

**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».

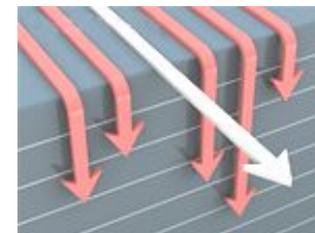
2. Не все ссылки учитываются одинаково быстро

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

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/>)

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 ↑↑
http://allturizm.net	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	22	2	53	ОК	Нет	Нет
http://asushi.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	29	2	1	ОК	Нет	Нет
http://avianew.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	34	2	1	ОК	Нет	Нет
http://ballb.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	51	0	0	ОК	Нет	Нет
http://bestspare.ru	0	0	Нет	Да	Да	Нет	Нет	95	0	0	ОК	Нет	Нет
http://booksheart.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	94	8	0	ОК	Нет	Нет
http://bturkey.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	37	2	1	ОК	Нет	Нет
http://bvogue.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	28	1	0	ОК	Нет	Нет
http://caribbeanatour.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	38	2	0	ОК	Нет	Нет
http://cinemafreedom.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	10	7	0	ОК	Нет	№
http://coolfresh.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	36	2	2	ОК	Нет	Нет
http://costyle.ru	0	1	Нет	Да	Да	Да	Нет	23	6	7	ОК	Нет	Нет
http://cpuenergy.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	22	0	0	ОК	Нет	Нет
http://cpulife.ru	0	0	Нет	Да	Да	Да	Нет	28	1	0	ОК	Нет	Нет

ТЕЛ. (495) 662-87-28

Email: kamskaya@seolib.ru

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 | Со статусом страницы: | |
| <input type="checkbox"/> Внешних ссылок > <input type="text"/> | <input type="checkbox"/> 404 Not Found | <input type="checkbox"/> 301 Moved Permanentl |
| <input type="checkbox"/> Внутренних ссылок > <input type="text"/> | <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... 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

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		Отчёт	0.30
2		18:14 10.11.2009	0-58.com	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	99	Отчёт	0.30
3		18:14 10.11.2009	0-forex.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	100	Отчёт	0.30
4		18:15 10.11.2009	00013.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	98	Отчёт	0.30
5		18:13 10.11.2009	000z.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	96	Отчёт	0.30
6		18:15 10.11.2009	001s.net		плохой		Рекомендация: отказаться от ссылок	78	Отчёт	0.30
7		18:13 10.11.2009	0026.ru				Рекомендация: воздержаться от покупки новых ссылок		Отчёт	0.30
8		18:13 10.11.2009	003-pc.ru	хороший			Рекомендация: покупать ссылки	100	Отчёт	0.30
9		18:14 10.11.2009	003print.ru				Рекомендация: воздержаться от покупки новых ссылок		Отчёт	0.30
10		18:13 10.11.2009	005.ru				Рекомендация: воздержаться		Отчёт	0.30

Xtool – сервис проверки траста в Яндексе

<http://xtool.ru>

www.optimization.ru

Траст xt = **3.73** (-3.2)

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

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

Support@seolib.ru

ICQ UIN: 577-281-083

<http://vkontakte.ru/club12059004>

ТЕЛ. (495) 662-87-28

Email: kamskaya@seolib.ru

XVI-й онлайн-семинар по интернет-маркетингу

SeoLib.ru - анализ сайтов для вебмастеров