

ТОП 10. SEO профессионально. Особенности ранжирования Яндекс и Google

Фомин Александр, AD|LABS

a.fomin@adlabs.ru

Будьте осторожны! Информационная перегрузка

Интернет как хранилище сырых неструктурированных данных

- Несколько миллиардов страниц в индексе поисковых систем
- Средний размер страницы 10-20 Кбайт
- В среднем 5-6 внешних и 20-25 внутренних ссылок
- 14-15 изображений на странице

90%, главным образом, текстовой неструктурированной информации

«Люди будут искать то, что они знают.... Однако они вообще не будут или просто не смогут выразить запросом то, чего они не знают ...»

Джим Нисбет, Semio

Необходимо подавать человеку информацию на естественном для него языке:

1. Классификация текстов сайта
2. Кластеризация (объединение в группы) текстовых и др. страниц в Интернете.
3. Поиск взаимосвязей между смысловыми частями одного документа и совокупности документов в Интернете
4. Извлечение важных данных, фактов из документов – получение фактов из текста с целью улучшения классификации, поиска и кластеризации.

«Спрашивали?» Отвечаем! – старая-новая философия поиска

Data Mining методы – поиск ответа на вопрос:

Web Content Mining - извлечение качественно новой структурированной информации из контента в Интернете

- классификация документов
- выделение конкретных данных (фамилий, телефонов, дат, событий и т.п.)
- извлечение значимых событий из потока новостей

Web Usage Mining - выявление закономерностей поведения

- аннотирование документов и т.п. пользователей Web-узлов
- отслеживание наиболее посещаемых страниц
- контроль временной динамики обращений к сайтам и т.п.

Новая философия поиска на современном этапе - это:

- Новые алгоритмы Яндекса («Снежинск») и Google («Caffeine»)
- Ограничение места в ТОП выдачи по высокочастотным запросам;
- Усиление значения информационной составляющей сайта
- Повышенный контроль за ссылочной составляющей

Интернет-сайт должен соответствовать и отвечать на

- Снижение роли внешних ссылок: 10-20 факторов из более 200

запросы пользователей

Выберите несколько ключевых фраз, которыми можно охарактеризовать предоставляемые вами услуги. Чтобы страница ранжировалась высоко, она должна давать лучший в интернете ответ на вопрос пользователя.

Рекомендации Яндекса (Адлабс, С.Людкевич, Синелок) по созданию сайтов -

<http://help.yandex.ru/webmaster/?id=1108938>

MatrixNet - основа алгоритма «Снежинск»:



MatrixNet
на страже ТОПа

<http://seodemotivators.ru/>

Особенности ранжирования алгоритма «Снежинск»:

- Новая переработанная архитектура поиска
- Более сложная математическая модель - учитываются тысячи параметров для одного документа
- Нелинейные модели и способы ранжирования
- MatrixNet – более точный «инструмент» с повышенной селективностью
- Увеличение числа регионов с 19 до 1250 («Конаково»)
- Уменьшение поискового спама в поисковой выдаче

Новый алгоритм от Google - «Caffeine» - заряд кофеина для поиска:

- Новая переработанная архитектура поиска
- Файловая система нового поколения - GFS2 (Google File System 2)
- Обновленная система индексирования веб-сайтов. Улучшилась скорость работы не только при выдаче результатов (то есть при чтении данных), но и при собственно индексации.
- Возможность индексировать больше документов
- Больше гибкости, больше возможностей

An abstract geometric pattern in the top-left corner, consisting of a network of thin, light grey lines forming various sized triangles and polygons.

**Контент – основа продвижения.
Сайт глазами ассессора.**

Перед продвижением. Шаг 1. Решаем технические проблемы

- Дублированный контент
- Недостаточная проиндексированность сайта: подразделов каталога, карточек товаров и др.
- Ошибка 404
- Параметры и сессии в URL
- Версии для печати, профайлы и личные кабинеты
- ...

Рутинная работа, которую нужно обязательно выполнять

Перед продвижением. Шаг 2.

Создаем условия для индексации сайта

- Максимально информативное меню разделов и подразделов сайта (каталог товаров)
- Традиционная и поисковая карты сайта
- Навигационная строка
- Ссылки на новости, публикации, релизы
- Облако тегов (важно не перестараться)
- Вынесение брендов, подразделов на поддомены

Перед продвижением. Шаг 3.

Формируем контент сайта.

- разделы и подразделы сайта должны быть заполнены
- тексты должны быть написаны простым и доступным для восприятия языком
- размещать информацию не только о конкретных продуктах, событиях и т.п., а и охватывать смежные области
- продуманная организация информационных, коммерческих и навигационных блоков в рамках определенного дизайна.
- релевантный запросам текст страниц (3...10% ключевых слов)
- необходимо постоянно создавать и обновлять контент сайта.
- разрабатывать и предлагать эксклюзивные сервисы на сайте

Оптимизация контента

1. Оптимизируем метатэги <title>, <description>, <keywords>
2. Достигаем требуемой плотности слов в тексте оптимизируемых страниц
3. Разумное и логичное контекстное выделение , , <strike> и др.
3. Два-три заголовка <h1>...<h3>
4. Сегменты страницы и сайта в целом меню, область контента, новостной блок, заголовок раздела и т.п.:
 - информационные;
 - служебные

Удивительно, но факт!

*Поисковая система уже не посредник, а
ответчик, конечный пункт.*

3 градации полезности сайтов:

- *Идеальный сайт (“Соответствует”)*
- *Релевантный+ (“Скорее соответствует”)*
- *Релевантный- (“Возможно соответствует”)*

Качественная выдача по Яндексу:

| | | |
|----|-------|---------------|
| 1. | ----- | Нерелевантный |
| 2. | ----- | Спам |
| 3. | ----- | Релевантный + |
| 4. | ----- | Нерелевантный |
| 5. | ----- | Дубль |

Плохой поиск

| | | |
|----|-------|---------------|
| 1. | ----- | Полезный |
| 2. | ----- | Релевантный + |
| 3. | ----- | Полезный |
| 4. | ----- | Релевантный + |
| 5. | ----- | Релевантный + |

Хороший поиск

Создаем «идеальный» или «релевантный+» сайт

Пример 1.

Запрос: *нефтепродукты*

Описание: Цель – коммерческая или описательная информация о нефтепродуктах. ***Нет единого идеального ответа.***

Релевантный+ - описание состава и области применения нефтепродуктов, цен, условий поставки, гарантии, советы по выбору, история создания, предложения конкретных видов, ответы на частые вопросы клиентов, сервис онлайн консультаций по выбору, галерея картинок/изображений.

Релевантный- - информация о нормах и стандартах; отзывы о различных видах бензина; списки фирм поставщиков, из которых только небольшая часть занимается маслом и др.

Создаем «идеальный» или «релевантный+» сайт Пример 2.

Запрос: бензин москва

Описание: *Цель – найти поставщика бензина в Москве.*

Идеальный ответ – *подробная информация о возможных поставщиках нефтепродуктов в московском регионе с ценами, фотографиями и условиями продажи.*

Релевантный+ - *ссылка на сайт, предлагающий широкий ассортимент нефтепродуктов в Москве с полным перечнем характеристик продукции, советами, обзорами и другой дополняющей информацией.*

Релевантный- - *картинки/фотографии продукции с кратким описанием.*

Создаем «идеальный» или «релевантный+» сайт Пример 3.

Запрос: доставка дизтоплива

***Описание:** Цель – узнать условия поставки дизтоплива.*

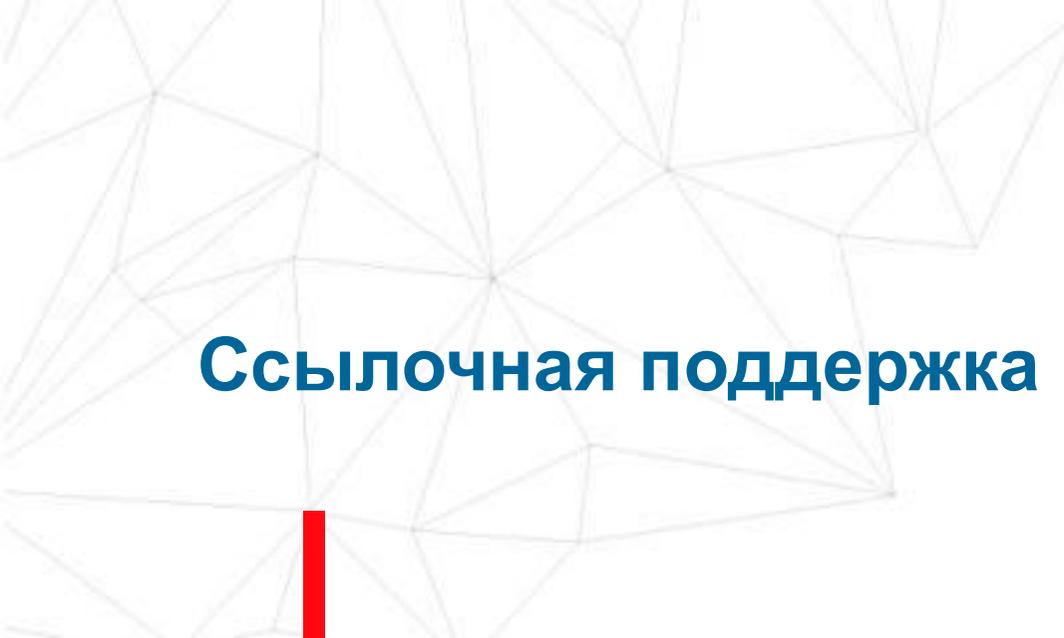
***Идеальный ответ** – страница с подробной информацией об условиях поставки дизтоплива.*

***Релевантный+** - описание условий в неавторитетном источнике, ссылки на сайт фирмы, осуществляющей доставку.*

***Релевантный-** - частичная информация об условиях или о том, где можно найти предложения по доставке дизельного топлива.*

An abstract geometric pattern in the top-left corner, consisting of a network of thin, light grey lines forming various sized triangles and polygons.

Формируем ссылочную поддержку

A decorative background in the top-left corner consisting of a network of thin, light grey lines forming a complex, interconnected geometric pattern.

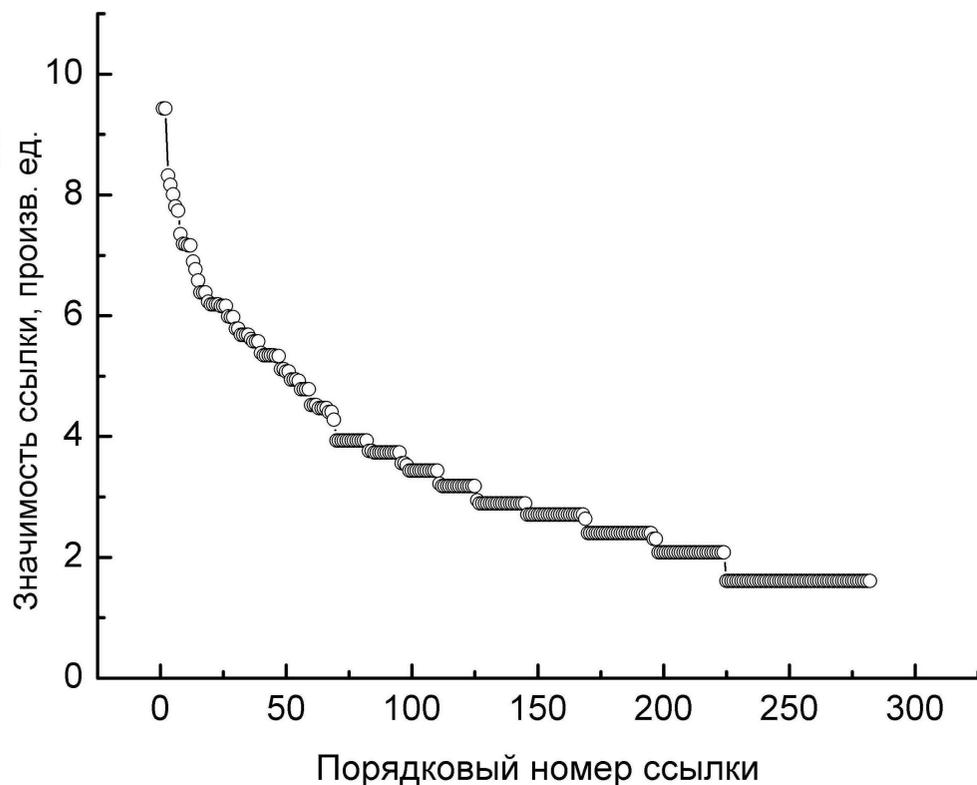
Ссылочная поддержка

- 
- A thick, solid red vertical bar that runs down the left side of the slide, partially overlapping the list of bullet points.
- Преобразование URL в человекоподобные
 - Внутренняя перелинковка
 - Сотни-тысячи ссылок по низкочастотным запросам
 - Облако тэгов
 - Ссылочная «мозаика»
 - Формирование структурированной ссылочной массы для ВЧ запросов

Алгоритм «Находка»

AD LABS.

Ссылочный ряд сайта с первой позиции в Яндексе

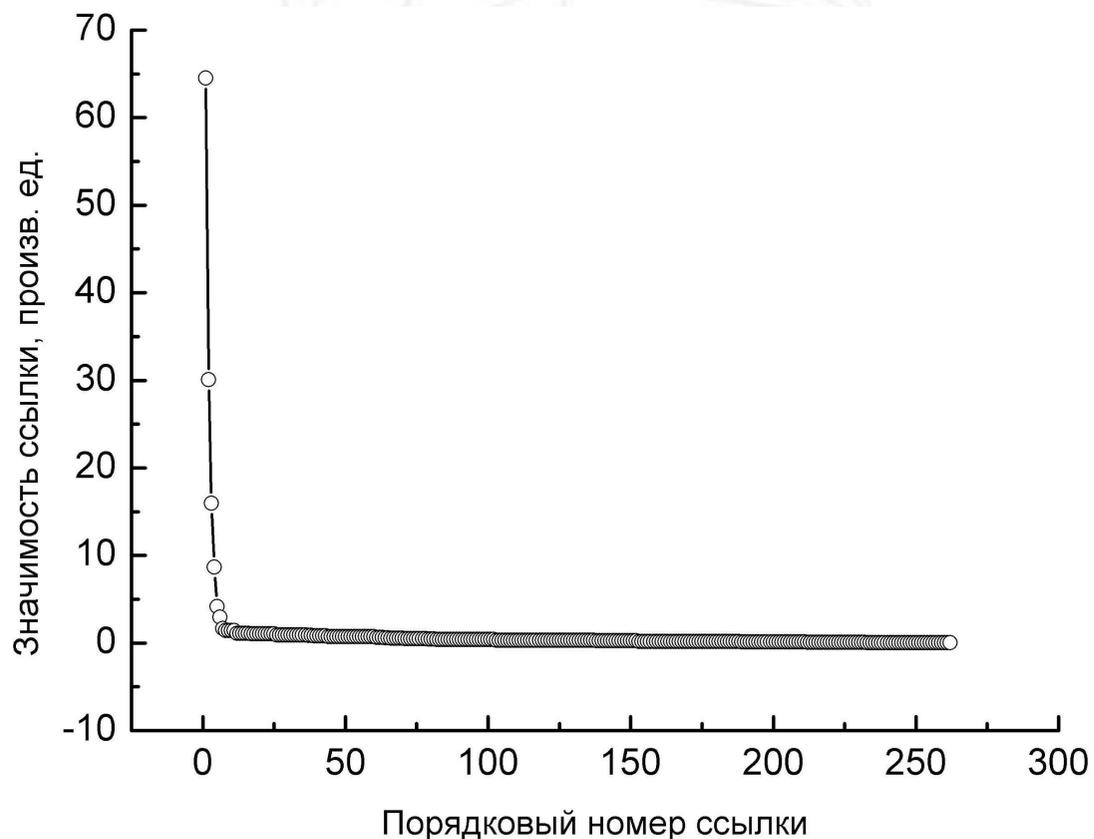


- Практически монотонная спадающая кривая
- Близкие скорости спада зависимостей для различных тематических групп
- Ссылки не всегда высокой стоимости по CS Yazzle
- Многообразие ссылок из различных ценовых категорий

Алгоритм «Находка»

AD LABS.

Ссылочный ряд сайта с одиннадцатой позиции в Яндексе



- Относительно высокая скорость спада кривой
- Относительно большее число дорогих ссылок
- Существенно неоднородная ссылочная масса
- Высокие бюджеты на продвижение

Особенности коммерческой выдачи

Сайты с «искаженным» распределением в ТОП-5 Яндекса

- Больше количество ссылок (большие и очень большие бюджеты на продвижение)
- Ссылки с авторитетных порталов
- Компенсация отрицательной составляющей веса

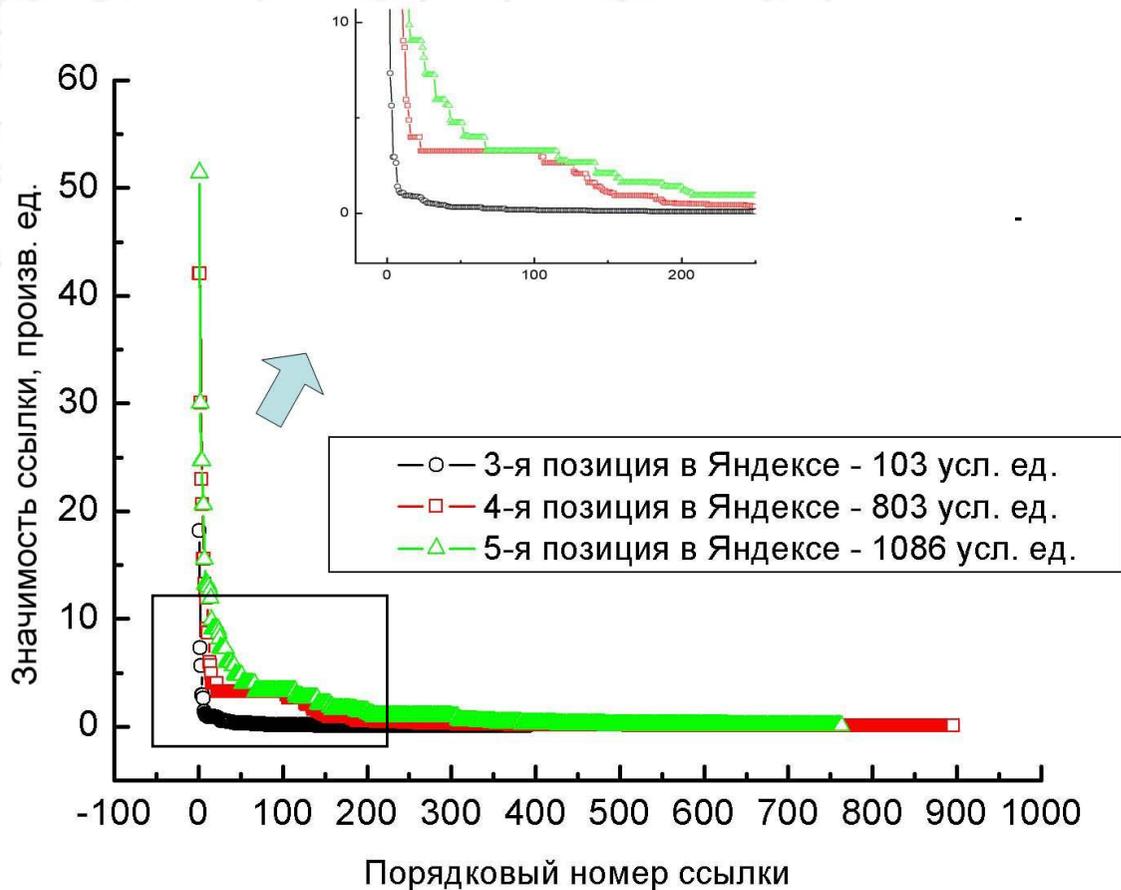
Сайты с плавным распределением ниже ТОП-10 в Яндексе

- Меньшее число внешних ссылок
- Относительно «бедное» контентное наполнение
- Дублирование контента
- Технические проблемы с сайтом
- Санкции за быстрое наращивание ссылочной массы и т.п.

Алгоритм «Находка»

Платим больше – «стоим» ниже

AD LABS



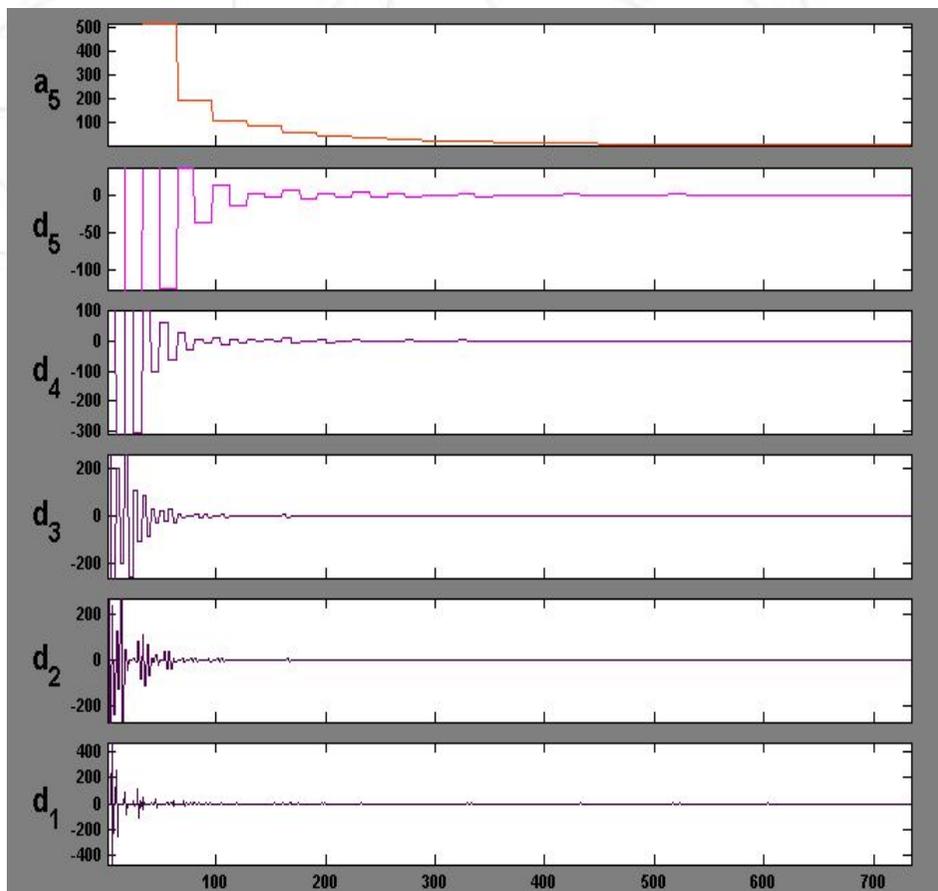
- Сайты с большими бюджетами могут находиться на более низких позициях
- Чем ниже позиция, тем больше скорость спада распределения
- Чем ниже позиция, тем больше особенностей на распределении: ступеньки, экстремумы, выбросы и т.п.

Позиции сайта определяются не только величиной бюджета, но и характером его распределения

Алгоритм «Находка»

AD LABS.

Вейвлет-преобразование – ключ к выбору стратегии накопления ссылочной массы

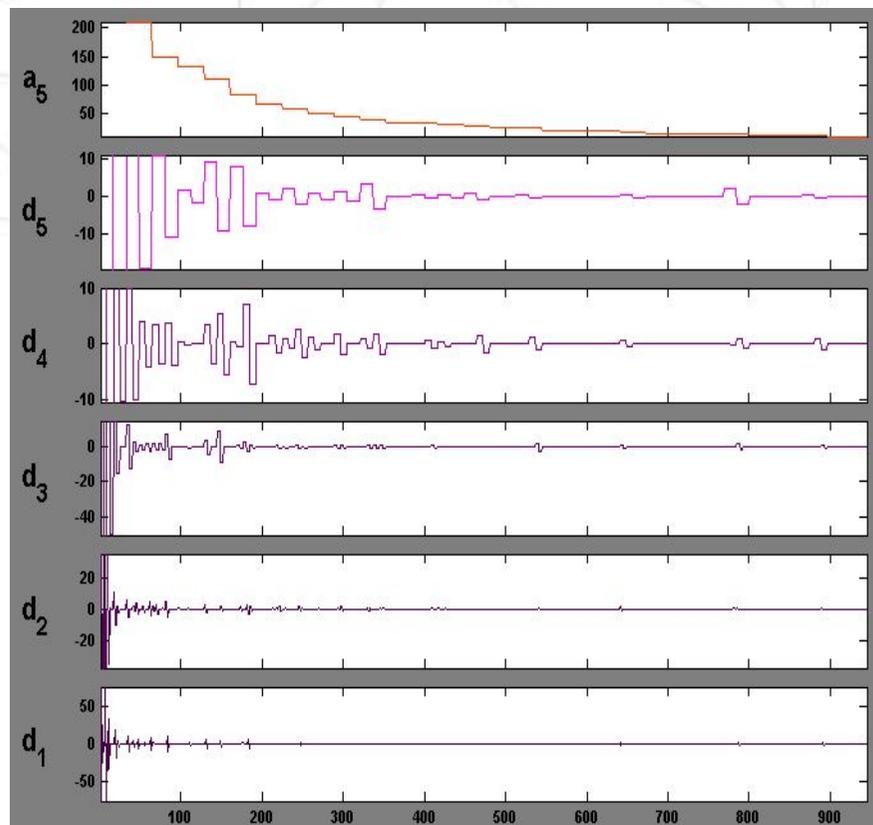


- Последовательное накопление ссылочной массы
- Скорость спада – индивидуальная характеристика сайта
- Различная скорость спада в области дешевых и дорогих ссылок

Ближе всего к естественной ссылочной массе

Алгоритм «Находка»

Несбалансированная ссылочная масса



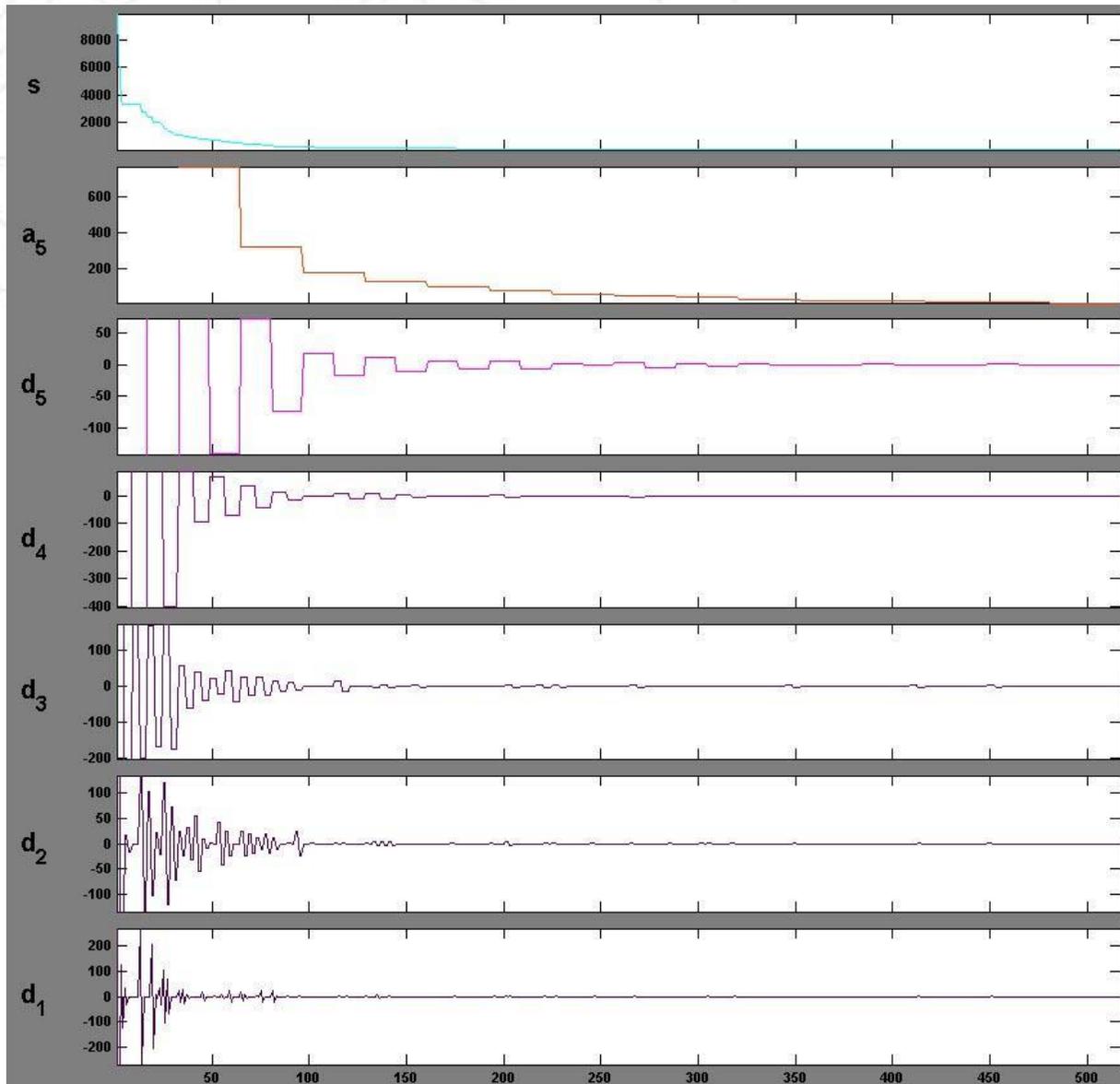
- Практически равномерная скорость прироста ссылок во всех диапазонах
- Большой разброс детализирующей компоненты
- Неоднородная ссылочная масса
- Выделяются направления наращивания ссылок

Ближе всего к неестественной ссылочной массе

Алгоритм «Снежинск»

AD LABS

Ссылочный ряд сайта с первой позиции в Яндексе

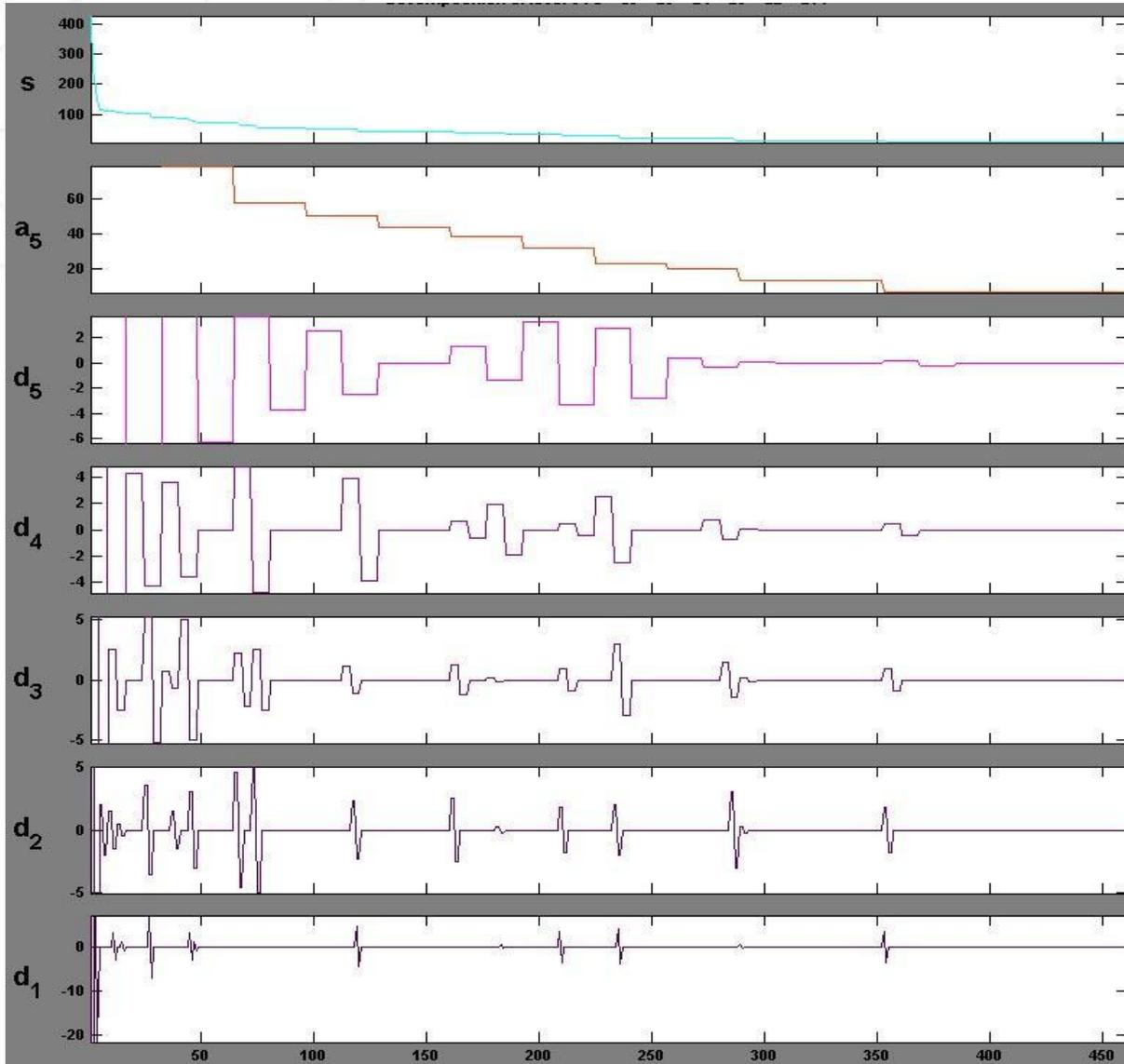


- Практически равномерная скорость прироста ссылок во всех диапазонах
- Неоднородная ссылочная масса
- Выделяются направления наращивания ссылок

Алгоритм «Снежинск»

AD LABS

Ссылочный ряд сайта с одиннадцатой позиции в Яндексе



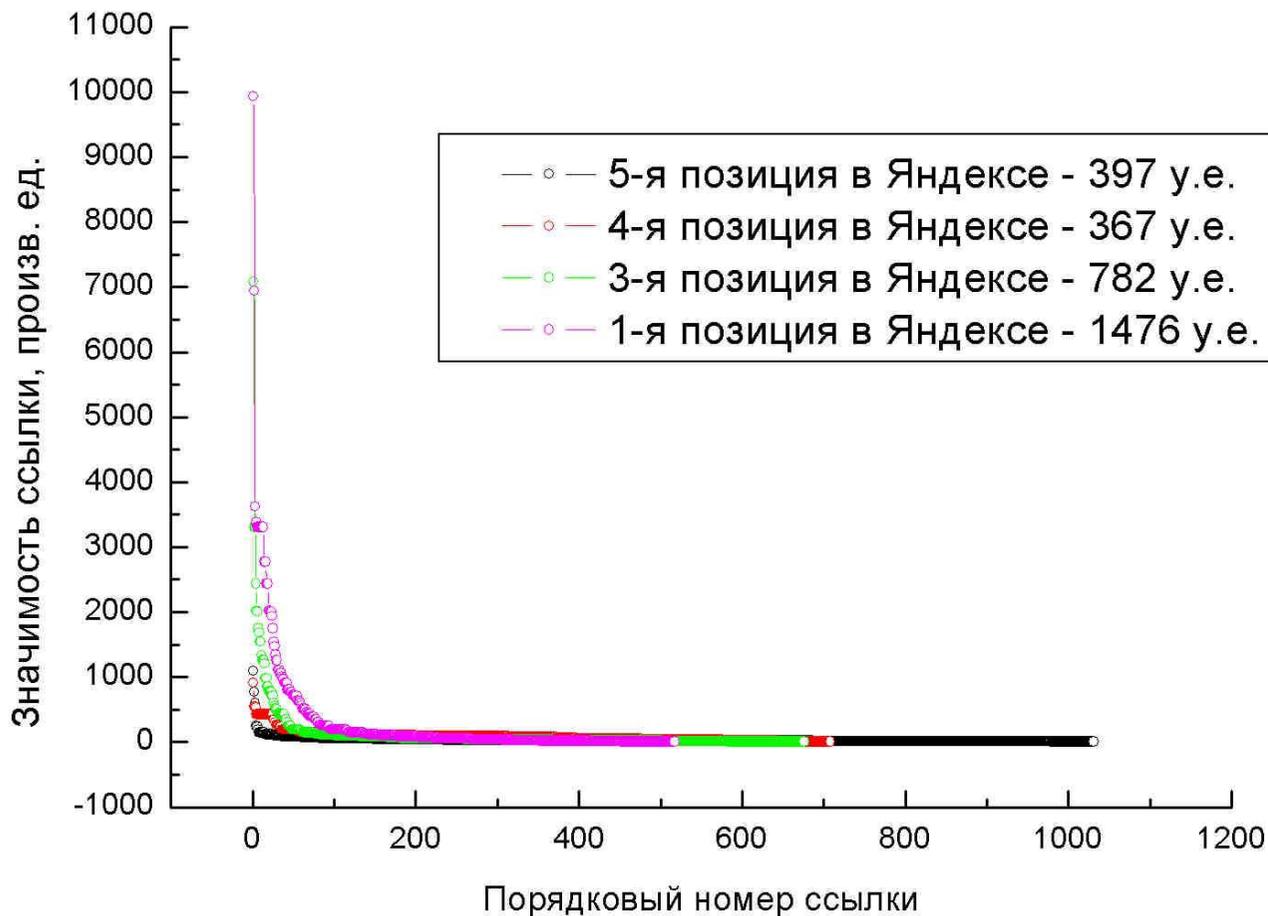
- Практически равномерная скорость прироста ссылок во всех диапазонах
- Большой разброс детализирующей компоненты
- Неоднородная ссылочная масса
- Выделяются направления наращивания ссылок

Анализ ссылочного распределения не только дал ответы, но поставил вопросы:

- Для сайтов, стоящих на близких позициях зачастую достаточно трудно обнаружить отличия в распределении
- Как начинать формировать распределение в начале продвижения?
- Как найти проблемы в уже сформированном распределении?

Необходим более детальный «глубинный» анализ ссылочного распределения

Ссылочное распределение в алгоритме «Снежинск»



- Больше закономерностей в ссылочном ранжировании сайтов
- Отчетливое выделение определенных ссылочных подмножеств
- Наличие статичной ссылочной компоненты (ссылки со статей, блогов, каталогов и т.п.)

Ссылочная масса успешного сайта «под микроскопом»

Статичная компонента ссылочной массы

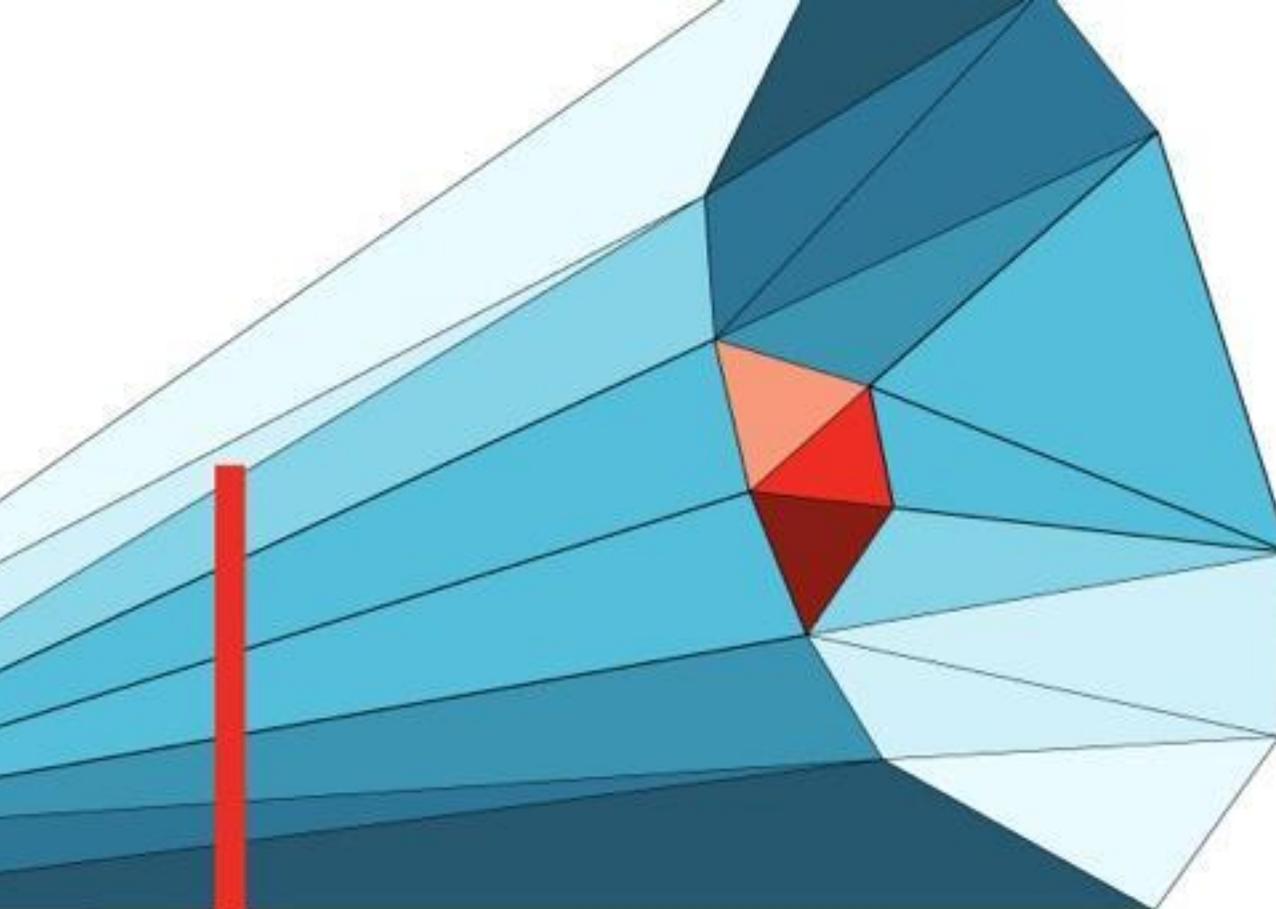
- «Старые» ссылки из каталогов
- Контекстные ссылки из статей на авторитетных порталах
- Ссылки из авторитетных блогов
- Ссылки с форумов и тематических порталов

Динамическая компонента ссылочной массы

- Ссылки, размещаемые на определенный срок (ссылочные биржи, блоги с временным размещением и т.п.)

Конструирование ссылочной поддержки

- Выборка сайтов из выдачи, которые продвигаются и находятся на соседних позициях
- Сопоставление позиций по ВЧ запросам и ссылочной поддержки (CS Yazzle, SEO budget)
- Разложение распределений на составляющие
- Выявление общих и индивидуальных особенностей ссылочной массы
- «Сборка» требуемого ссылочного распределения по цене SAPE, XAP, ТИЦ

An abstract geometric graphic on the left side of the slide. It consists of a series of overlapping, semi-transparent blue and teal triangles and polygons that form a fan-like shape pointing to the right. A vertical red line is positioned to the left of this graphic, extending from the top to the bottom of the slide.

Спасибо за внимание

Александр Фомин
руководитель проектов AD|LABS
a.fomin@adlabs.ru