



# Эволюция поискового продвижения



# Вопросы владельцев сайтов

- «Почему продвижение стало дороже, при этом менее эффективным?»
- «Почему раньше продвижением сайта мог заниматься знакомый вебмастер, а сейчас только специализированная SEO компания?»
- «Кому платить деньги, чтобы были клиенты? Контекст не в счет»



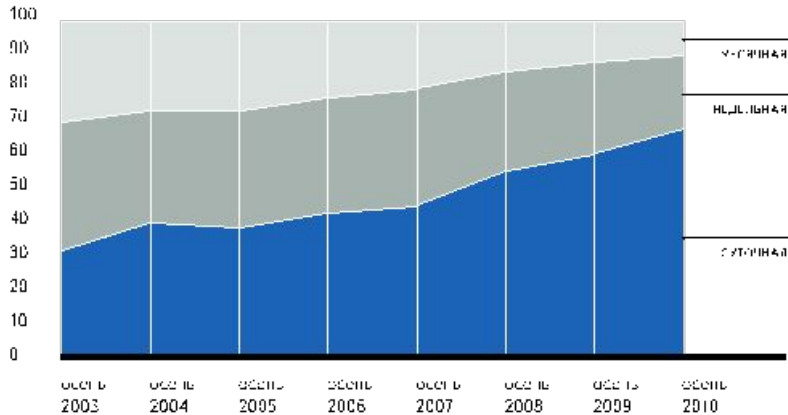
# Эволюция поисковых систем – как продвигали сайты раньше, и как сейчас?

- 1968 год – интернет стал использоваться как средство обмена информацией
- 1994 год – Yahoo систематизирует сайты по тематическим рубрикам с помощью каталога
- 1997 год – создание Google и Яндекс
- 1997-2000 – метатеги
- 2001-2002 – контент, дорвейная лихорадка
- 2003-2004 – линкаторы
- 2004-2006 – ссылки с главных страниц
- с 2006 по н.в. – эра бирж ссылок
- 2008 год – Яндексом закрыта информация о внешних ссылках
- 2010 года – поведенческий фактор в Яндексе
- 2011 год – Google и Bing уже используют социальные сети при ранжировании, скоро и Яндекс



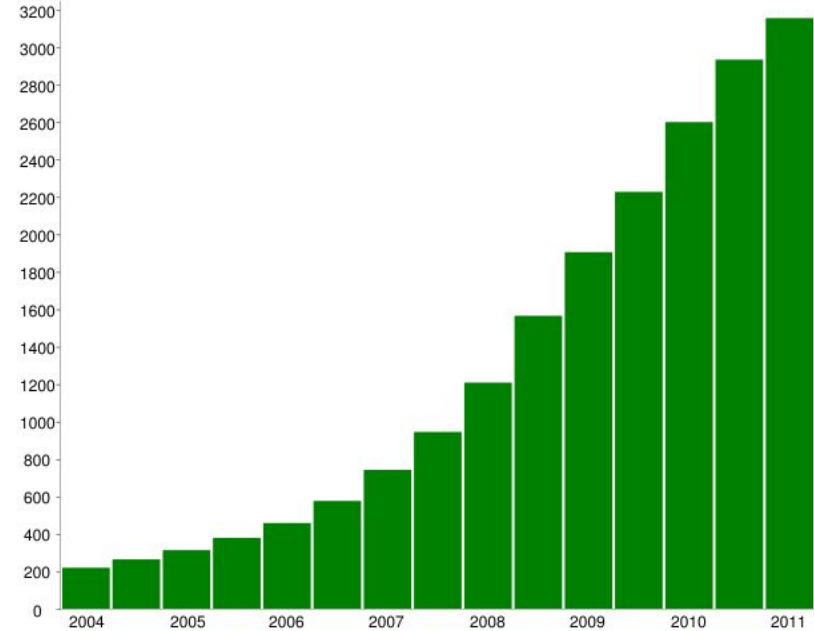
# Рост рунета

## ВОВЛЕЧЕННОСТЬ РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА, %

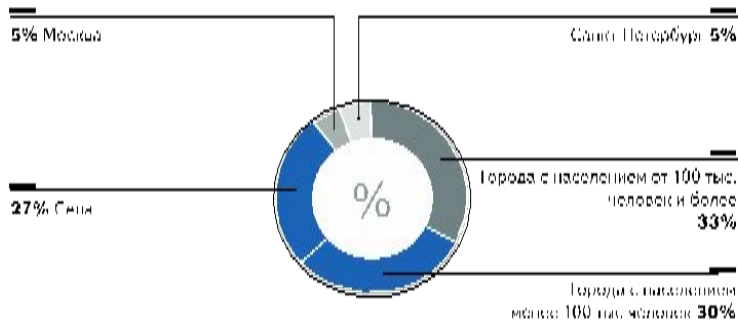


ПО ДАННЫМ СОС, НОЯБРЬ 2010

Рост числа доменных имён .RU (тыс. адресов)

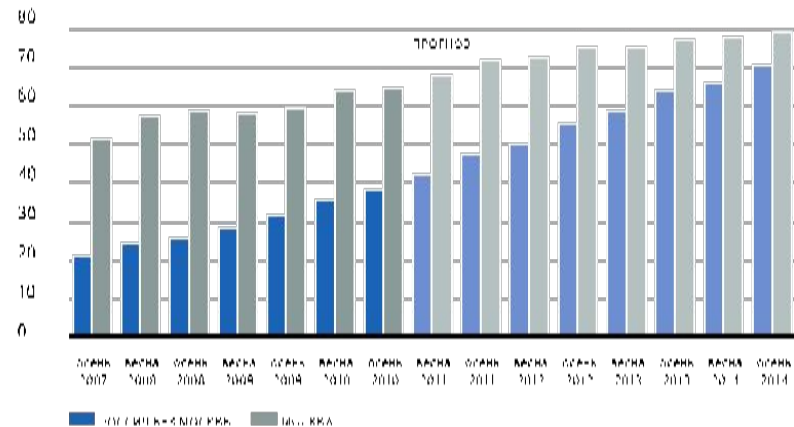


## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НОВЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА ПО НАСЕЛЕННЫМ ПУНКТАМ



ПО ДАННЫМ СОС, НОЯБРЬ 2010

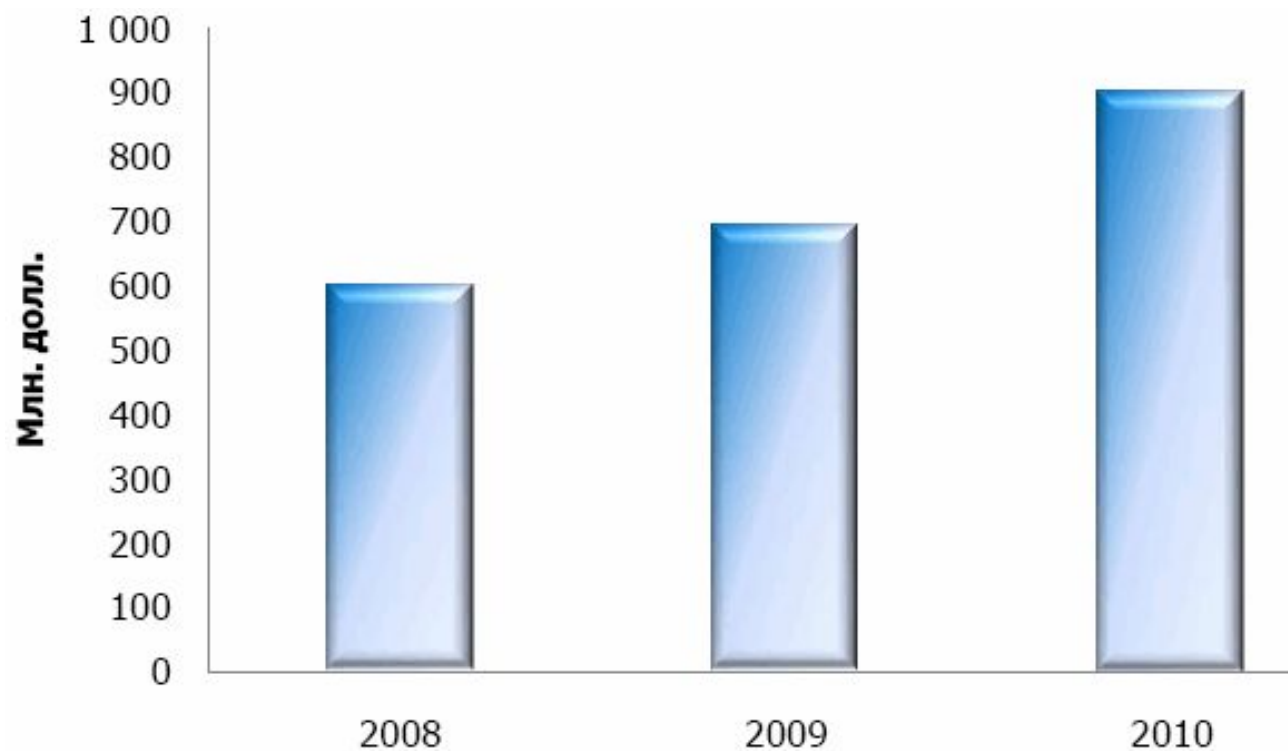
## ПРОГНОЗ: ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ (БЕЗ УЧЕТА СТОЛИЦЫ) И МОСКВЕ, %



ПО ДАННЫМ СОС И МОСКВА, МАРТ 2011

## Рост объема рынка интернет-рекламы

- Растет объем РФ:
  - первое полугодие 2011 – 500 млн. долларов
  - прирост на 57% по сравнению с 2010
- Объем рынка интернет рекламы Украины в 2011 – 60 млн. долларов, прирост 38%



## Темп роста рынков интернет рекламы в мире, 2010



Источник: JP Morgan, Morgan Stanley, e-Marketer, IAMAИ, J'son & Partners Consulting

## Вывод - попасть в топ10 стало сложнее

- Растет количество сайтов
- Растет количество пользователей интернета
- Совершенствуются алгоритмы поисковых машин
- Бизнес приходит в сеть
- Уменьшается количество мест в выдаче, их уже меньше 10 – технология «Спектр»
- Следствие – растет конкуренция



# Пример - топ10 по запросу «Iphone»

- 2 места – wikipedia.org
- 1 витальное место – apple.com
- 5 мест – трастовые некоммерческие ресурсы
- Осталось 2 места для коммерческих сайтов – из них один [megafon.ru](http://megafon.ru) =)



+ в выдачу встает директ, яндекс.



# Изменение алгоритма продвижения и ценообразования на SEO

## •Раньше:

Внутренняя оптимизация = текст = **результат**

## •Вчера:

Внутренняя + Внешняя оптимизация = текст + ссылки = **результат**

## •Сейчас:

Внутренняя + Внешняя оптимизация + Поведенческие факторы = текст + ссылки + работа с ПФ= **результат**

## •Завтра:

- что будут учитывать поисковые системы завтра?

## Миграция пользователей: рост аудитории социальных сетей

В конце 2007 года в социальных сетях было 210 млн. пользователей, сейчас только в фейсбуке более 750.000.000 активных пользователей

- 50% активных пользователей посещают фейсбук каждый день
- Средний юзер имеет более 130 френдов
- Каждый месяц люди проводят в фейсбуке более 700 млрд. минут

## Каких изменений ждать в будущем?

Взглянем на Запад и Америку – поисковые системы Bing и Google признают, что социальные сети влияют на релевантность сайтов (статья Danny Sullivan на [searchengineland.com](http://searchengineland.com))

### Итак, завтра:

Внутренняя + Внешняя оптимизация + Поведенческие факторы +  
Социальные сети = текст + ссылки + работа с ПФ + работа с  
социальными сетями = **результат**

**Вывод: Больше факторов влияет на успешное продвижение, следовательно возрастают трудозатраты и бюджеты**

# Что делать, чтобы сайт нравился поисковику?

Яндекс дает ответ:

*Главная задача Яндекса — отвечать на вопросы пользователей.*

*Чтобы сайт нравился пользователям, необходимо, как минимум:*

- создавать привлекательный дизайн,*
- повышать удобство интерфейсов,*
- наполнять сайт полезной информацией.*

... а еще – дизайн и доверие пользователей



# Как поисковая система меряет удовлетворенность пользователя?

- ручные оценки (асессоры)
- поведенческие факторы:
  - количество переходов
  - качество переходов (показатель отказов, возвраты в выдачу)
  - время на сайте
  - количество просмотренных страниц
  - и т.д.
- использует данные своих сервисов статистики (Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс)
- использует данные из браузеров (Яндекс.Бар, Гугл Хром)



# Как оптимизировать сайт?

- Внутренняя оптимизация
- Внешние факторы
- Поведенческие факторы
- Социальные факторы (уже скоро)



# Внутренние факторы – тексты в первую очередь

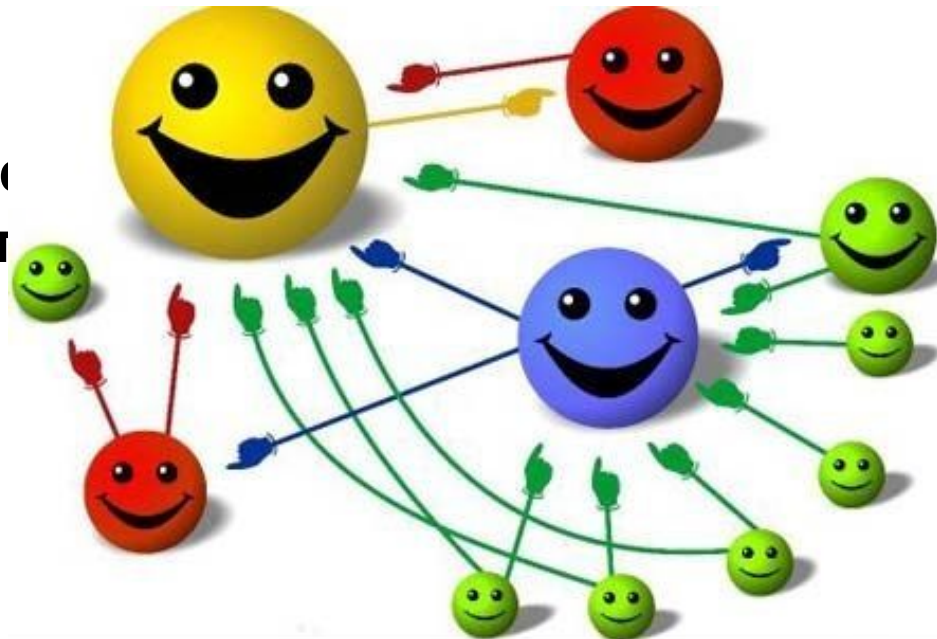
- Создавать новые страницы на сайте
- Постоянное обновление сайта сайт
- Правильная перелинковка
- Писать тексты с учетом продвижения под НЧ запросы одними внутренними факторами
- Улучшать контент на старых страницах – оптимизировать текст и теги, сделать более привлекательным для пользователя, с целью увеличения конверсии





# Внешние факторы – правильная стратегия получения ссылок

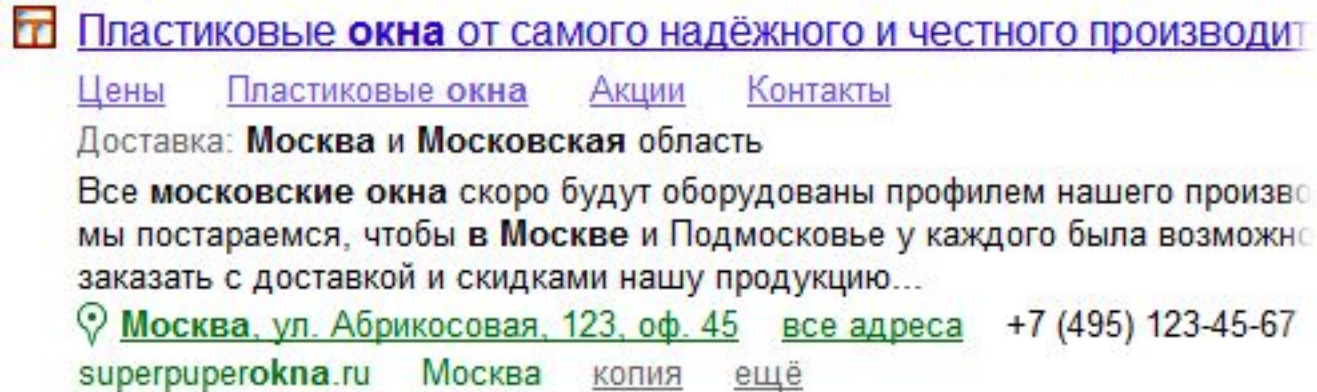
- Плавное увеличение ссылочной массы сайта
- **Четкий алгоритм подбора рекламных площадок:**
  - Яндекс Каталог
  - Тематические сайты
  - Региональные сайты
  - Сайты других тематик
- **Максимально использовать все возможности поиска страниц и размещение:**
  - Релевантный подбор
  - Поиск по ЯК
  - Рекламные блоки и т.д.





# Поведенческие факторы - ювелирная работа

- Увеличиваем кликабельность из выдачи, улучшая сниппет (webmaster.yandex.ru поможет)



- Улучшаем юзабилити сайта и привлекательность страниц с целью «задержать» пользователя на сайте – больше просмотренных страниц, больше времени на сайте, меньше отказов и возвратов к выдаче
- Не используем «накрутку» ПФ – будет только хуже

# Социальные факторы – работаем по всем фронтам

- Создаем группы в социальных сетях
- Ставим счетчики лайков
- Заводим твиттер

Работа с аудиторией в социальных сетях увеличивает лояльность, информационное поле, генерирует трафик на сайт, и как следствие увеличивает ПФ



## Вывод:

- постоянно развивать сайт – создавать новые страницы, оптимизировать уже созданные документы
- грамотно управляют ссылочной массой сайта, задействовав весь спектр сео-инструментов
- использовать помощь поисковых систем в улучшении отображения сайта в поиске (Яндекс.Вебмастера)
- смотреть в будущее и уже сейчас начинать работать с социальными сетями



# Бонус 1:

## Ссылки и статьи на службе пиарщика

По данным сервиса Pr.Sape, сегодня seo-инструменты решают задачи не только продвиженцев, но и интернет-маркетологов и пиар-менеджеров:

- Наполнение инфо-поля: обеспечение нужного количества публикаций
- Выдавливание негатива: убираем негативные результаты поиска из зоны видимости
- Улучшение репутации: топ10 из положительных отзывов и статей
- Уже сейчас – покупка лайков!



# БОНУС 2:

Статистика рекламных украинских площадок  
по данным Sape

**54700 сайтов** с регионом Украина

**14799 руб.** – средний ежемесячный доход  
популярных украинских сайтов

**360** - средний ТИЦ площадок, с показателем ТИЦ >  
100

**2032 сайтов** в Яндекс Каталоге

# БОНУС 3:

## Статистика продвигаемых сайтов

Продвигается сайтов – **17000**

Среднее число ссылок на продвигаемом сайте – **345**

**75%** сайтов продвигают несколько страниц

**только 20%** сайтов используют все seo-инструменты (sape + articles.sape + pr.sape)

Количество сайтов	Количество ссылок
8377	10-100
2272	101-200
2809	201-500
1294	501-1000
1144	> 1000

Количество сайтов	Бюджет на ссылки, руб.
11609	0-1000 руб.
1970	1000-2000
1579	2000-5000
511	5000-10000
227	> 10000



Савинов Петр

petr@sape.ru

