

Внешние факторы  
ранжирования Web-страниц.  
Факторы ссылочного  
ранжирования. Система учёта  
внешних ссылок в поисковых  
системах.



# План презентации

- I. Внешние факторы ранжирования Web-страниц.
- II. Факторы ссылочного ранжирования.
- III. Система учёта внешних ссылок в поисковых системах.



Внешние факторы ранжирования Web-страниц.



# Релевантность ссылающихся страниц

Кроме ссылочного текста учитывается также общее информационное содержимое ссылающейся страницы.

Пример. Предположим, мы продвигаем ресурс по продаже автомобилей. В этом случае, ссылка с сайта по ремонту автомобилей будет значить гораздо больше, чем аналогичная ссылка с сайта по садоводству. Первая ссылка идет с тематически схожего ресурса, поэтому будет в большей степени оценена поисковой системой.



# Ссылочный текст

Огромное значение при ранжировании результатов поиска придаётся тексту внешних ссылок на сайт.

Текст ссылки- это текст, стоящий между тегам `<A>` и `</A>`, то есть это текст, по которому можно “кликнуть” указателем мыши в браузере для перехода на новую страницу.

Если текст ссылок содержит нужные ключевые слова , то поисковая система воспринимает это как дополнительную и очень важную рекомендацию, подтверждение того, что сайт действительно содержит ценную информацию, соответствующую теме поискового запроса.



# Индекс цитируемости

Индекс цитирования или ИЦ – это общее обозначение численных показателей, оценивающих популярность того или иного ресурса, то есть некоторое абсолютное значение важности страницы. Каждая поисковая система использует свои алгоритмы для подсчета собственного индекса цитирования, как правило, эти значения нигде не публикуются



Факторы ссылочного ранжирования.




# Количество внешних ссылок

Это наиболее очевидный фактор, учитываемый поисковыми системами. Суть процесса ранжирования исходя из количества внешних ссылок достаточно проста. Чем большее количество сайтов содержит на своих страницах ссылки на продвигаемый ресурс, тем больший приоритет ему присваивается поисковой системой. Это обусловлено тем, что на ненужный и малоинформативный для пользователей сайт никто не будет ссылаться.

С другой стороны, ресурс, обладающий огромным запасом полезной информации для пользователя, будет иметь много ссылок со сторонних ресурсов. Такая чистая и бескорыстная идея использовалась поисковыми системами изначально. Реальное положение дел значительно отличается от первоначального плана.





## Скорость и равномерность увеличения числа внешних ссылок

Большое значение при наращивании внешних ссылок играет скорость их появления и равномерность этого процесса. В том случае, если сайт равномерно увеличивает число внешних ссылок, то, как правило, у поисковиков не возникает каких-либо подозрений. Если же за непродолжительное время количество ссылок ведущих на сайт стремительно возрастает, то поисковик фиксирует происходящее и расценивает как ссылочный взрыв. Незамедлительно на продвигаемый ресурс накладываются санкции, в результате которых, его страницы вылетают из индекса, а вернуться в него обратно становится очень трудно



Система учёта внешних ссылок в поисковых системах.



# Учет внешних ссылок на сайт и их значение

Основная идея ссылочного ранжирования в следующем, интерес посетителей к сайту пропорционален количеству внешних ссылок на ресурс. Ссылка, поставленная на оцениваемый сайт владельцами других ресурсов, говорит о том, что они считают качество сайта достаточно высоким. Также и поисковая система может выбрать по этим критериям степень значимости для того или иного документа. Страницы, присутствующие в базе поисковика, при выдаче по поиску сортировались по двум основным факторам.

1. Первый фактор это релевантность (как сочетается рассматриваемая страница с темой поискового запроса)
2. Второй фактор это количество и главное, качество внешних ссылок (другие названия – ссылочная популярность, ссылочная цитируемость, индекс цитирования).