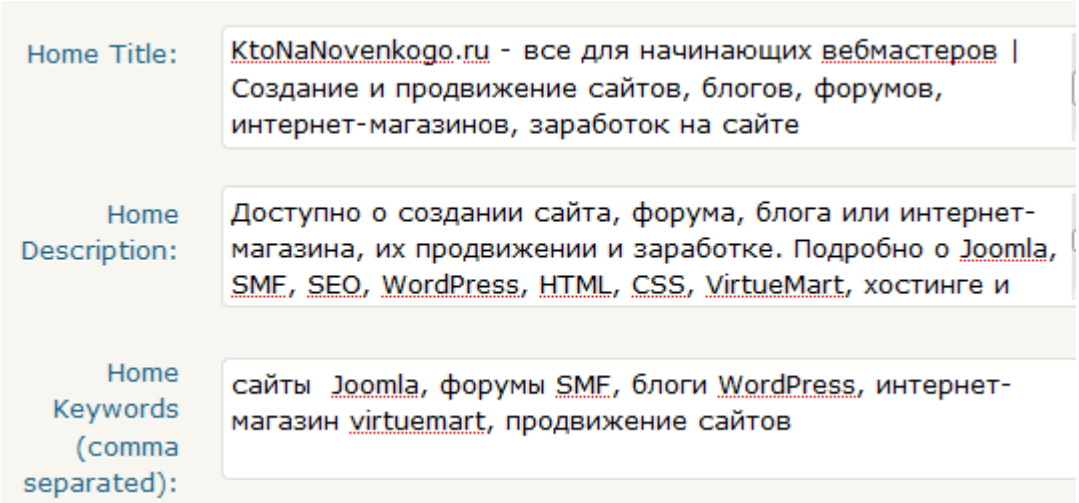
Для начала плагин нужно скачать и установить на WordPress. **Скачать All in One SEO Pack** или же прямо отсюда: *скачать All in One SEO Pack*. Установка плагина на Вордпресс ничем не отличается от традиционной:

- 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:



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:

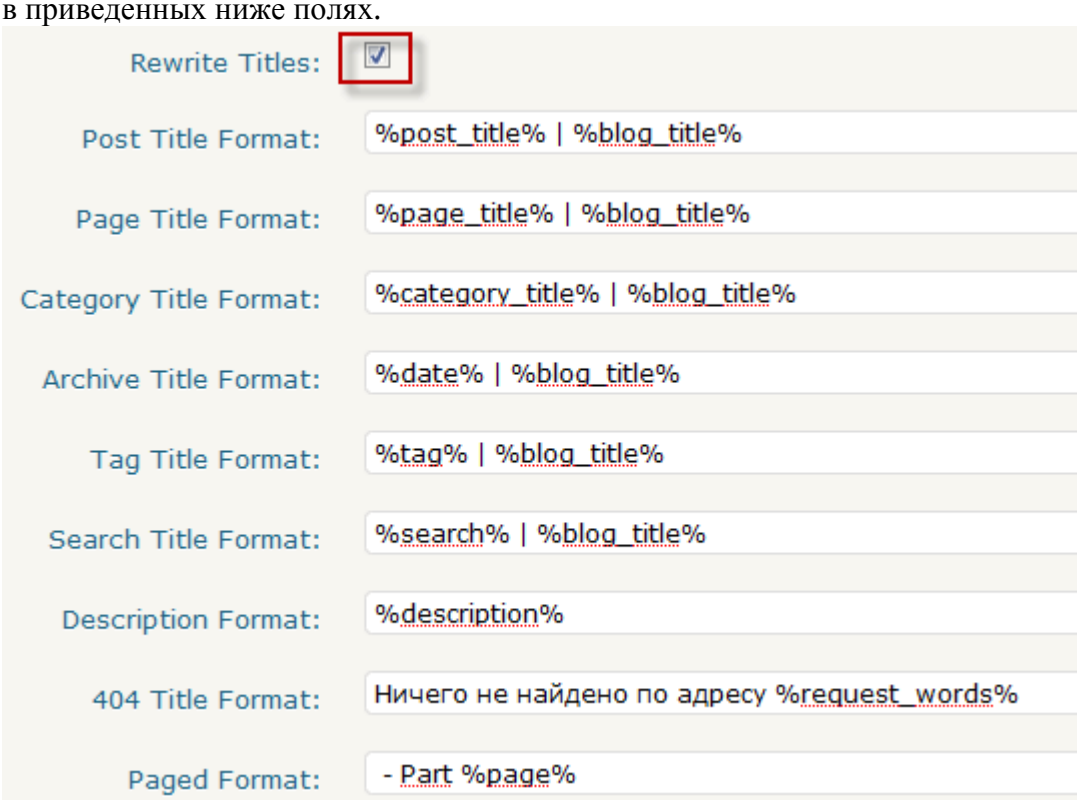
```
1 <link rel="Canonical" href="http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/veb-obzor-vypusk-2.html"
/>
```

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 WordPressпроблема 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.



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.

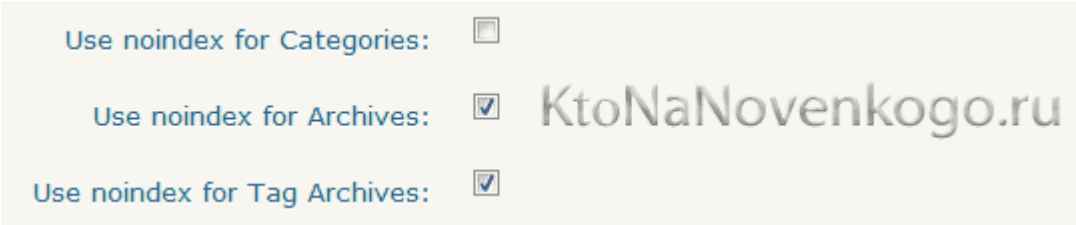
Тоже мне кажется лишним, но решать вам. Установленная галочка в поле "Dynamically Generate Keywords for Posts Page" означает, что вам не нужно будет каждый раз при написании поста вводить ключевые слова, т.к. в это случае содержимое мета-тега `keywords` для постов будет формироваться в WordPress автоматически.

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 вебстраниц. 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 вебстраницы этих тегов. В противном случае, статический вес (PageRank) утекал бы безвозвратно на эти не индексируемые поисковиками страницы WP тегов. Обратите на это внимание.

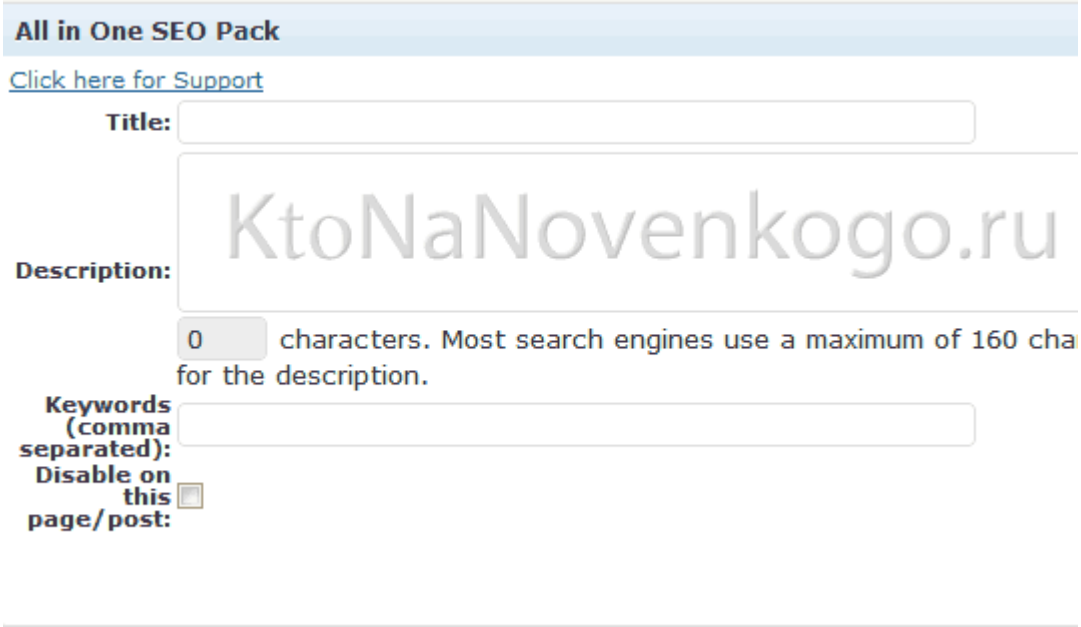
Галочка в поле «**Autogenerate Descriptions**» в настройках плагина All in One SEO Pack активирует автоматическую генерацию мета-тэга Description, если вы не задали его вручную, при написании статьи в админке WordPress. Содержимое для этого мета-тега берется из поля «Цитата», если оно было заполнено, 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 вебстраницы, 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).



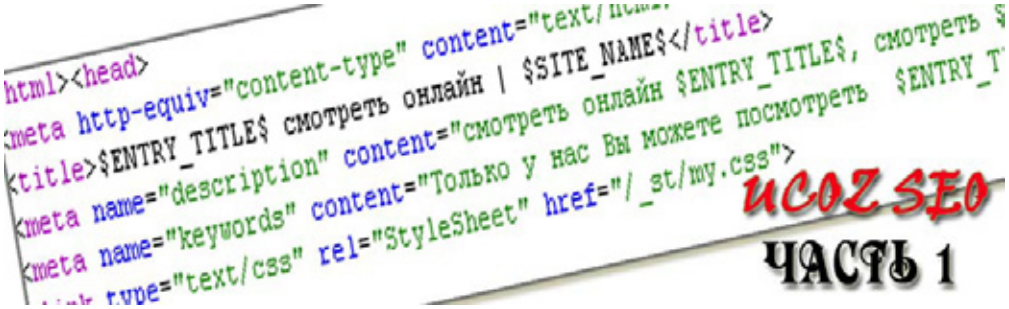
Я обычно заполняю только поле мета-тега "Description", т.к тот тайтл, что генерирует этот WP плагин, меня вполне устраивает.

Часть VIII/12. Внутренняя оптимизация uCoz

Автор: dreadful

dreadful:

Итак, перед Вами будут раскрыты следующие темы:
Часть 1. TITLE, keywords, description
Часть 2. <h1>...<h6>
.....и так далее до конца



Начнем-с
1. Итак, тайтл - определение и рекомендации по его правильному использованию Вы можете прочитать в *этом разделе* нашего замечательного форума или в *учебнике*
Заходим в Панель Управления -> Управление дизайном -> Новости. Страница материала и комментариев к нему.
Что сейчас в тайтле - стандартный набор uCoz, состоящий из:
Цитировать
названия материала - названия категории - названия модуля - названия сайта
что-то вроде этого мусорника:
Цитировать
Рэмбо-3 - Зарубежное кино - Новости - Фильмы онлайн, смотреть фильмы онлайн
Что должно быть в тайтле - естественно название нашего материала, которое в системе uCoz обозначается следующим кодом

Код:
```
$ENTRY_TITLE$
```

с добавлением нужных нам ключевиков + название сайта(по желанию, я лично предпочитаю ставить)

Пример(берем один из тысяч сайтов на ucoz о фильмах онлайн).
Наш материал $ENTRY_TITLE$ - "Области тьмы" - есть такой фильм неплохой
Предполагаемые поисковые запросы из вордстата (взял 4 запроса из первых):
- *Области тьмы*
- *Области тьмы онлайн*
- *Области тьмы смотреть*
- *Области тьмы смотреть онлайн*

* лучше брать более длинные запросы (низкочастотные), они как правило менее конкурентные и их легче продвигать именно за счет внутренней оптимизации
Оформляем свой тайтл приблизительно так:

Код:
```
<title>$ENTRY_TITLE$ смотреть онлайн | $SITE_NAME$</title>
```

*$SITE_NAME$ - название сайта, задается в "Общих настройках"
Для других материалов список поисковых запросов будет таким же, т.е "название фильма+онлайн+смотреть" - получаем универсальный тайтл для всех материалов модуля\раздела\категории(нужное выберете сами).
*вариантов может быть куча - ноги в руки и вперед на анализ конкурентов

2. Keywords заполняем аналогично, используя переменную $ENTRY_TITLE$ и ключевые слова.
У меня получилось нечто вроде этого.

Код:
```
<meta name="keywords"
content="смотреть онлайн $ENTRY_TITLE$, смотреть $ENTRY_TITLE$, $ENTRY_TITLE$">
```

3. Description - вот тут уже стоит включать фантазию и суметь придумать завлекающий универсальный текст, который потом ПС возьмут в сниппет и он появится в серпе.
Я получил нечто вроде:

Код:
```
<meta name="keywords" content="Только у нас Вы можете
посмотреть  $ENTRY_TITLE$ онлайн в отличном качестве и бесплатно">
```

*данный пример может быть не совсем удачен, я составил его из двух сниппетов разных сайтов

Также можно и нужно оптимизировать страницы категорий и архива материалов, но об этом уже в других частях..

***Часть 2*. <h1>...<h6> и некоторые другие хитрости.**
Снова продолжаю немного заброшенную мною тему.

Так, заголовки <h1> ... <h6>
Как правило, по умолчанию в системе uCoz на странице материала(модули новости, файлы, блог) заголовок(название) материала никак не выделен, разве что другим шрифтом. Эту досадную оплошность мы и научимся сейчас исправлять, на примере модуля "каталог статей"

1. Идем в ПУ - Управление дизайном - Каталог статей - Страница материала и комментариев к нему
Находим там код $ENTRY_TITLE$ и помещаем его в заголовок <h1>.
Настройка самого заголовка - часто в стандартных дизайнах можно настроить с помощью css шрифт и размер заголовка. Это можно и нужно делать, потому что по умолчанию заголовки h1 просто выделяются 18-20м жирным шрифтом и черным цветом(как в чистом хтмл)
Ищем что-то вроде этого

Код:
```
h1 {font-weight:normal;font-size:16pt;}
```

и меняем под себя. Я воспользовался таким кодом, получив заголовок 10 пт, шрифта Ариал и красного цвета.

Код:
```
<h1 style="font-family: Arial; font-size: 10pt; color: rgb(255, 0, 0);">Заголовок</h1><br>
```

немного длинно, но зато не сильно выделяется на странице.
Что поместить в заголовки x2 x3 и ниже - например название модуля, категории или ваш тайтл в разбавленном виде.

Наиболее частая проблема сайтов на uCoz - в 98% дизайнов названия блоков помещены в заголовки <h3>. Желательно этого избегать - ведь зачем нам нужен заголовок к примеру <h3>Форма входа</h3> или <h3>Статистика</h3>

Теперь к хитростям. Бонус в этой части - оптимизация категорий.
В идеале, если сопоставить страницы сайта и запросы то получим:
Материалы - НЧ
Категории - СЧ
Главная и модули - ВЧ
На uCoz в категориях как правило находится только унылый список ссылок на материалы и ни капли оптимизированного текста(а он нужен). Решается все это просто. Создаем информер в панели управления - инструменты - информеры, неважно для какого модуля. Ставим количество материалов и столбцов равное 1
(нажмите чтобы показать/скрыть)

Затем настраиваем отображение нашего текста
(нажмите чтобы показать/скрыть)

Сохраняем и идем на страницу категории. Там ищем место для вставки информера с текстом и ставим его куда-нибудь. Но! Сталкиваемся с проблемой - наш информер для одной категории отображается для всех категорий. Решается это просто - используем самую на мой взгляд замечательную юкозовскую фишку - переменные <?if?>....<?endif?>. Вставляем код

Код:
```
<?if($URI_ID$='puCat1')?> <br>$MYINF_1$<br><?endif?>
```

, где URI_ID - это айди категории, смотрим на сайте в панельке сверху "Конструктор - Список переменных страницы", а MYINF_1 - айди информера.
На выходе получаем не простой список ссылок, а неплохо оптимизированную страницу.
Зачем я использовал информер? для простоты и удобства ориентации в коде, ведь категорий может быть не одна-две а с десяток.

Продолжение этой темы вы можете прочитать на следующих станицах:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/ucoz/vnutrennyaya_optimizaciya_ucoz__chast_1___title__keywords__description/

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/ucoz/vnutrennyaya_optimizaciya_ucoz__chast_2___lth1gt___lth6gt_i_nekotorye_drugie_hit/

Часть VIII/13. 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 admina => Характеристики и настройки => Настройки => Формат времени по умолчанию`.
Ставим **%d-%m-%Y, %T**
2) `Панель admina => 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...

Часть VIII/14. SEO настройка joomla - соберем мозги в кучку

Автор: zloberman

joomla при всей своей простоте и удобстве имеет ряд негативных моментов. Среди них стоит выделить:

- несовместимость ряда компонентов, модулей, плагинов
- никто никогда не проверял на безопасность работы всех компонентов со всеми компонентами
- не тянет нагрузки
- своя логика работы с контентом и его организации на сайте
- **кривобокость с точки зрения seo**

давайте перечислять известные проблемы joomla с точки зрения seo и приводить способы их решения

проблема 1 - мультиморда
рядовой сайт на joomla , которого не касался напильник сео оптимизатора, имеет несколько зеркал главной:

site.ru
site.ru/index.php
www.site.ru
www.site.ru/index.php
site.ru/main или site.ru/index.php/main

все это решается 301 редиректом

проблема 1.1 - не работает редирект (у меня почему-то именно с joomla часто на одном и том же хосте возникают проблемы)

способы решения - хз (частично *тут*

проблема 2 - ЧПУ
по умолчанию ссылки формируются на базе компонентов и модулей. отсюда две проблемы:

2.1 нужно устанавливать внешние компоненты для формирования ЧПУ. Минус в том, что данные компоненты работают не на всю систему в целом, а на основное ядро cms и известные им крупные другие компоненты. В итоге, получается так, что часть сайта у вас с чпу , а часть нет

2.2 часто за счет искусственного формирования чпу возникают проблемы зеркал страниц, когда пункт основного меню-навигации сайта оказывает влияние на формирование ссылки во втором (дополнительном меню). О чем речь - есть навигация (линк1, линк2, линк3) и категории товаров (линк А, линк Б, линк С)
так вот, если вы находитесь на странице пункта навигации линк 1, то все ссылки для категорий товаров будут иметь вид site.ru/link1/linkA site.ru/link1/linkИ итд
Если вы переходите по навигации на страницу линк2, то автоматом генерируются страницы с ссылками: site.ru/link2/linkA site.ru/link2/linkB итд

у меня в практике сайт , по факту аудита которого обнаружено, что из 117 страниц таким образом cms выгрузила в индекс ПС 2900 страниц. Вот такое вот отзеркаливание.

для создания ЧПУ на сайте существуют различные компоненты, которые устанавливаются и настраиваются под ваши нужды. Из основных частых проблем можно выделить 2 глобальные:

1 данные компоненты создаются таким образом, чтобы обеспечивать ЧПУ для самого ядра joomla и для наиболее известных компонентов (писал об этом выше). Но по факту часто встречается следующее:

компоненты ЧПУ затачиваются под определенные версии др. компонентов joomla и после установки и активации мы вдруг обнаруживаем конфликт версий компонентов, и у нас отваливается, скажем, вся галерея.

2 для уже существующего проекта часто установка ЧПУ компонента ведет к тому, что:
а) далеко не все существующие страницы работают нормально (частично из-за п1.)
б) все страницы поменяли ссылки, ПС тупо "теряет" ваш прежний сайт и получает его зеркало, но с другими ссылками. Как следствие - снижение позиций в ПС, временные фильтры, мультизеркала итд итп.

отдельно стоит упомянуть о том факте, что далеко не всегда различный функционал (базовый) самой joomla поддается работе ЧПУ компонентов или настроек. Речь вот о чем: различные ссылки "читать полностью" , ссылки на внутренние статьи, компоненты и разделы часто остаются в виде функционального формирования ссылки а-ля
index.php?option=com_content&view=article&id=1292&Itemid=786 или в лучшем случае
http://site/home/39-pages/86-stroy , хотя на самом сайте включены настройки ЧПУ

Отдельно стоит упомянуть о том, что ПС понимает ссылку **site.ru/page1** и **site.ru/page1/** как два разных url При настройках внутреннего ЧПУ в joomla можно сформировать вариант **site.ru/page1**, но как разрулить ситуацию с дублем - мне не понятно, т.к. описанные в интернете методы (путем редактирования htaccess) у меня так и не заработали.

перейдем к практической части работы с ссылками в joomla

прежде всего вам стоит решить, стоит ли с этим вообще заморачиваться
вот пример ссылки вполне успешного сайта, который по целевым запросам в топе региональной выдачи
http://www.lfcontact.com.ua/index.php?option=com_adsmanager&page=show_ad&adid=3869&catid=20&Itemid=137
(сайт взят просто из топ 10, никакого отношения я к нему не имею)

как мы видим, страница в индексе яшки , как и 4378 других страниц. Т.е, нельзя говорить, что технические ссылки ведут к неиндексации страниц

С другой стороны, такая ссылка выглядит вполне себе чудовищно и громоздко (при пересылке юзером юзеру) и при прочих равных проигрывает такой же странице с нормальным ЧПУ

Если вы таки решили заморачиваться с настройками ЧПУ, то вам следует решить:
1 вы делаете ЧПУ внутренними средствами joomla или
2 вы устанавливаете специальные seo-компоненты для этих целей.

Рассмотрим пока вариант 1 - **КАК сделать ЧПУ ссылки средствами самой joomla**

идем в **administrator - общие настройки**
справа мы видим **Установки Search Engine Optimization**
Включить SEO - выставляем - ДА
Использовать mod_rewrite - выставляем ДА

после этого мы должны файл htaccess.txt в корне сайта переименовать в .htaccess (иначе получите белый экран вместо вашего сайта)

теперь при создании новости мы в поле *Псевдоним* указываем то название для страницы, которое желаем видеть (напоминаю - доступны только англ буквы и цифры, пробелы заменяем знаком тире (-)). В итоге вместо ссылки типа index.php?option=com_adsmanager&page=show_ad&adid=3869&catid=20&Itemid=137 вы получите ссылку типа site.ru/nazvanie-kotoroe-vi-napisali-sami

Если вы указывали и установку *Добавить суффикс к URL* , то вы получите страницу в виде site.ru/nazvanie-kotoroe-vi-napisali-sami.html

К минусам этого способа можно отнести:
-все делается руками, нет автоформирования чпу ссылок
-далеко не всегда эта настройка чпу работает корректно для ВСЕХ ссылок, которые формирует ядро joomla , а уж тем более - дополнительные модули

к плюсам можно отнести:
-простота настроек
-вы формируете названия ссылок сами (человек все-таки иногда лучше робота)

пройдемся еще по тонким настройкам:

очень часто сайты на joomla имеют следующую настройку:

есть новость , которая состоит из вступительного текста и полного тела статьи. На главной выводится краткая новость (вступление), после чего стоит "*читать полностью*" - ссылка, по которой мы попадаем на полную версию текста.

Посмотрим на это глазами SEO мастеров. На сотни и тысячи внутренних страниц 2-3 уровня ведет ОДИН И ТОТ ЖЕ ПУСТОЙ АНКОР "читать полностью" (далее, читать итд)

Как же исправить ситуацию?

Идем в:
administrator - менеджер материалов
справа в углу иконка с ремонтным ключами - **ПАРАМЕТРЫ**

очень часто новички в joomla вообще не знают о существовании целой группы настроек, которая скрывается за этой иконкой

здесь мы можем полностью настроить весь вывод контента на страницах joomla сайта , почитайте внимательно подсказки для каждого пункта настроек

для решения нашего вопроса нам нужно:

1 Показывать текст заголовка - ставим ДА
2 Заголовок как ссылка - ДА
3 Ссылка Подробнее... - НЕТ
4 вверху справа в окошке настроек не забыть нажать "сохранить"

В итоге получаем следующее: теперь названия статей являются и активными ссылками на полный текст, т.е мы получили вменяемые околоцелевые анкоры на наши внутренние страницы сайта

При помощи этой же пункта настроек можно сделать еще один финт ушами:
часто joomla используют для небольших сайтов-визиток, где каждый материал - отдельная страница. При этом названия страниц как правило отображаются как Н3 заголовки или просто как заголовки.
Если вы хотите сделать Н1 заголовок для ваших страниц, делаем следующее:

Идем в:
administrator - менеджер материалов
справа в углу иконка с ремонтным ключами - **ПАРАМЕТРЫ**

Показывать текст заголовка - ставим НЕТ
теперь просто при написании статьи первое предложение мы оформляем как заголовок (через H1 и стилистически
(например:
Код:
```
<h1> Как правильно настроить joomla сайт с точки зрения SEO </h1>
```
)
А ниже уже пишем текст своей статьи

На выходе получаем отдельную страницу с качественным "заголовком"
Учтите, такой вариант подходит именно для создания СТРАНИЦ, когда весь ваш сайт - 3-7 статичных страниц без новостей..

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:
http://www.seobuilding.ru/seo-forum/joomla/seo_nastroika_joomla___soberem_mozgi_v_kuchku/

Глава IX. Послесловие

Вот вы и прочитали нашу книгу.
Напомню что это вторая часть **бесплатного** трехтомника «**SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я**», которая называется «**Средний уровень**», от **21 марта 2013** года.
Две другие части, «**Основы**» и «**Продвинутый уровень**», вы можете скачать по ссылке ниже:
http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

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/

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 KtoNaNovenkogo*, *Виктор Карпенко (SeoProfy)*, *Сергей Сосновский*, *Елена Камская (Digital Helen)*, *Дмитрий Голополосов (Dimok)*, *Алексей Скорняков (seo2z)*, *Игорь Иванов (Sevab)*, *Александр (Hodinar)*, *Александр Борисов (boricov)*, *Денис Тумилович (CLASSIK)*, *Дмитрий Сидаш (sidash)*, *Александр Бобрин*, *Александр Карташев*, *Петр Александров*.

Дизайн обложки книги выполнен *PhotoShopRND*.

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.

Если вы хотите поделиться свежим изданием учебника со своими знакомыми и друзьями, **вы можете оставить ссылку** на основную презентацию книги (где всегда можно скачать самую последнюю версию) как на своих, так и на сторонних ресурсах.

Вот сама ссылка на страницу учебника:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

HTML код ссылки:

```
<a target="_blank" href="http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/" title="Скачать последнее издание учебника SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я">Учебник "SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я"</a>
```

Ссылка на учебник для форумов:

[url=http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/]Учебник SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я[/url]

Авторы книги будут вам очень благодарны как за саму ссылку, так и за возможность прямого контакта с вашими друзьями, что безусловно поможет дальнейшему развитию и распространению учебника.

До скорых встреч на страницах SEO учебника!
Иванов И.И.