



Автоматизация работы со ссылками



Содержание

1. Автоматизация сегодня
 - Анализ конкурентов
 - Определение стоимости продвижения
 - Генерация анкорov
 - Подбор доноров
 - Снятие ссылок и коррекция бюджетов
2. Автоматизация завтра
 - Новая методология продвижения
 - пост-анализ вместо пре-анализа
 - Тематические и региональные наборы ссылок
 - Порядок linkbuilding'a.
 - Главный враг оптимизатора.
 - Автоматизация работы с условно бесплатными ссылками.



Часть I

Автоматизация сегодня

Аналитика

У кого на SEO-рынке есть данные для анализа ссылок и конкурентов?

- Крупнейшие компании
- Агрегаторы

Небольшая SEO-контора или фрилансер не могут позволить себе в течение полугода потратить около 1 млн рублей на сбор данных о сайтах и ссылках конкурентов.

Однако, некоторая аналитика есть в открытом доступе.



Роботы для роботов

- Megaindex
- Yazzle

Данные в этих сервисах собираются роботами, но и анализировать их могут **только роботы** (или китайцы).

Чтобы работать с этими аналитическими данными, также нужны средства - ок. 800 т.р. в течение года. Готовы ли небольшие компании инвестировать в аналитику?



Аналитика в агрегаторах

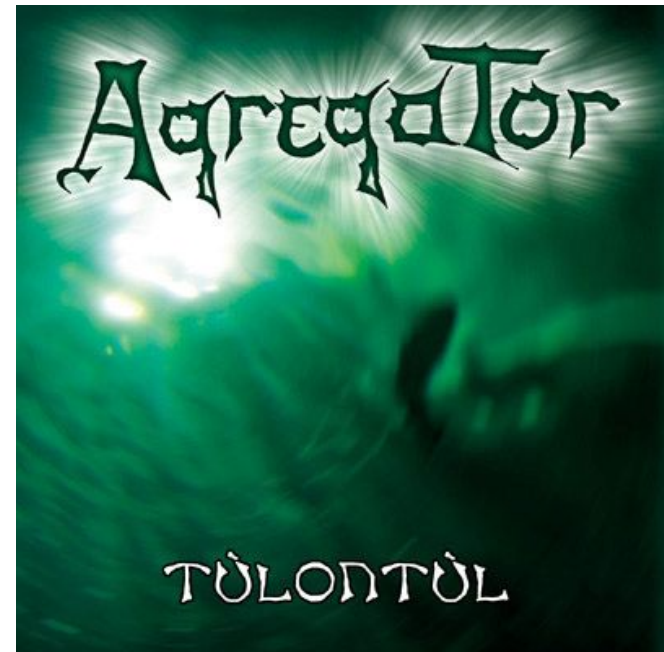
Стоимость продвижения определяется на основе установленных конкурентами ссылок и средних цен, полученных из ссылочных бирж + комиссии сервиса.

Используя собранную информацию о ссылках, агрегаторы проводят закупки ссылок, стараясь повторить ссылки конкурента. Далее, включаются фильтры (снятие ссылок), которые отсеивают ссылки «плохого качества».

Есть ли будущее у такой стратегии?

Чем дальше, тем меньше будет пользы от агрегаторов и систем «автоматического продвижения».

Исключение – предоставление различных сервисов.



Генерация анкоров

- Каждый ищет баланс между дешевизной и качеством.
- Простой автомат – дешев, качественный автомат – дорог,
- Ручной труд – дорог и бесперспективен.
- Погоня за массовой автоматизацией приводит к анкорам вида:
«Только тут! ВИЧ в Москве с доставкой! Гарантия.»
Такие анкеры – однозначное зло для всех.



Часть II

Автоматизация завтра

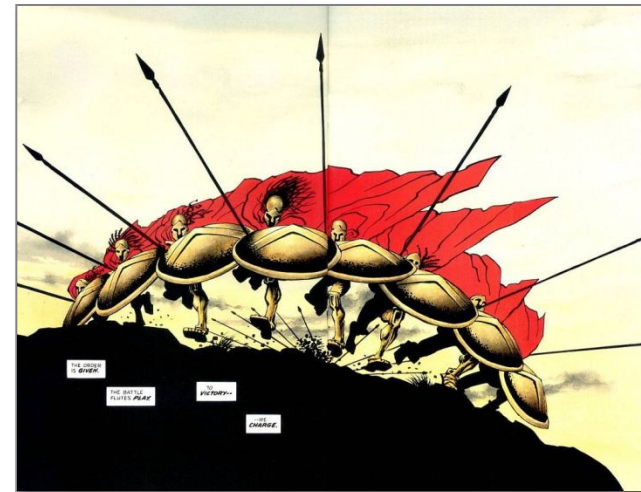
1. Западная методология linkbuilding'a в России

- **«Консультирование»**. Взимание оплаты за ссылки отдельно от консалтинга.
- Клиент в курсе, что такое ссылки и сколько они стоят.
- Пример такой работы в России – «Ашманов и партнеры». Европа и США работает преимущественно образом.



Как это работает на западе

- Ссылки: тенденция к дорогим инструментам, точечный выбор площадок.
- Можно обойтись малым количеством (десятки и сотни, а не тысячи) ссылок для достижения топа. Привет, Матрикснет!
- При кажущейся сложности, схема масштабируема: пример индийских оптимизаторов, работающих по инструкциям



Вывод / прогноз

- через некоторое время (от полугода до двух лет) в русском SEO будет очевидный набор ссылочных инструментов, без которых продвижение не будет успешным.
- Назовем такой набор «Джентльменским». Состав ссылок в таком наборе меняется от тематики к тематике.



Пример

- Если Вы продвигаете сайт кредитной организации "Банк Рот" из г. Чебоксары по кредитному пулу запросов (автокредит, кредит наличными и пр.), то Вам нужно получить ссылку со всех топовых бизнес-ресурсов (Banki.ru, pro-credit.ru, RBC и проч.), а также с основных сайтов Чувашии (cheb.ru и проч.).
- Если добавляете ипотечные запросы - добавляем ссылок с сайтов по недвижимости (kdo.ru и др.). И так далее.
- Такие наборы будут содержать до нескольких десятков ссылок.



Ещё пример.

- Уже несколько лет в России есть сайт, который входит в «джентльменский набор» SEO-специалистов - **Яндекс.Каталог**, на регистрацию в котором мы просим денег у клиента дополнительно.
- Известный тезис - сайты из Яки легче продвигать.



Поиск и подбор наилучших доноров

1. Составляем джентльменский набор (топовые отраслевые сайты)
 2. Если не хватило для топа – добавляем средних и мелких отраслевых сайтов
 3. Далее – страницы на нетематичных сайтах с ключевиками в title
 4. Нетематичные сайты с ключевиком в тексте страницы (контекстные ссылки)
 5. Все подряд.
- Если собирать доноров в обратном порядке, риски (санкции, перерасход средств) сильно возрастают. Забавно, но это самый популярный на сегодняшний день способ.
 - Если собирать доноров по порядку, все риски минимизируются.



«Многообразии» ссылочной экономики

	Аренда (р. /год)	«Навсегда»
ТИЦ < 100	120	100
100 < ТИЦ < 500	300	500
500 < ТИЦ < 1000	450	700
ТИЦ > 1000	960	1500

Данные по системам Articles.sape и Pr.sape

- Вывод: для ссылок и статей с различных категорий сайтов выгодны разные системы оплаты.
- Покупка ссылок и статей всех типов поддается автоматизации - через API.

Главный враг оптимизатора

- Мы сами научили клиентов гарантиям. Теперь необходимо **разбивать этот стереотип и делать новый** – удобный для нас, либо **уходить в другие области** (контекст, SMO и пр).
- Это два единственно возможных выхода из образовавшегося в клиентском SEO болота.



Автоматизация работы с условно бесплатными ссылками

Автоматизация стоит денег (720 т.р. в год). Велика вероятность, что дешевле купить платные ссылки того же качества.

А если на рынке появляются открытые инструменты работы с такими ссылками, все скатывается в спам (судьба такая), и инструмент перестает работать.





Вопросы?

