



MEGAINDEX

Инновации в автоматизации продвижения сайтов

Хиврин Николай Николаевич

Генеральный директор ALTWeb Group

E-mail: director@altweb-group.ru

Тел. +7 (495) 924-58-73

Агрегаторы или системы автоматизации продвижения?

Функциональные возможности:

- Отбор доноров для размещений ссылок
- Генерация анкоров
- Размещение ссылок
- Контроль размещённых ссылок
- Отслеживание позиций в результатах поиска
- Аналитические сервисы

Что продают системы автоматизации продвижения?

Искусственный интеллект оптимизатора

Решение проблемы человеческого фактора

Снижение трудозатрат

Алгоритмы отбора доноров

Каскадные алгоритмы

Методы тестовых простановок

Нелинейные алгоритмы

Каскадные алгоритмы

Преимущества:

- простые алгоритмы отбора доноров
- высокая производительность и быстрая работа

Недостатки:

- низкая эффективность
- необходимость большого набора фильтров

Методы тестовых простановок

Основные недостатки:

- алгоритм отбора площадок подстраивает под текущий алгоритм ранжирования. Результат - сильное падение сайта при смене алгоритма ранжирования.
- по нескольким ссылкам с площадки нельзя судить об эффективности всех страниц
- эффективность ссылки зависит от пары донор-акцептор

Нелинейные алгоритмы

Нейронный сети - эффективная возможность совокупной оценки множества факторов

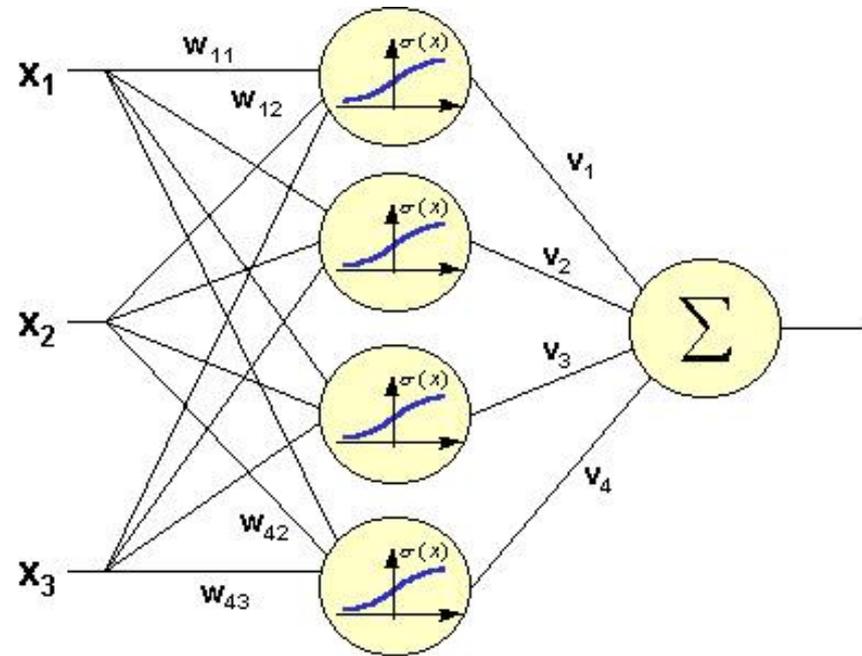
Простейший пример:

x_1 – цитируемость донора

x_2 – спамность донора

x_3 – тематичность донора

На выходе оценочная
эффективность ссылки



Нейронные сети

Преимущества:

- высокая точность оценки эффективности ссылки
- быстрое обучение нейронной сети при изменении алгоритмов
- эффективное расходование средств

Недостатки:

- высокие нагрузки и низкая производительность

Оценка эффективности донора

Первый этап. Вычисление независимой от акцептора оценочной стоимости.

Основные факторы:

- цитируемость донора
- полнота и скорость индексации донора
- внутренняя структура целевой страницы на доноре
- существующие внешние ссылки со страницы и всего донора
- места и способы размещения ссылок
- возраст донора
- текст целевой страницы и всего донора
- юзабилити сайта

Оценка эффективности донора

Второй этап.

Вычисление зависимой от акцептора оценочной стоимости.

Основные факторы:

- тематическая схожесть донора и акцептора
- региональная близость донора и акцептора
- принадлежность к аффилированным группам сайтов

Оценка эффективности донора

Третий этап.

После вычисления оценочной стоимости составляется рейтинг по соотношению:
(оценочная стоимость)/(реальная стоимость)

Далее производится обработка различных фильтров:

- black-лист
- глобальный black-лист

Закупка ссылок

Четвёртый этап.

Производится закупка наиболее выгодных ссылок по составленному ранжированному списку страниц доноров

Проблемы систем автоматизации

Нехватка качественных ссылок

Неверные ожидания пользователей

Пользователи не проводят оптимизацию сайтов

Системы автоматизации продвижения для SEO-компаний

Сокращение издержек и модернизация процессов
управления размещением ссылок

Мощные аналитические сервисы

Построение бизнес-процессов по работе над
проектами

Собственная или сторонняя

	Сторонняя	Собственная
Стоимость владения	Комиссия	Серверы, программисты, SEO-аналитики
Выбор алгоритма отбора доноров	Анализ большого числа продвигаемых проектов	Статистика ограниченного числа сайтов
Отбор площадок	Необходимость равномерного отбора площадок для всех проектов	Индивидуальные настройки для проектов

От ссылочных агрегаторов к системам автоматизации продвижения

Эффективные средства отбора запросов и контроля эффективности

Системы планирования и прогнозирования

Резервы систем автоматизации продвижения

Сокращение издержек и модернизация процессов
поискового продвижения:

- эффективный контроль релевантности страниц
- анализ статистики и показателей конверсии
- анализ структуры сайта



MEGAINDEX

Вопросы

Хиврин Николай Николаевич

Генеральный директор ALTWeb Group

E-mail: director@altweb-group.ru

Тел. +7 (495) 924-58-73