

# **VI конференция «Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в Интернете»**

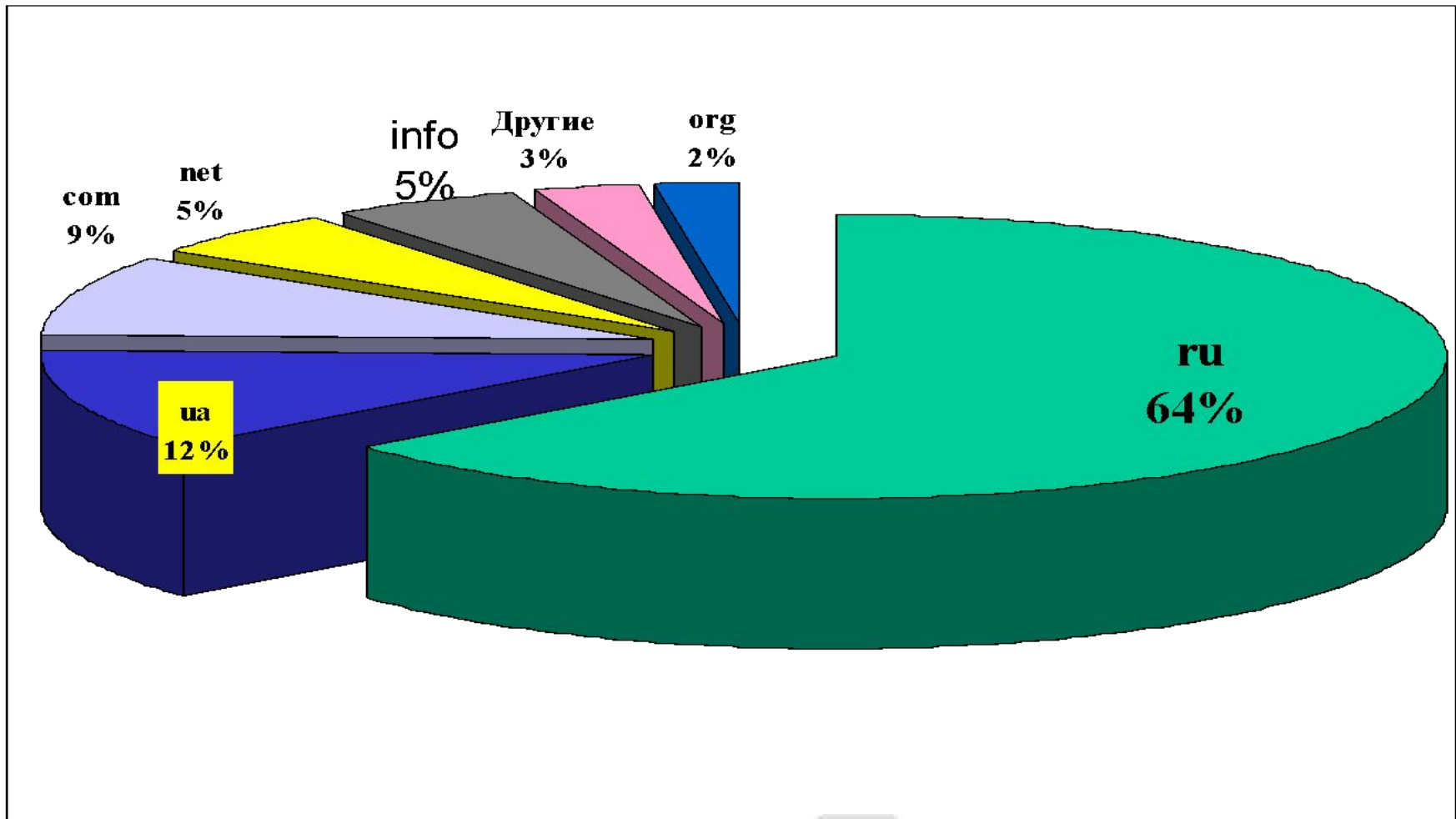
## **«Динамика уровня цен на ссылки в Рунете по данным CLX.RU за февраль-сентябрь 2007 года »**

Москва, 15-16 ноября

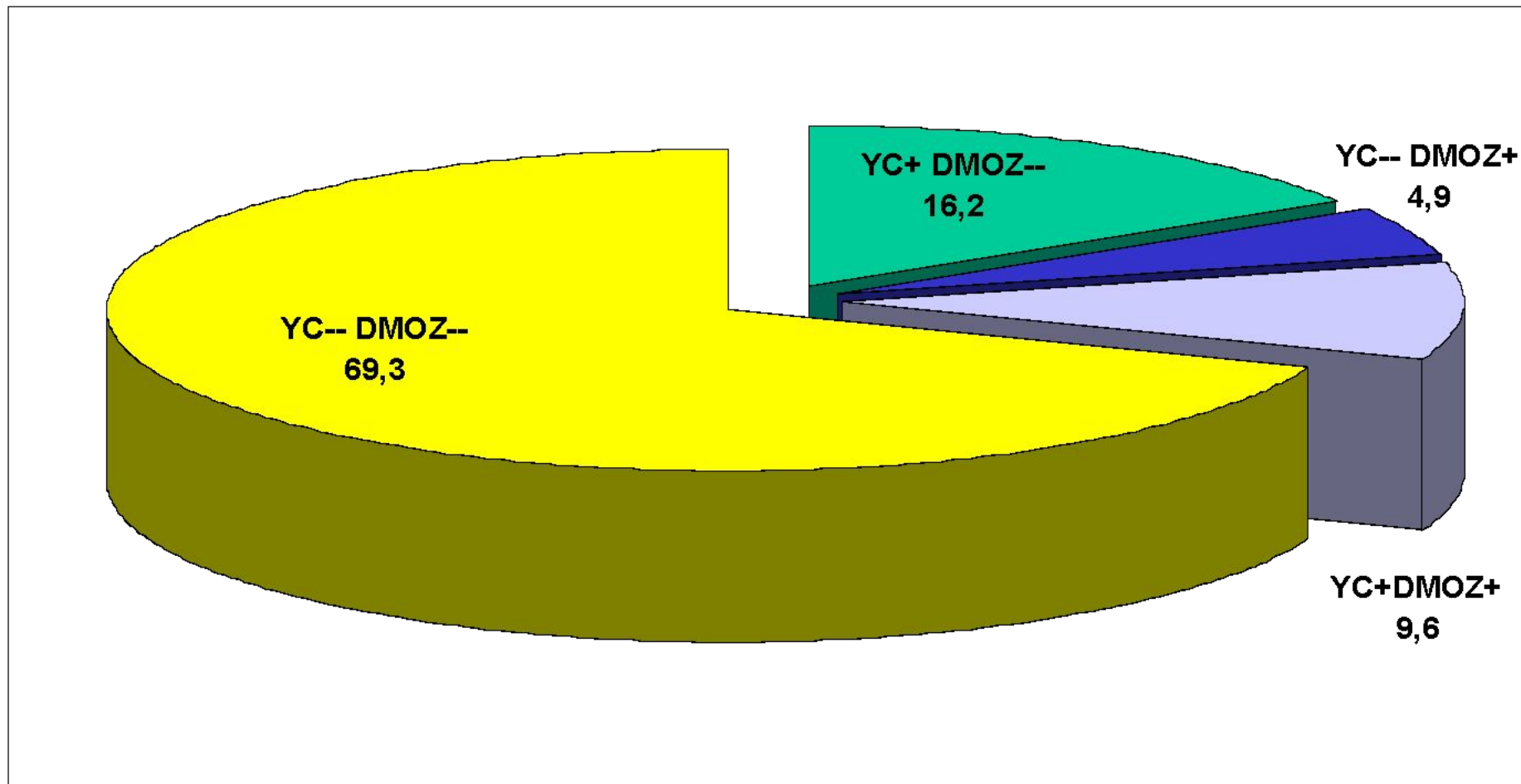


ООО «Рекламный Брокер КЛХ.ру»  
(495)540-36-35

# 1. Доменные зоны



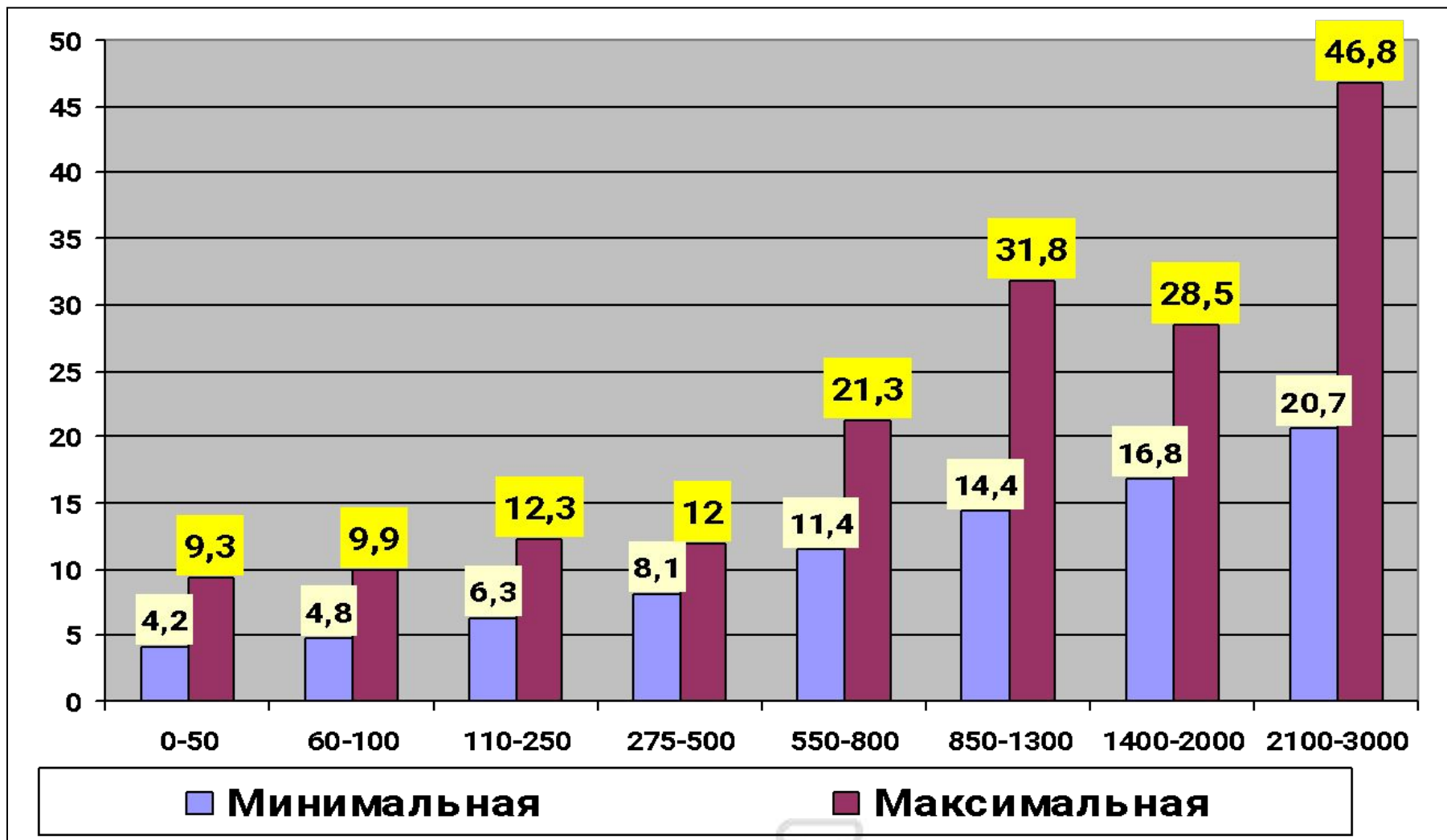
## 2. Наличие в каталогах



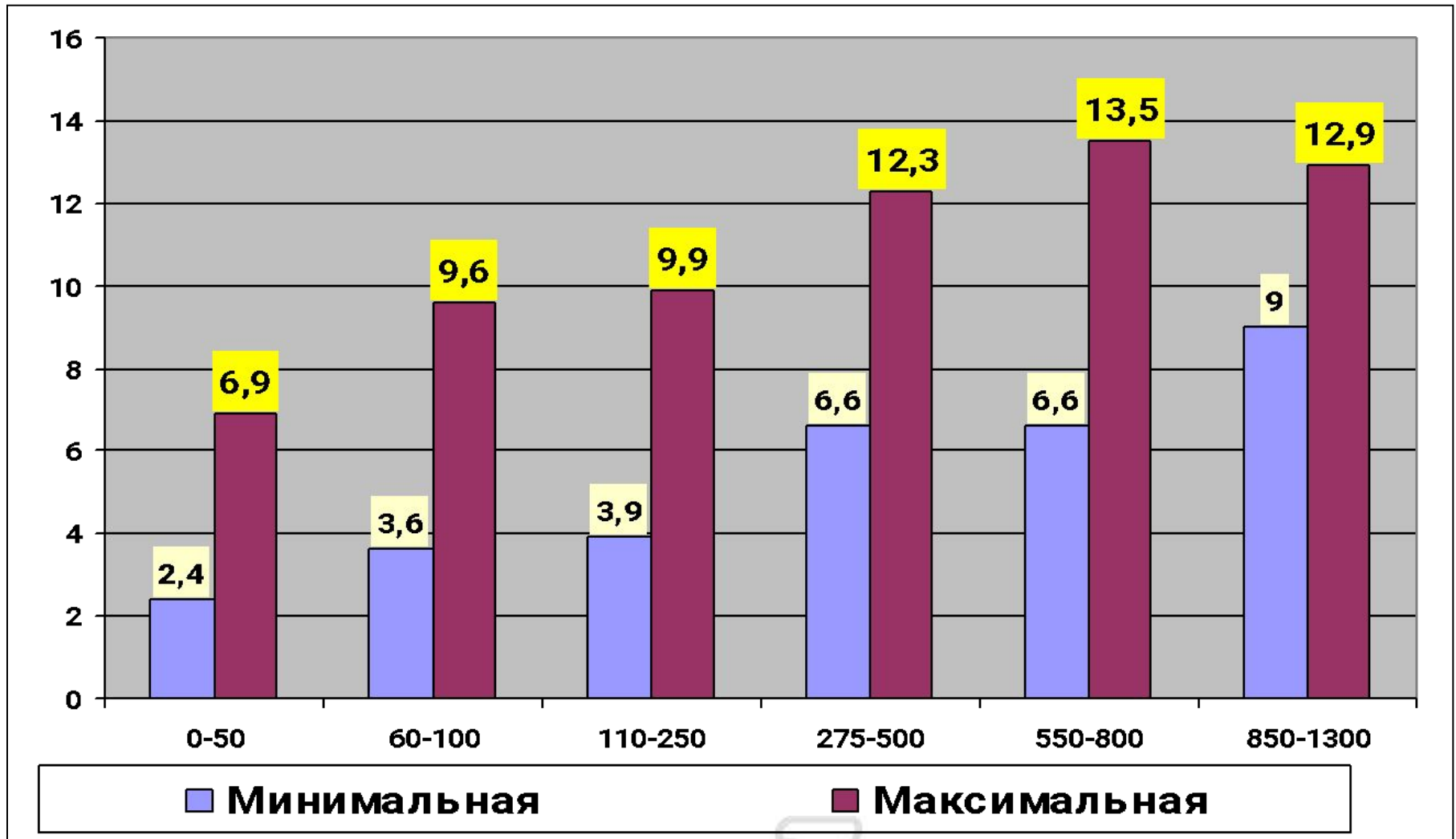
### 3. Наличие в каталогах

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
<b>СРЕДНЯЯ ИТОГО</b>	7,5	4,23	77,3

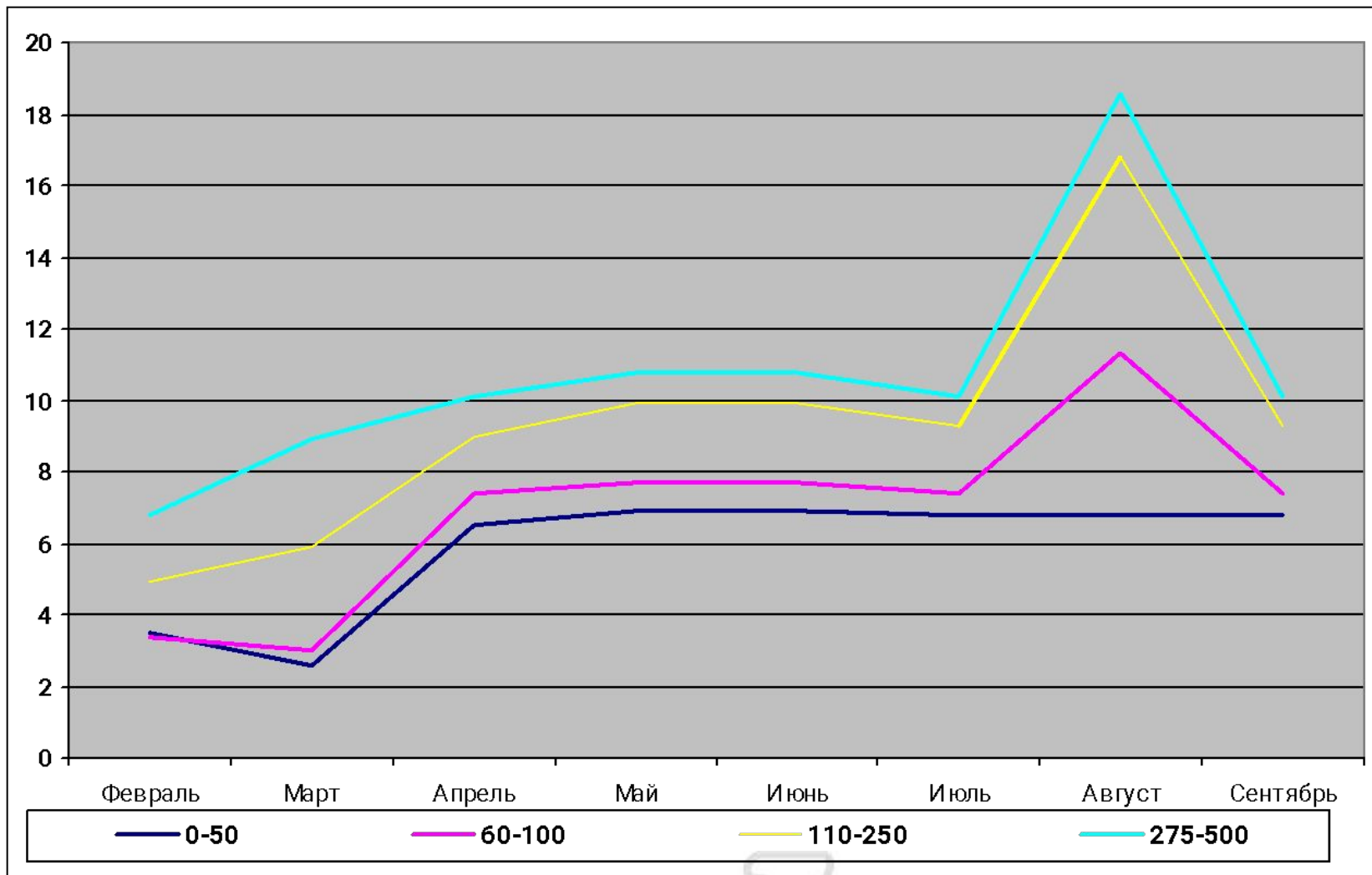
## 4. Цена в зависимости от ТИЦ (УС+)



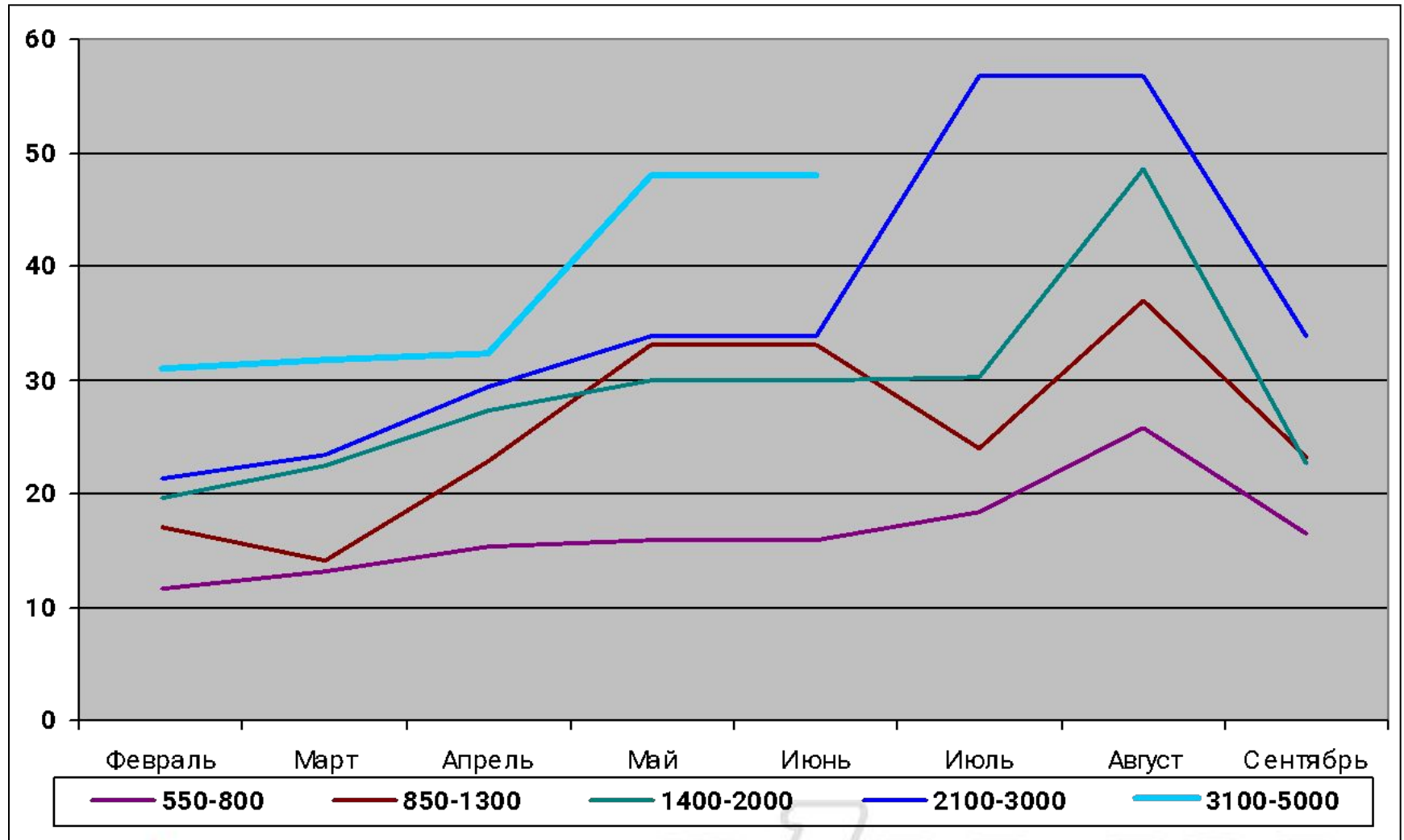
## 5. Цена в зависимости от ТИЦ (УС-)



## 6. Уровень цен на сайты с ТИЦ до 500.

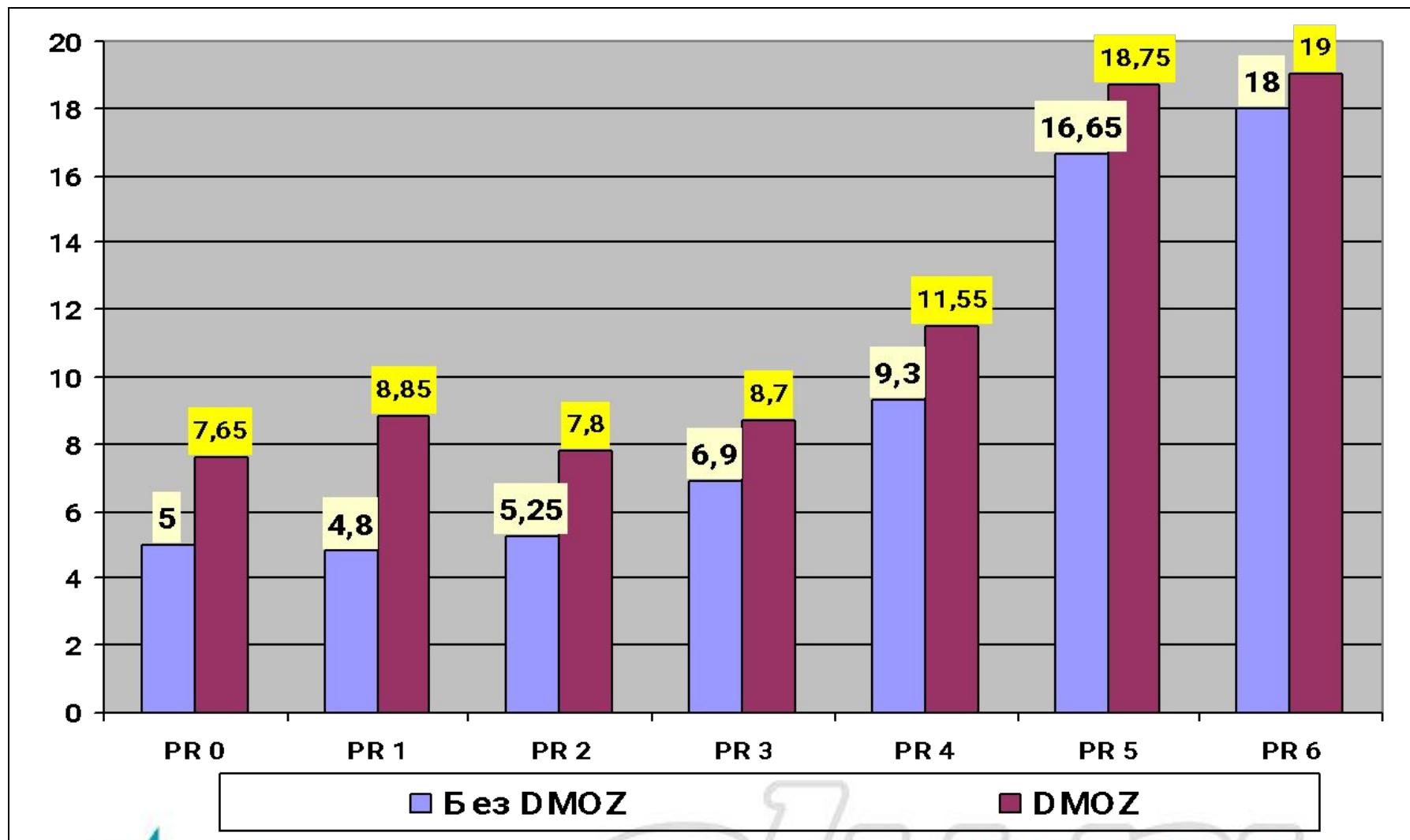


## 7. Уровень цен на сайты с ТИЦ от 500.

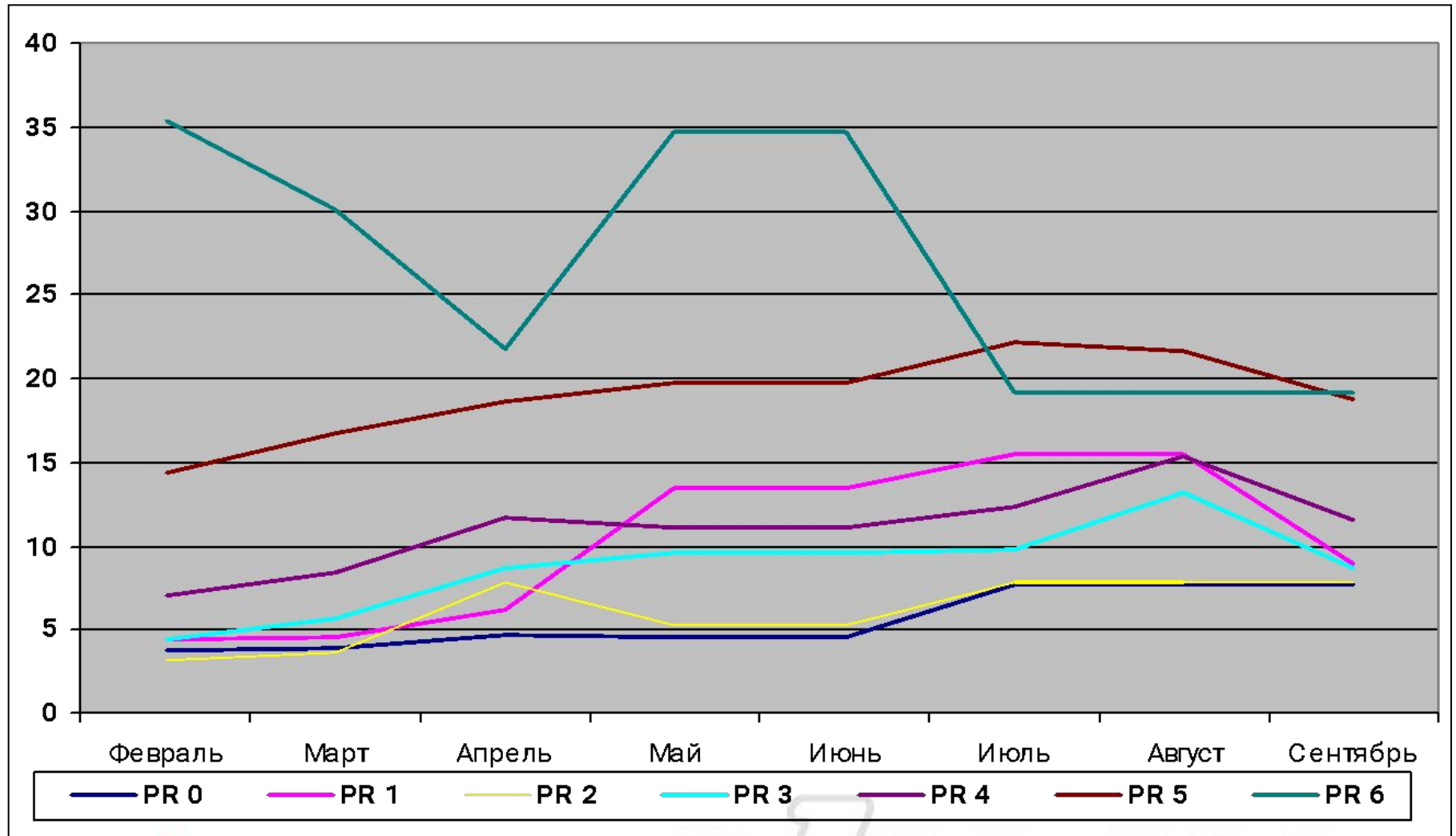




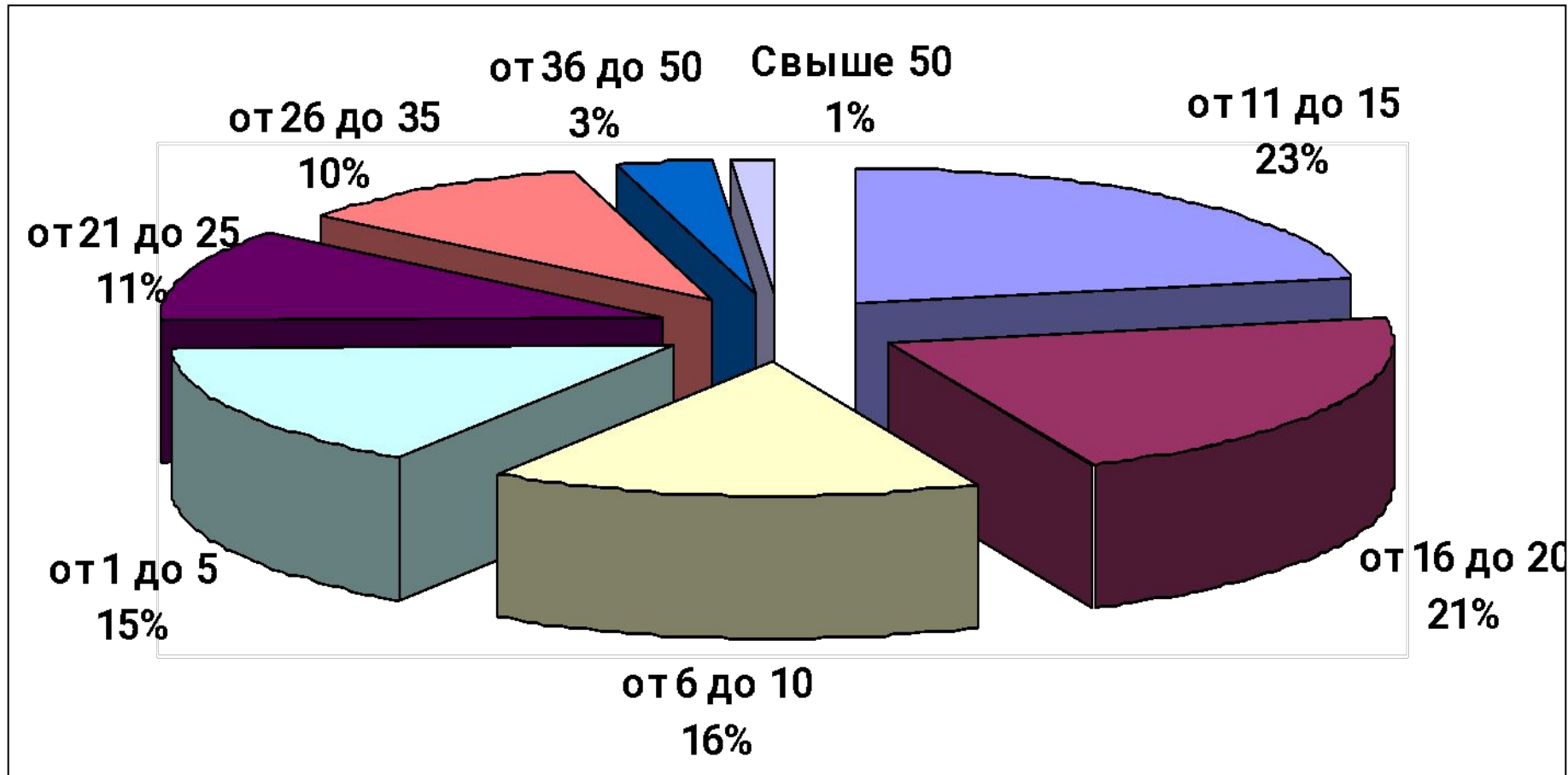
## 8. Уровень цен в зависимости от PR и наличия в DMOZ.



# 9. Динамика цен в зависимости от PR.



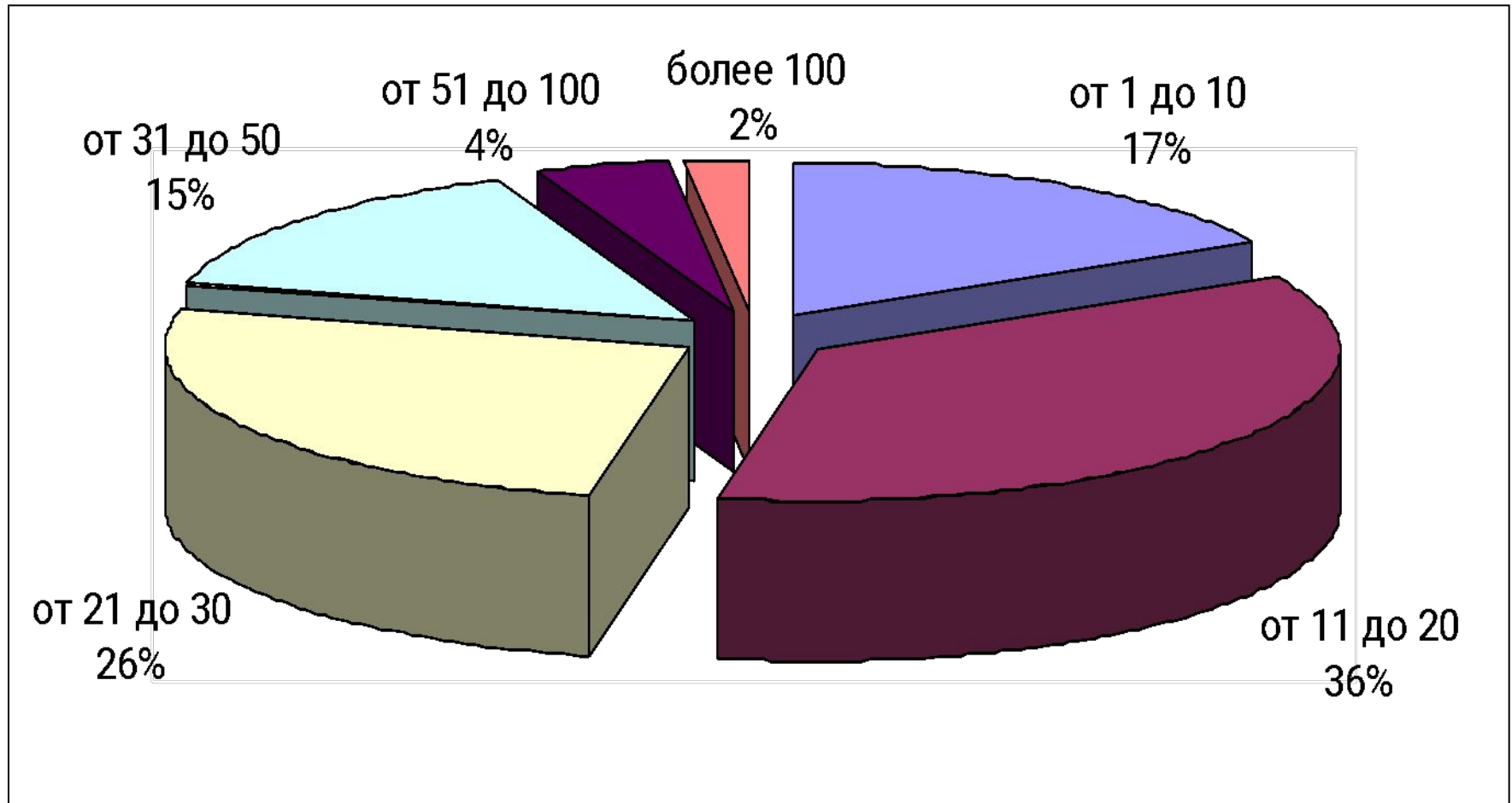
# 10. Доля сайтов с различным количеством внешних ссылок (сентябрь 2007).



## 11. Изменение цен в зависимости от количества внешних ссылок.

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

## 12. Среднее количество партнеров в одной программе.

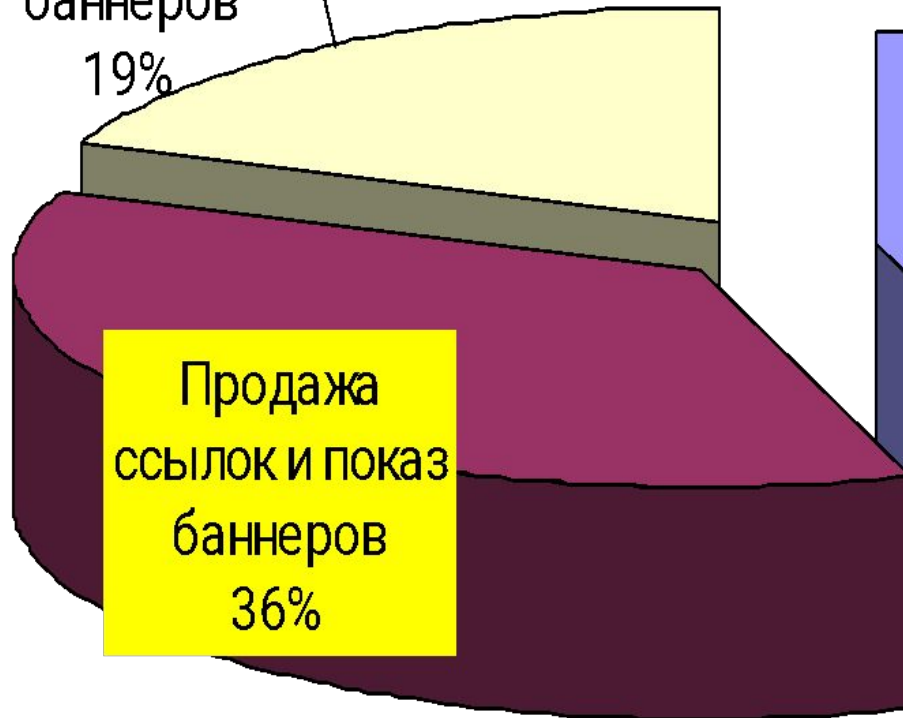


### 13. Участие партнеров в различных типах программ.

Только показ

баннеров

19%

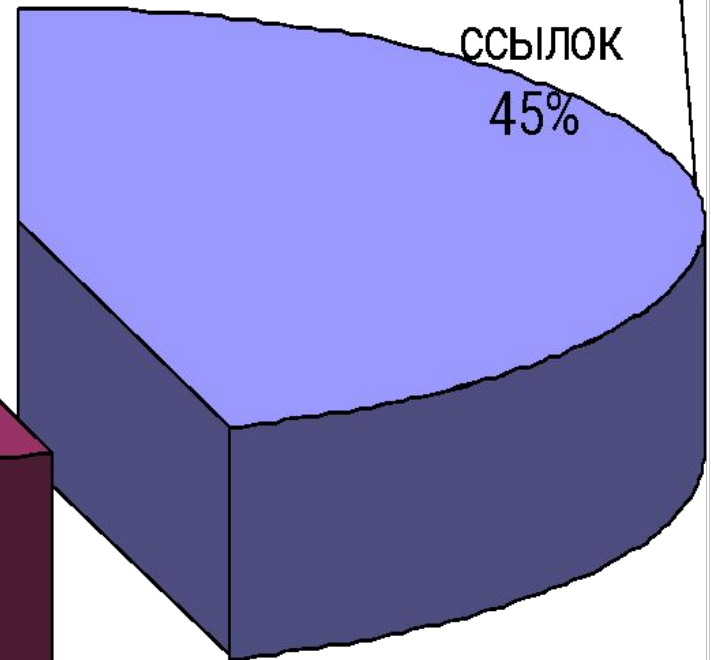


Продажа  
ссылок и показ  
баннеров  
36%

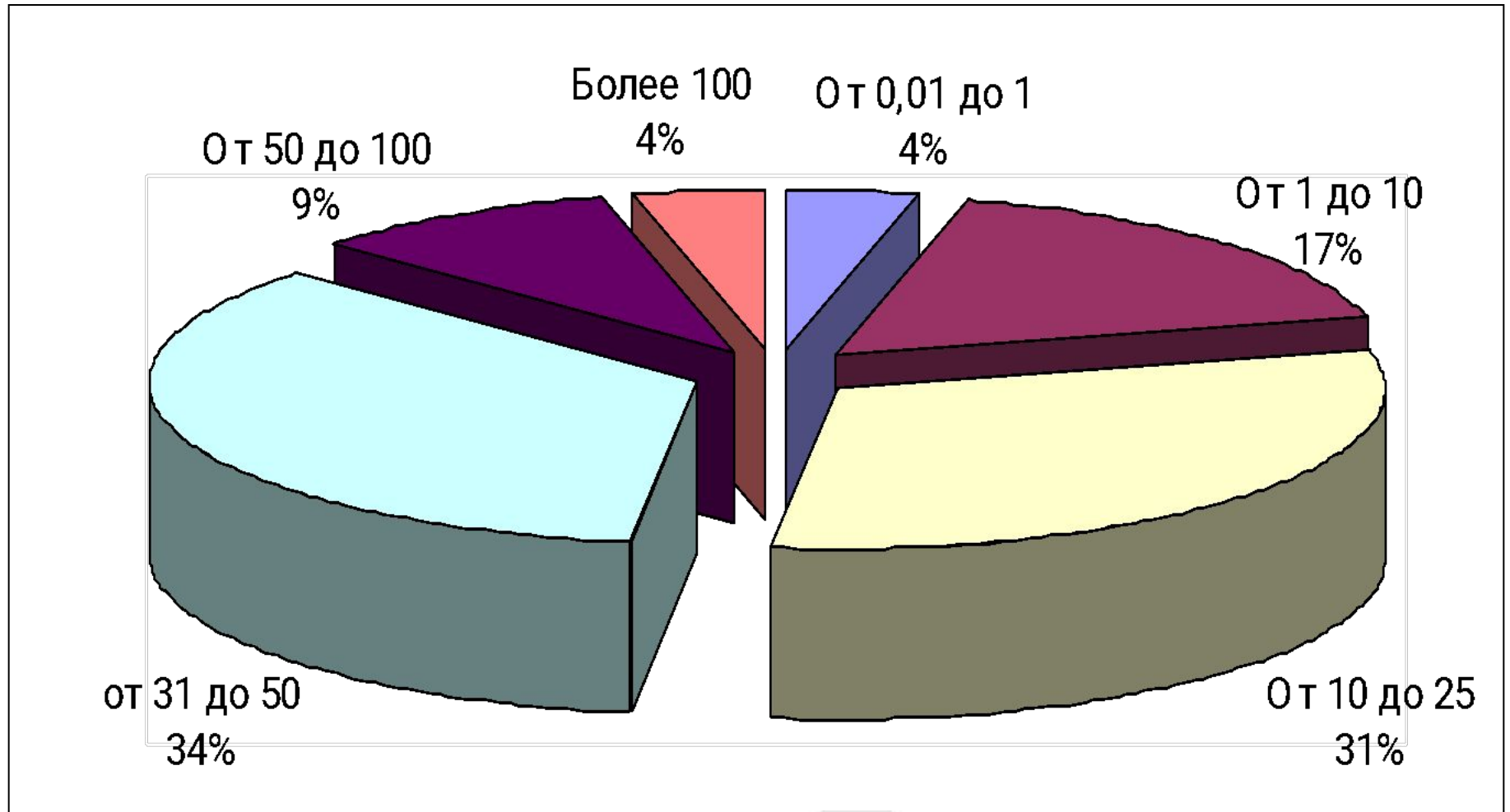
Только  
продажа

ссылок

45%



# 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;



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



# 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

