

**XVI-Й ОНЛАЙН-СЕМИНАР ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ: «РАБОТАЕМ СО ССЫЛКАМИ  
ЭФФЕКТИВНО И БЕЗ СОЖАЛЕНИЙ»**

# **ССЫЛОЧНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТА: КАК НЕ ВЫКИДЫВАТЬ ДЕНЬГИ НА ВЕТЕР**

Докладчик: Елена Камская  
Руководитель технического отдела Seolib.ru

**13 ноября 2009 года**

## Вам знакома такая ситуация?

- Сайт застрял на 2-3 странице
- Количество ссылок растет, а позиции падают
- Увеличение бюджета в 2-3 раза не приводят к желаемому результату



## ... А раньше все было намного проще

1. **Эра каталогов:** прогнал сайт по каталогам – вышел в Топ
2. **Эра морд:** купил жирных морд – оказался в Топе
3. **Эра внутренних ссылок:** купил внутряк – получил Топ.  
+ Новый фактор: анкоры ссылок.
4. **Эра псевдоестественных ссылок:** статьи работают лучше !?

## К чему это привело?

- Возможность достижения Топа только за счет ссылок
- Война бюджетов за места в Топе
- Массовая генерация говносайтов для продажи ссылок
- Искажение результатов выдачи
- Большая нагрузка на базу поисковой системы

## Яндекс усилил борьбу с манипуляцией выдачи:

### 1. Отмена операторов Link и Anchor.

Результат – оптимизаторы потеряли возможность анализировать ссылки конкурентов.

### 2. Введение пессимизирующих факторов и фильтров на ссылки.

Результат – многие ссылки перестали передавать вес.

### 3. Изменение формулы ранжирования в пользу внутренних факторов.

Результат – война бюджетов за Топ 10 уступила место войне интеллектов.



**Возник вопрос:**  
**А работают ли ссылки?**



## Ссылочная масса работает, но:

### 1. Не все ссылки работают одинаково.

Разные ссылки передают разный «вес».

### 2. Не все ссылки учитываются одинаково быстро

Появление ссылки в Яндекс.Вебмастер не означает, что ссылка уже работает.

### 3. Не все ссылки учитываются одинаково для разных сайтов

Одна и та же ссылка может по-разному работать для двух разных акцепторов

**Вывод: из 10 купленных ссылок может работать 1-2 ссылки**



## Работоспособность ссылочной массы зависит от:

### 1. Качества доноров

Немного качественных ссылок лучше, чем много некачественных

### 2. Особенности анкор листа

Важно «не перетошнить» ☺

### 3. Особенности акцептора

Для одного сайта ссылка может работать, для другого – нет.



# Понятие «трастовой» площадки

## Теория:

## Как отличить «трастовую» площадку от «нетрастовой»?

Получил ссылку с площадки с положительным трастом – позиции выросли

Получил ссылку с площадки с нулевыми трастом – позиции не изменились

Получил ссылку с площадки с отрицательным трастом – позиции упали.



## Что нужно учитывать при выборе площадок?

### 1) **ТИЦ** как косвенный показатель уровня доверия

Чем выше ТИЦ, тем больше вероятность, что площадка трастовая

### 2) **Возраст сайта**

Старые сайты имеют бОльший уровень доверия

### 3) **Наличие сайта в Yasa**

Каталог жестко модерировается, некачественные сайты туда попадают редко

### 4) **Процент проиндексированности страниц**

Если в индексе страниц намного меньше, чем есть на сайте – возможно, сайт под фильтром.

### 5) **Количество ссылок на домен**

Чем больше ресурсов ссылается на сайт, тем более вероятно, что он трастовый

## 6) Количество исходящих ссылок

Чем больше ссылок с сайта, тем хуже они учитываются

## 7) Посещаемость сайта

Посещаемый сайт = сайт для людей. Яндекс любит сайты для людей

## 8) Позиции сайта в Яндексе

Если площадка ранжируется по релевантным запросам – она «трастовая».

## 9) Субъективные характеристики и тематика сайта

Следует избегать адалт-сайтов, врезников, ресурсов, нарушающих законодательство.

Заброшенные сайты и домашние страницы Васи Пупкина с малой вероятностью имеют высокий уровень доверия.

## Аспекты, касающиеся конкретной страницы:

### 1) Проиндексированность

Ссылки с непроиндексированных страниц покупать не стоит

### 2) Уровень вложенности

Ссылка со страницы 2-го уровня проиндексируется быстрее, чем с 3-го

### 3) Количество внешних ссылок со страницы:

Чем меньше – тем лучше

### 4) Количество ссылок на страницу:

Чем больше – тем лучше

## Работают ли ссылки с сайтов, попавших под АГС?

Цель фильтра АГС-17 – избавиться от страниц, не имеющих ценности для пользователей.

Ресурс, попавший под АГС, был классифицирован Яндексом как «говносайт»

Ссылка с говносайта не будет передавать положительный вес.

**Вывод: ссылки с АГС-сайтов – это деньги на ветер**



## Возможно ли проверить ссылку в действии?

### До отмены-непот-фильтра:

- 1) Составление уникальных анкоров с метками: 1 анкор на 1 площадку.
- 2) Ожидание индексации ссылки.
- 3) Поиск акцептора по словосочетанию из анкора – если есть и «найден по ссылке» - донор работает.

### После отмены-непот-фильтра:



Даже говноссылка имеет минимальный вес, достаточный для выхода сайта в Топ по анкору с меткой.

## Автоматизировать можно, но не всё

### **SEOLIB.RU – модуль анализа покупных ссылок** (<http://www.seolib.ru/script/extlinks/>)

#### Анализ покупных ссылок

[стоимость одной проверки 0.003 у.е.]

URL страниц (каждый новый с новой строки)

или загрузить ссылки из файла:

 

Анализировать:

Стоимость зависит от блоков, которые Вы выбрали:

- +  **Основные показатели:**
  - Индексация в Yandex.ru
  - Индексация в Google.ru
  - Индексация в Google.com.ua
  - Проверять домен на склейку в Yandex
  - Проверять домен на склейку в Google
  - Бэков на страницу по Yahoo
- +  **Дополнительные показатели (+0,003 у.е. за ссылку за блок):**
- +  **Информация по домену (+0,003 у.е. за ссылку за блок):**
- +  **Видимость ссылки (+0,003 у.е. за ссылку за блок):**
- +  **Фильтры (+0,003 у.е. за ссылку за блок):**

ТЕЛ. (495) 662-87-28

Email: [kamskaya@seolib.ru](mailto:kamskaya@seolib.ru)

XVI-й онлайн-семинар по интернет-маркетингу

SeoLib.ru - анализ сайтов для вебмастеров



## Автоматизировать можно, но не всё

**SEOLIB.RU – модуль анализа покупных ссылок****(<http://www.seolib.ru/script/extlinks/>)**

URL ↑↑	CY ↑↑	PR ↑↑	Страница в Yandex.ru ↑↑	Страница в Google.ru ↑↑	Страница в Google.com.ua ↑↑	Проверка на фильтр в Yandex ↑↑	Наличие вирусов ↑↑	Внутренних ссылок со страницы ↑↑	Внешних ссылок со страницы ↑↑	Внешних ссылок с домена ↑↑	Код ответа ↑↑	Склейка доменов в Yandex ↑↑	Склейка доменов в Goo ↑↑
<a href="http://allturizm.net">http://allturizm.net</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	22	2	53	ОК	Нет	Нет
<a href="http://asushi.ru">http://asushi.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	29	2	1	ОК	Нет	Нет
<a href="http://avianew.ru">http://avianew.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	34	2	1	ОК	Нет	Нет
<a href="http://ballb.ru">http://ballb.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	51	0	0	ОК	Нет	Нет
<a href="http://bestspare.ru">http://bestspare.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Нет	Нет	95	0	0	ОК	Нет	Нет
<a href="http://booksheart.ru">http://booksheart.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	94	8	0	ОК	Нет	Нет
<a href="http://bturkey.ru">http://bturkey.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	37	2	1	ОК	Нет	Нет
<a href="http://bvogue.ru">http://bvogue.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	28	1	0	ОК	Нет	Нет
<a href="http://caribbeanatour.ru">http://caribbeanatour.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	38	2	0	ОК	Нет	Нет
<a href="http://cinemafreedom.ru">http://cinemafreedom.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	10	7	0	ОК	Нет	№
<a href="http://coolfresh.ru">http://coolfresh.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	36	2	2	ОК	Нет	Нет
<a href="http://costyle.ru">http://costyle.ru</a>	0	1	Нет	Да	Да	Да	Нет	23	6	7	ОК	Нет	Нет
<a href="http://cpuenergy.ru">http://cpuenergy.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	22	0	0	ОК	Нет	Нет
<a href="http://cpulife.ru">http://cpulife.ru</a>	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	28	1	0	ОК	Нет	Нет

ТЕЛ. (495) 662-87-28

Email: [kamskaya@seolib.ru](mailto:kamskaya@seolib.ru)

XVI-й онлайн-семинар по интернет-маркетингу

SeoLib.ru - анализ сайтов для вебмастеров



## SEOLIB.RU – модуль анализа покупных ссылок

(<http://www.seolib.ru/script/extlinks/>)

### Анализ покупных ссылок

[назад к списку заданий](#)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Неиндексированные страницы yandex.ru     | <input type="radio"/> Проиндексированные страницы yandex.ru     |
| <input type="radio"/> Неиндексированные страницы google.ru     | <input type="radio"/> Проиндексированные страницы google.ru     |
| <input type="radio"/> Неиндексированные страницы google.com.ua | <input type="radio"/> Проиндексированные страницы google.com.ua |
| <input type="radio"/> Неиндексированные ссылки yandex.ru       | <input type="radio"/> Проиндексированные ссылки yandex.ru       |
| <input type="radio"/> Неиндексированные ссылки google.ru       | <input type="radio"/> Проиндексированные ссылки google.ru       |
| <input type="radio"/> Неиндексированные ссылки google.com.ua   | <input type="radio"/> Проиндексированные ссылки google.com.ua   |
| <input type="radio"/> Не склеенные домены Yandex               | <input type="radio"/> Склеенные домены Yandex                   |
| <input type="radio"/> Не склеенные домены Google               | <input type="radio"/> Склеенные домены Google                   |
| <input type="radio"/> Не видит ссылку по webmaster.yandex.ru   | <input type="radio"/> Видит ссылку по webmaster.yandex.ru       |
- 
- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Под фильтром Яндекса                     |  |  |
| <input type="checkbox"/> Внешних ссылок > <input type="text"/>    |  |  |
| <input type="checkbox"/> Внутренних ссылок > <input type="text"/> |  |  |
- 
- |  |   |
|--|---|
| Со статусом страницы:                          |   |
| <input type="checkbox"/> 404 Not Found         | <input type="checkbox"/> 301 Moved Permanentl |
| <input type="checkbox"/> 403 Forbidden         | <input type="checkbox"/> 300 Multiple Choices |
| <input type="checkbox"/> 302 Moved Temporarily | <input type="checkbox"/> 200 OK               |

Применить фильтры



**SEOLIB.RU – модуль анализа покупных ссылок**  
 (<http://www.seolib.ru/script/extlinks/>)

## **SEOLIB.RU – модуль анализа покупных ссылок** (<http://www.seolib.ru/script/extlinks/>)

[mirkulinara.ru/article\\_kitchen...](http://mirkulinara.ru/article_kitchen...) 100 2 2 0 0,28

URL: <http://www.melodina.ru/kosmetika/yves-rocher>

245192 / 157503814 / Дом и семья

**WL** **YAP** **YAL** **GC** **Я:** [38000] **G:** [33700]

Отменить размещение

URL'ы страниц, ссылки на которые надо отметить галочками

ID урла

Текст ссылки

ID сайта/страницы

ТиЦ

Цена

ID автофилтра

---

Группировать

<http://deepm.ru>

<http://domall.ru>

<http://domkrisha.ru>

<http://dosport.ru>

<http://dressin.ru>

(с новой строки, с http://)

ТЕЛ. (495) 662-87-28

Email: [kamskaya@seolib.ru](mailto:kamskaya@seolib.ru)

XVI-й онлайн-семинар по интернет-маркетингу

SeoLib.ru - анализ сайтов для вебмастеров

## TEH.ru – модуль оценки качества донора «плохой-хороший» (<http://teh.ru>)

	В	Дата	Имя сайта	Хорошие	Плохие	В очереди	Рекомендации	Балл		Цена
1		18:14 10.11.2009	0-50.ru				Рекомендация: воздержаться от покупки новых ссылок		<a href="#">Отчёт</a>	0.30
2		18:14 10.11.2009	0-58.com	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	99	<a href="#">Отчёт</a>	0.30
3		18:14 10.11.2009	0-forex.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	100	<a href="#">Отчёт</a>	0.30
4		18:15 10.11.2009	00013.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	98	<a href="#">Отчёт</a>	0.30
5		18:13 10.11.2009	000z.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	96	<a href="#">Отчёт</a>	0.30
6		18:15 10.11.2009	001s.net		плохой		Рекомендация: отказаться от ссылок	78	<a href="#">Отчёт</a>	0.30
7		18:13 10.11.2009	0026.ru				Рекомендация: воздержаться от покупки новых ссылок		<a href="#">Отчёт</a>	0.30
8		18:13 10.11.2009	003-pc.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	100	<a href="#">Отчёт</a>	0.30
9		18:14 10.11.2009	003print.ru				Рекомендация: воздержаться от покупки новых ссылок		<a href="#">Отчёт</a>	0.30
10		18:13 10.11.2009	005.ru				Рекомендация: воздержаться		<a href="#">Отчёт</a>	0.30

## Xtool – сервис проверки траста в Яндексе

<http://xtool.ru>

**www.optimization.ru**

Траст xt = **3.73** (-3.2)

[www.optimization.ru](http://www.optimization.ru)

*Optimization.ru: Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в ...*

**История изменения траста xt для сайта optimization.ru**

2009-11-04	3.73	Optimization.ru: Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в ...
2009-07-30	6.93	Optimization.ru: Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в Интернете.
2009-07-22	6.93	Optimization.ru: Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в Интернете.

[XTOOL.RU](http://XTOOL.RU)

# Распространенные теории о текстах ссылок

## 1. «Склейка ссылок»

Ссылки с одинаковыми анкорами «склеиваются» Яндексом и не работают.

## 2. Эффект первого слова

Вес не распространяется на первое слово в анкоре

## 3. Распределение весов в зависимости от $TF*IDF$

Больше веса в анкоре получает слово, которое встречается реже в документах коллекции.



### **Оптимальный вариант – проанализировать конкурентов**

#### **1) Выбираем конкурентов для анализа**

Анализируем сайты, которые присутствуют в Топ по нашим основным запросам.

#### **2) Анализируем бэклинки**

Определяем плотность ключевых слов, особенности разбавления анкоров и т.д.

#### **3) Составляем свой анкор-лист**

Пишем тексты ссылок для своего сайта

## Особенности акцептора, которые стоит учитывать:

### 1) Внутренняя релевантность

Если сайт плохо оптимизирован под запрос, покупка ссылок не поможет

### 2) Возраст сайта

Естественный порог прироста ссылок разный для старых и новых сайтов.

### 3) Существующая ссылочная масса

«Трастовое окно»

### 4) Региональная принадлежность

Сайт, которому присвоен регион «Казань», будет сложно продвигаться в Московской выдаче по геодезависимому запросу.



**Резкая покупка ссылок или резкое снятие ссылок может привести совсем не к тем последствиям, которые Вы ожидали.**

**Перед тем, как что-то предпринимать, потратьте время на анализ ситуации, или обратитесь за помощью к специалистам.**



**SeoLiB**

<http://www.seolib.ru>

Спасибо за внимание!

;) )

Елена Камская

[www.seolib.ru](http://www.seolib.ru)

[Support@seolib.ru](mailto:Support@seolib.ru)

**ICQ UIN: 577-281-083**

<http://vkontakte.ru/club12059004>

ТЕЛ. (495) 662-87-28

Email: [kamskaya@seolib.ru](mailto:kamskaya@seolib.ru)

XVI-й онлайн-семинар по интернет-маркетингу

SeoLib.ru - анализ сайтов для вебмастеров