

VI конференция «Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в Интернете»

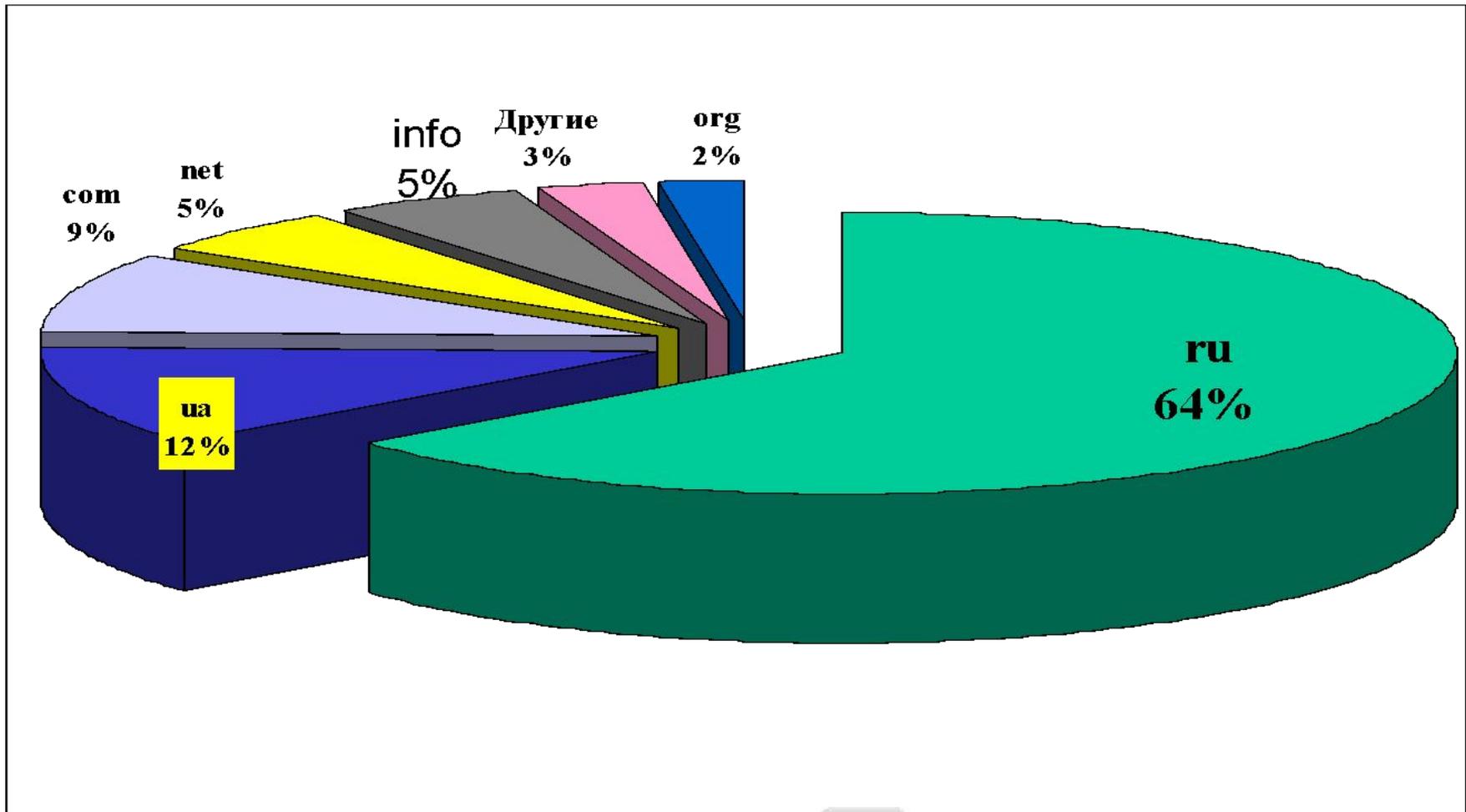
«Динамика уровня цен на ссылки в Рунете по данным CLX.RU за февраль-сентябрь 2007 года »

Москва, 15-16 ноября

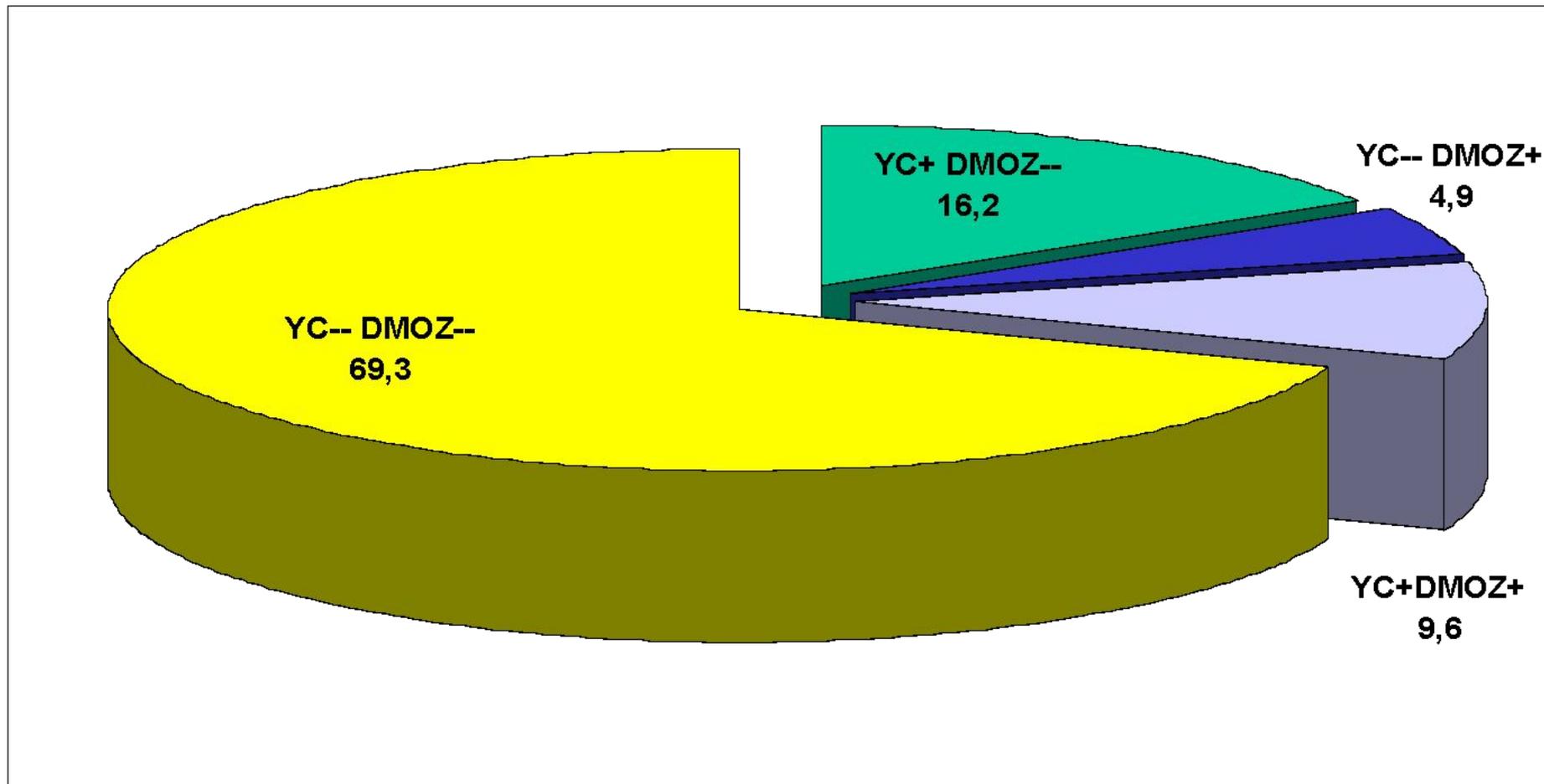


ООО «Рекламный Брокер КЛХ.ру»
(495)540-36-35

1. Доменные зоны



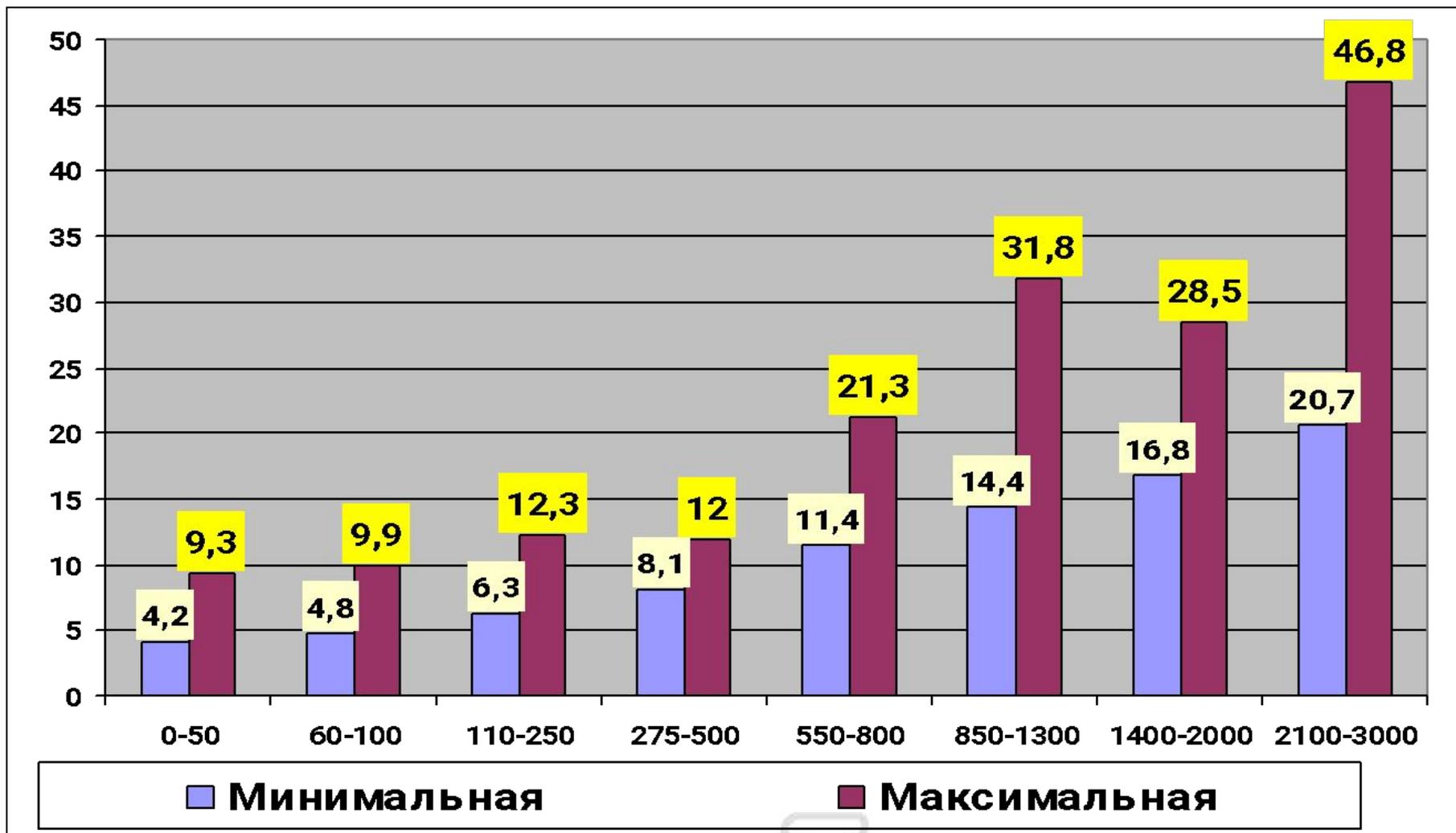
2. Наличие в каталогах



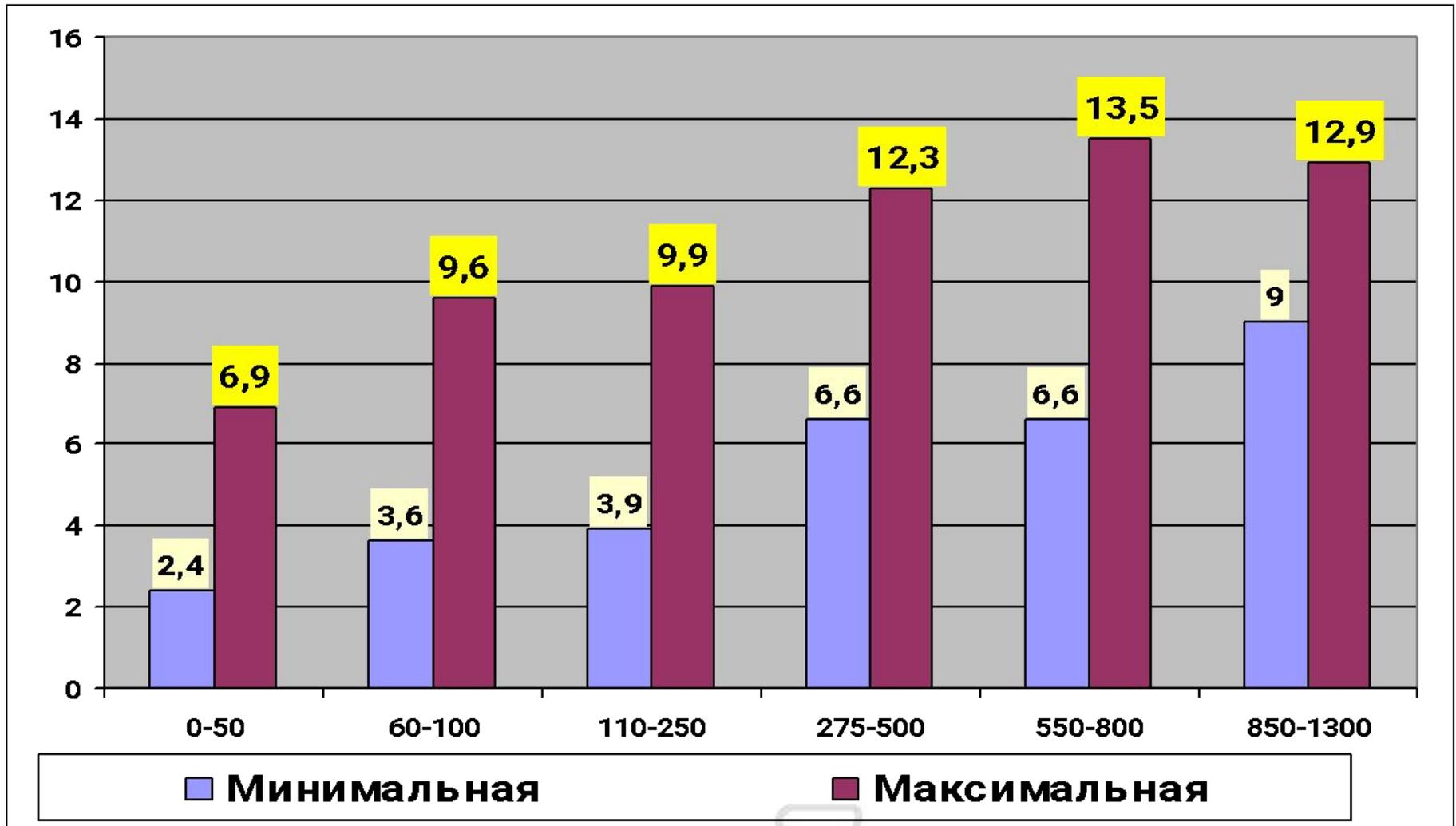
3. Наличие в каталогах

Наличие в каталоге	Средняя цена Сентябрь 2007	Средняя цена февраль 2007	Рост в процентах
УС+ DMOZ --	9,9	6,12	61,8
УС- DMOZ+-	9,6	4,71	103,8
УС+ DMOZ +	12,45	9,73	28,0
УС-- DMOZ --	6	3,105	93,2
СРЕДНЯЯ ИТОГО	7,5	4,23	77,3

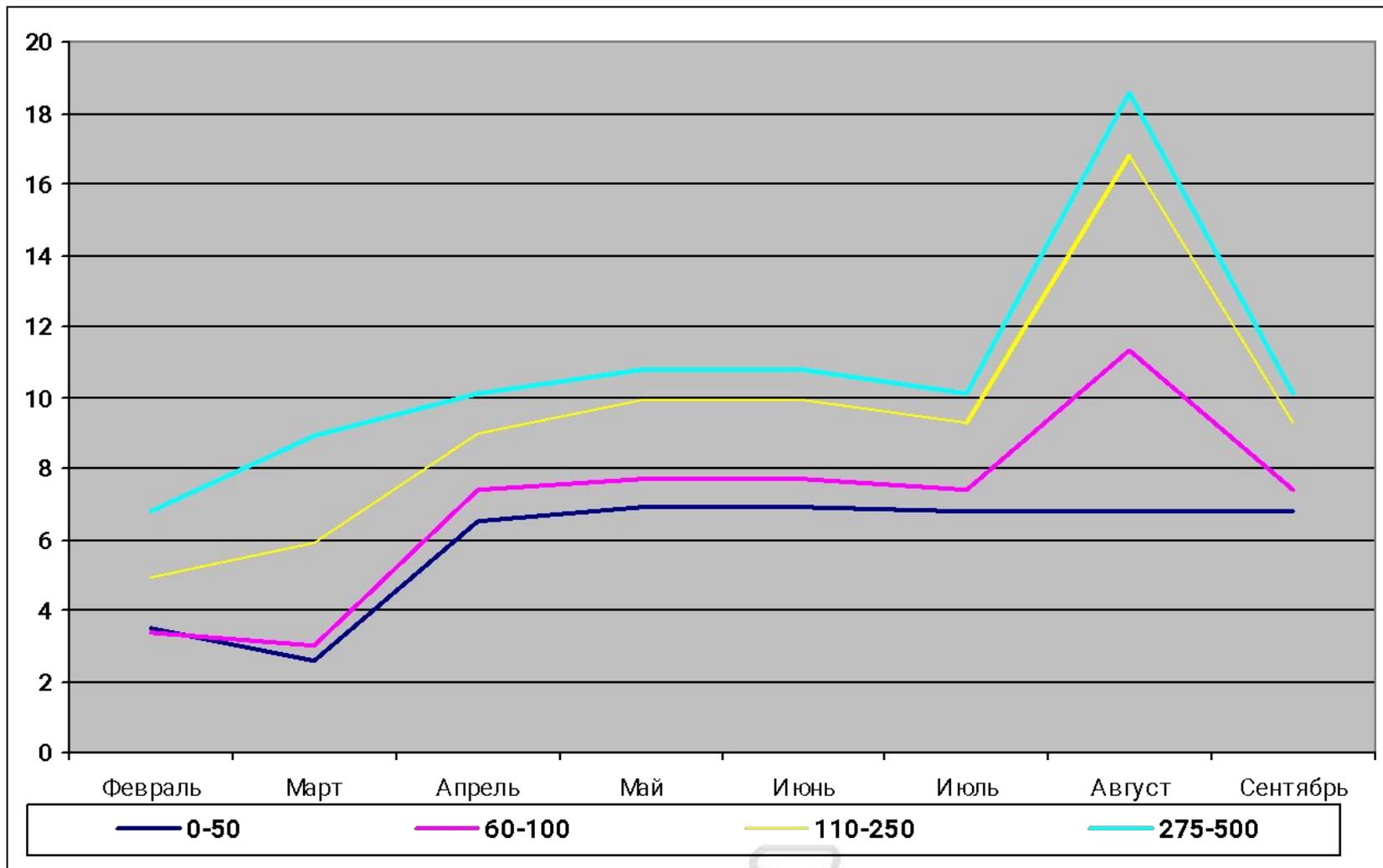
4. Цена в зависимости от ТИЦ (УС+)



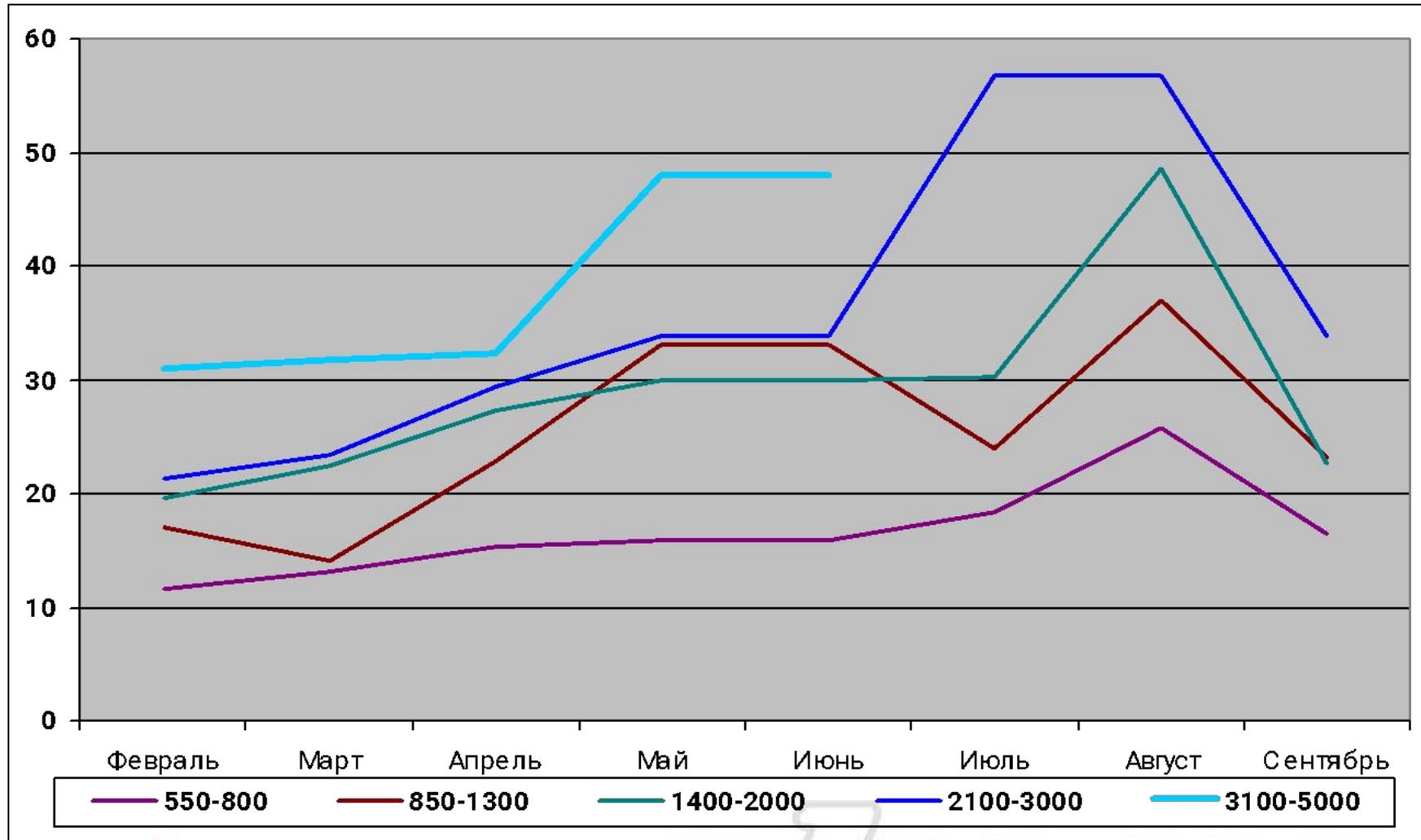
5. Цена в зависимости от ТИЦ (УС-)



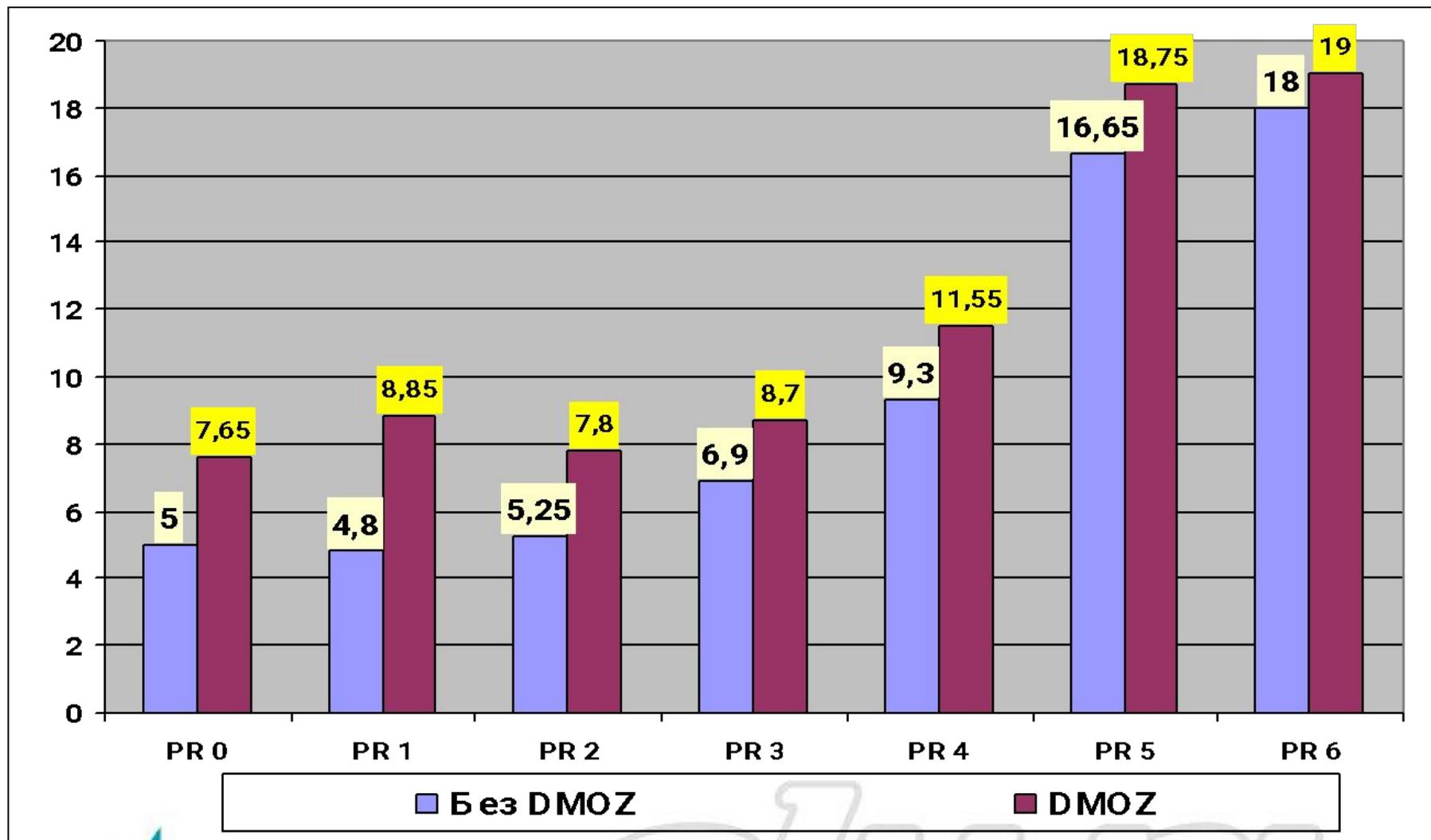
6. Уровень цен на сайты с ТИЦ до 500.



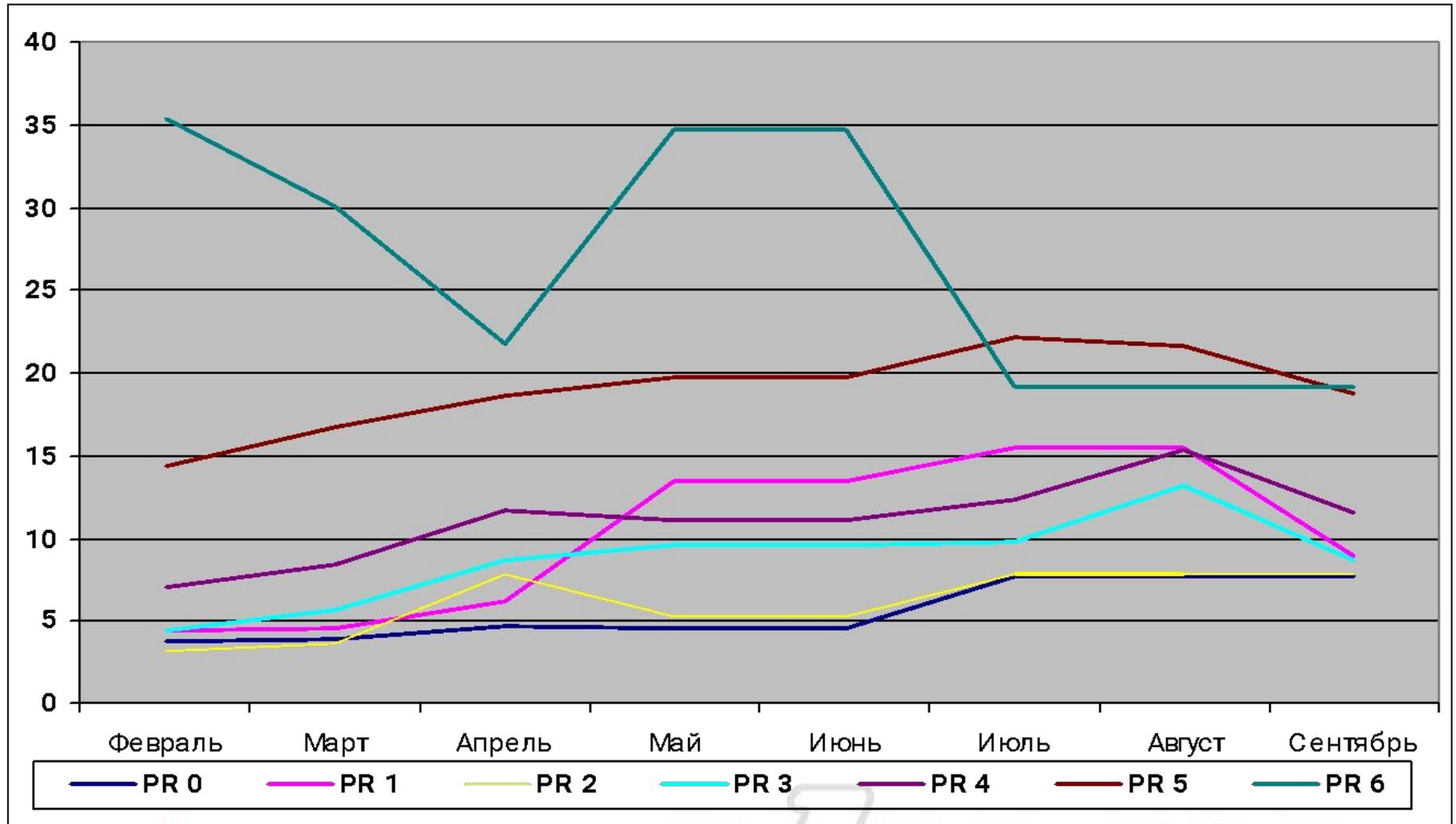
7. Уровень цен на сайты с ТИЦ от 500.



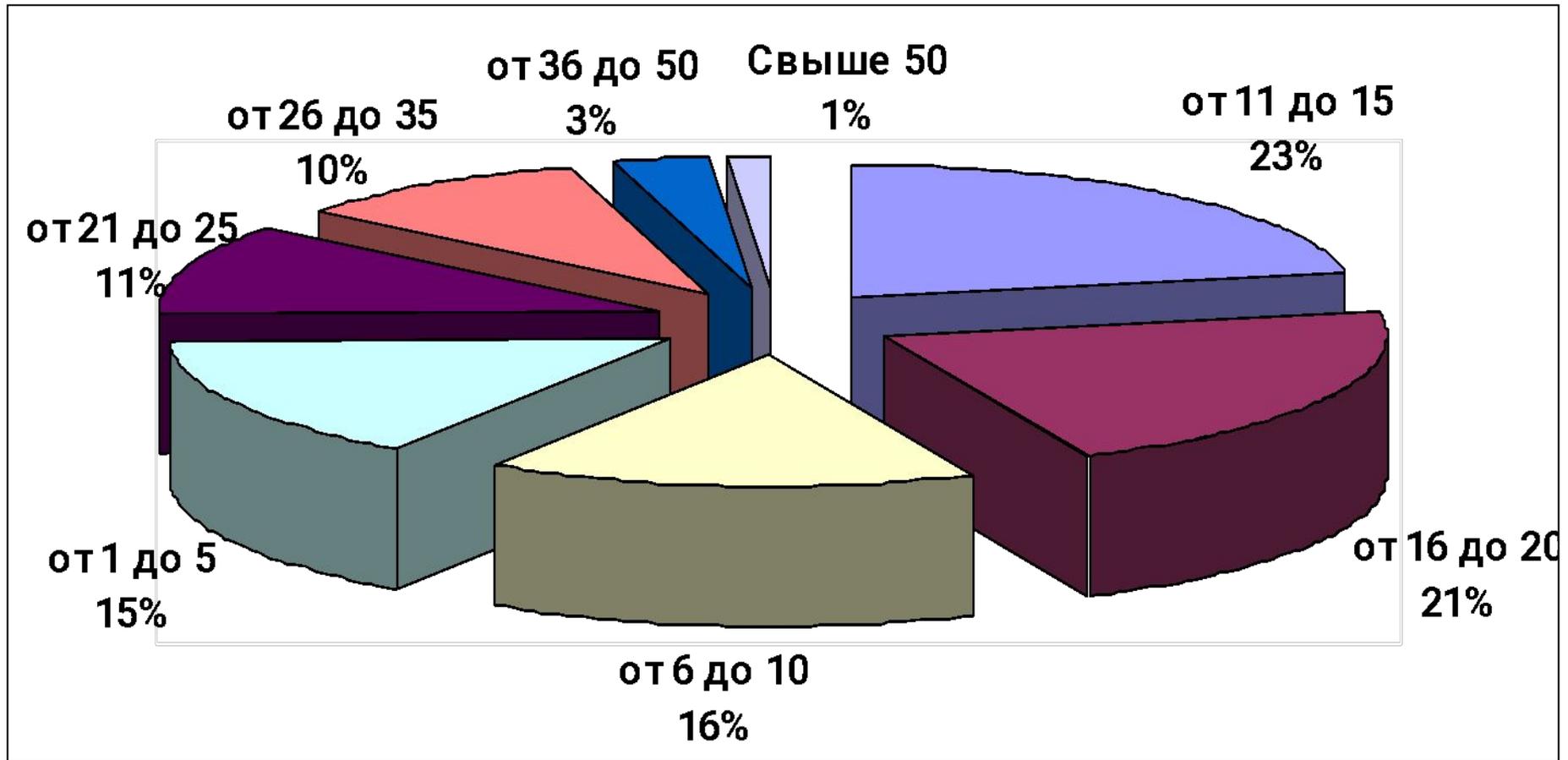
8. Уровень цен в зависимости от PR и наличия в DMOZ.



9. Динамика цен в зависимости от PR.



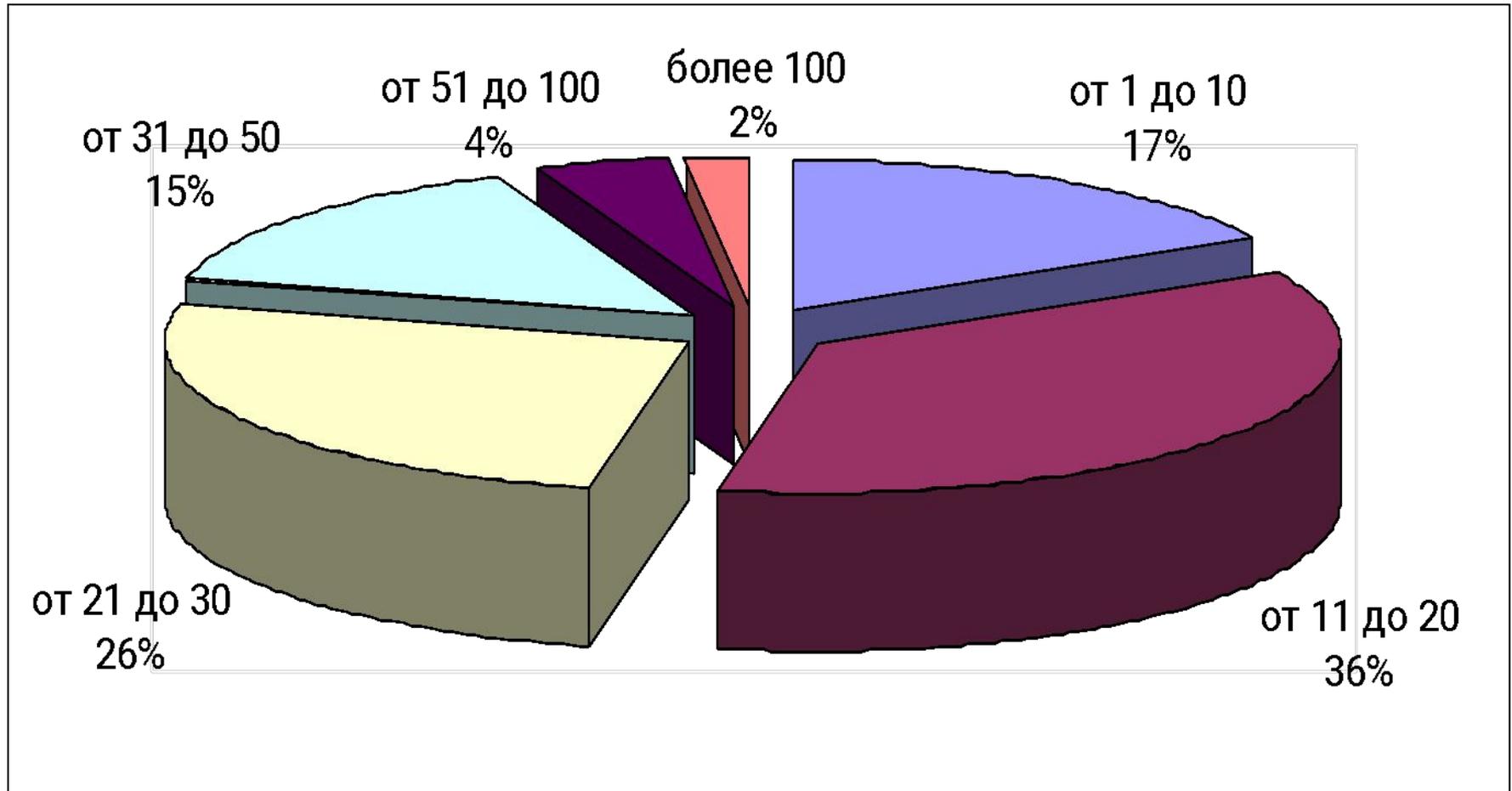
10. Доля сайтов с различным количеством внешних ссылок (сентябрь 2007).



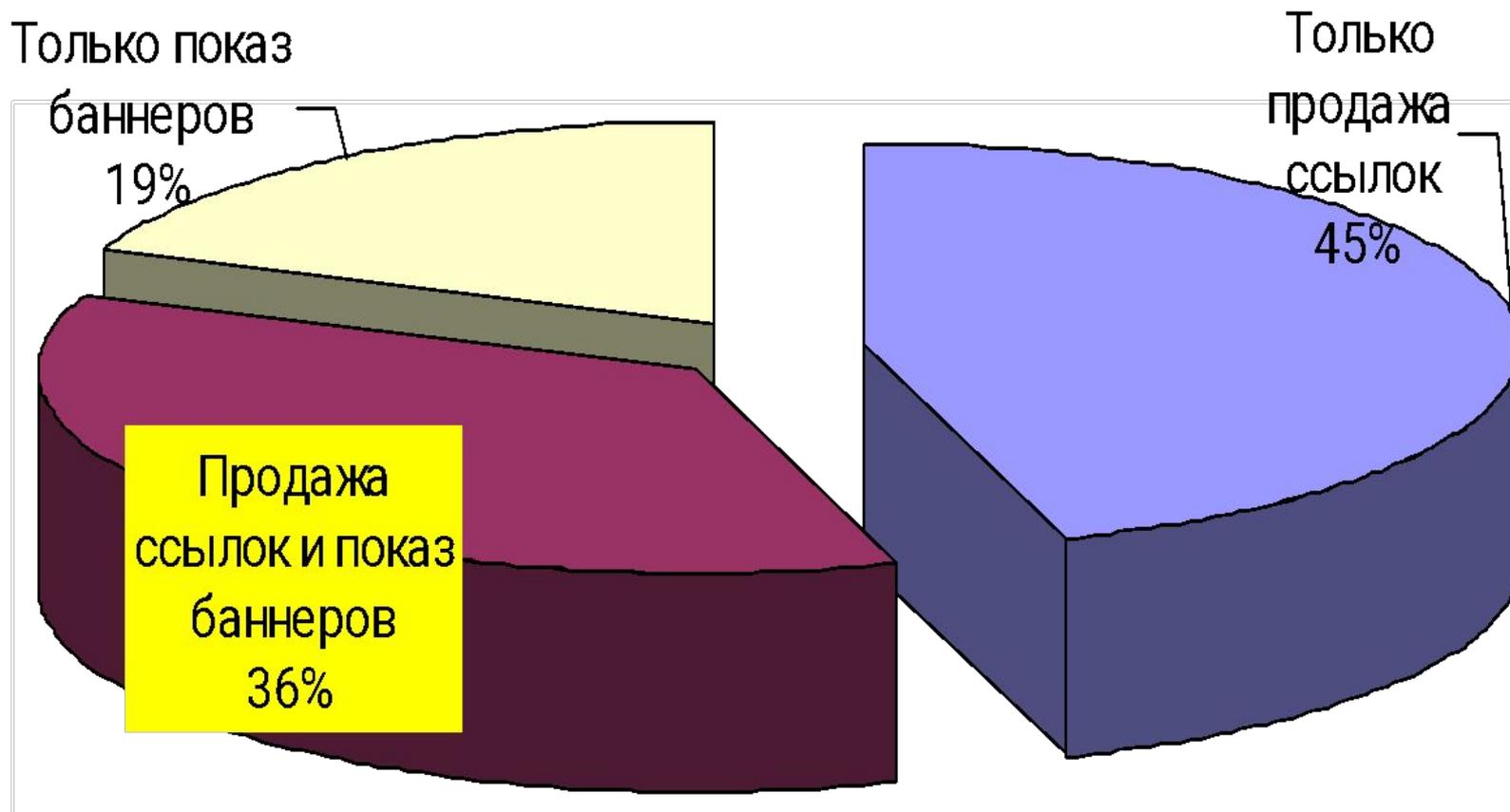
11. Изменение цен в зависимости от количества внешних ссылок.

Внешних ссылок	Сентябрь 2007	Февраль 2007	Изменения за период
от 1 до 5	9,0	4,7	4,3
от 6 до 10	17,1	14,8	2,3
от 11 до 15	23,6	25,1	-1,5
от 16 до 20	23,0	24,0	-1
от 21 до 25	12,3	14,1	-1,8
от 26 до 35	10,5	14,3	-3,8
от 36 до 50	3,2	2,9	0,3
Свыше 50	1,4	0,1	1,3

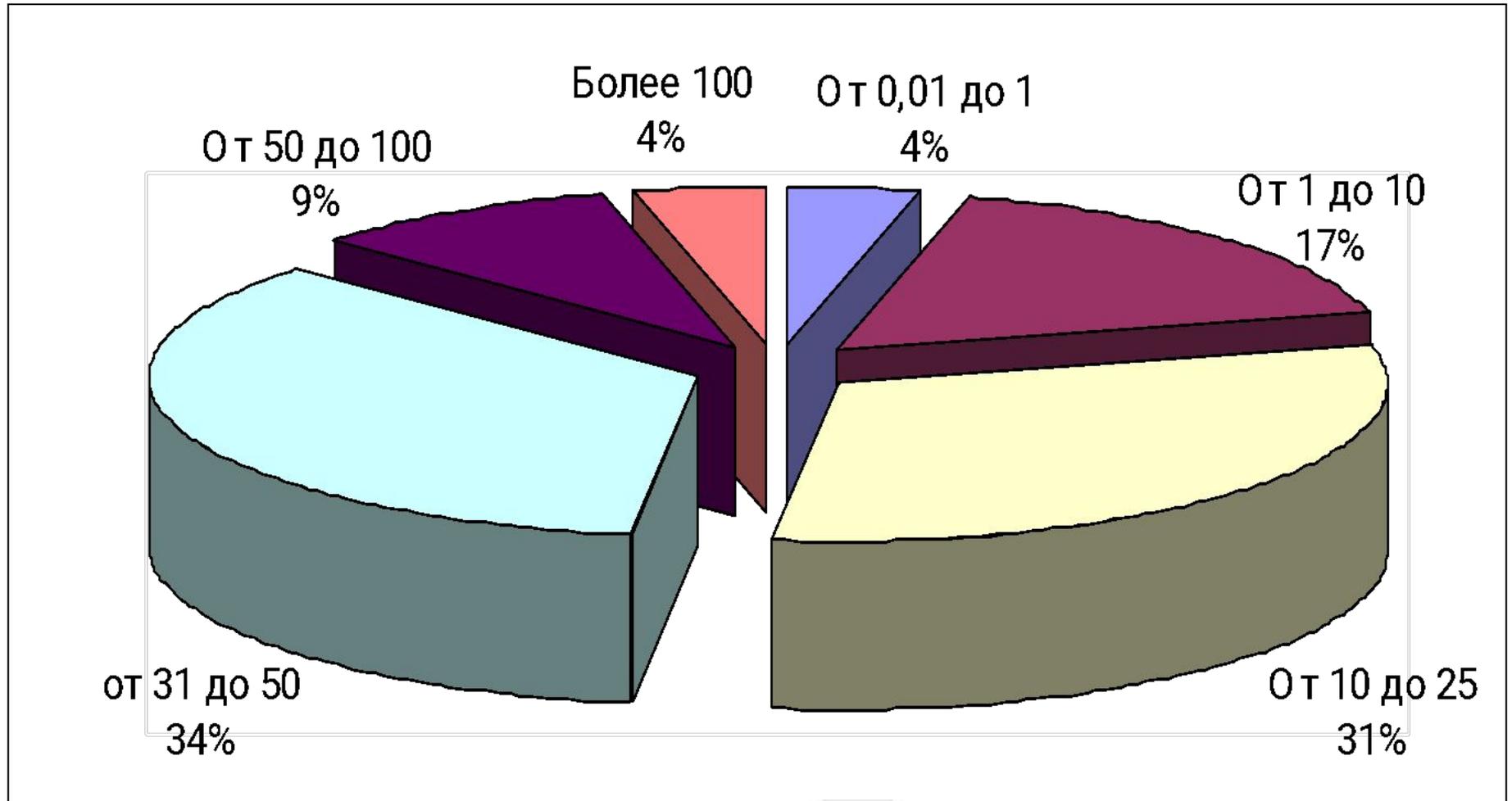
12. Среднее количество партнеров в одной программе.



13. Участие партнеров в различных типах программ.



14. Доход владельцев сайтов.



Краткие выводы.

1. Оптимизаторы отдают предпочтение ссылкам с доменов в зоне RU;
2. Активно развиваются сайты в зоне UA, однако им еще далеко до российских;
3. Более 2/3 всех сайтов не зарегистрированы ни в каталоге DMOZ ни в Я-каталоге;
4. Хотя поисковая активность оптимизации под поисковую систему Google в настоящее время и уступает Яндекс, темпы роста в % выше;
5. Попадание сайты в один из каталогов дает увеличение стоимости ссылки в среднем на 35-40%;
6. Стоимость ссылок на сайтах с очень низкими показателями практически не изменяется и держится на уровне 5-6 у.е. в месяц;
7. Стоимость ссылок с сайта чуть ниже среднего и средних постепенно растет;



Краткие выводы.

8. Стоимость ссылок с дорогих качественных сайтов очень сильно подвержена влиянию нескольких крупных рекламодателей;
9. Примерно половина всех сайтов размещают от 10 до 20 внешних ссылок у себя на главной странице, еще 30% - от 1 до 10, и тенденция к тому, что количество внешних ссылок на большинстве сайтов сокращается;
10. Появляется большое количество небольших сайтов-сателитов с низкими показателями;
11. Есть тенденция к тому, что создаются сайты специально под продажу ссылок, за которыми никто не следит, и на них размещается огромное количество ссылок по бросовым ценам.
12. Среднее количество сайтов в одной программе – 19, одна ссылка используется в среднем от 2 до 5 раз;

Краткие выводы.

13. Партнеры выводят примерно половину всех заработанных средств. Остальное они тратят на собственную рекламу;

14. Один вэб-мастер управляет в среднем 8 сайтами в системе.

Наши координаты.

Российское подразделение:

Название организации: ООО «Рекламный Брокер КЛХ.ру»

Телефон/факс в Новосибирске: (383) 210-57-00

Телефон/факс в Москве: (495) 540-37-49

<mailto:manager@clx.ru>

<http://www.clx.ru>

Украинское подразделение:

Частное Предприятие "Маркетинг Микс"

Телефон/факс в Одессе (048) 785-81-90



ООО «Рекламный Брокер КЛХ.ру»
(495)540-36-35