

SEO

Search Engine Optimization

http://vk.com/im_station



Понятие поискового продвижения (SEO)

- **Поисковое продвижение** – комплекс мероприятий, направленных на увеличение видимости сайта в результатах естественной (органической) выдачи поисковых систем, с целью привлечения большего количества посетителей
- **SEO (Search Engine Optimization)** – изменения внутренних характеристик сайта, выполненные с целью поискового продвижения



РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ БЛОКОВ

И ЕСТЕСТВЕННАЯ ВЫДАЧА



Яндекс
Нашлось
267 млн страниц

Поиск [Почта](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Новости](#) [Словари](#) [Блоги](#) [Видео](#) [Картинки](#) [ещё](#) ▼

компьютеры

в найденном в Москве [расширенный поиск](#)

Рекламный блок

Все объявления 8

Безумие! Твой компьютер ждет тебя
Такие цены на компьютеры тебе и не снились. Грандиозное предложение от DEPO
[www.depo.ru](#)

Компьютеры от 6700 до 55000 руб.
Надежные компьютеры. Дизайн на выбор! Гарантия до 5 лет! Покупайте сейчас.
[www.online-pc.ru](#)

РЕКЛАМА

Каталог: всё на тему «[Компьютеры](#)»

Естественная выдача

1. [Интернет магазин компьютеров, комплектующих, компьютерной техники | Купить...](#)
[Компьютеры](#) [Гарантия](#) [Мониторы](#) [Ноутбуки](#) [Игровые приставки](#)
Интернет-магазин компьютерной техники АПИТ предоставляет широкий выбор компьютеров. Купить компьютер у нас не составит труда даже для дилетанта в этой области. Перед тем, как купить компьютер, задумайтесь, зачем он вам нужен.
+7 (495) 365-38-82 Москва Кирпичная ул., 22
[www.apitcomp.ru](#) Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

2. [DEPO.RU - компьютеры, ноутбуки. Цены на компьютеры в Москве, купить...](#)
[Продукция](#) [Тех поддержка](#) [Руководства и драйверы](#) [Как купить](#)
Высокопроизводительные компьютеры на базе новейших технологий, с передовой графикой для самых современных цифровых развлечений. Лучшие компьютеры для игр в наличии и под заказ. от 20 380 р. NI - END.
[www.depo.ru](#) Москва [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Рекламный блок

Яндекс Директ

Выбирай компьютер в М.Видео!
Удобная система выбора и заказа! Бесплатная доставка! Всегда акции и скидки
[www.mvideo.ru](#)

GPS навигаторы для авто
Новые и БУ. Продажа и покупка по выгодным ценам на Avito!
[www.avito.ru](#)

Распродажа.ru!
Компьютеры, ноутбуки, оргтехника - узнай о распродаже первым!
[www.rasprodaga.ru](#)

Купите компьютер дешевле!
Удобный подбор на сайте. Реальные цена и тестирование! (доставка). Гар 3г.
☞ [Адрес и телефон](#) - [www.onics.ru](#)

[Разместить объявление по запросу «компьютеры»](#)

«компьютеры» на видео

Title и сниппет





По каким элементам переходят в SERP ? (Опрос пользователей)

По естественным
ссылкам
органической выдачи
(SEO):

- 37% всегда
- 42% часто
- 15% иногда
- 4% редко
- 2% никогда

По контекстной
рекламе (PPC):

- 5% всегда
- 15% часто
- 43% иногда
- 29% редко
- 8% никогда

* По данным исследования компании
Performics, 2014





ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ SEO

(ПО СРАВНЕНИЮ С КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМОЙ)

• **Преимущества:**

- больше посетителей, высокий CTR (отношение числа переходов к числу показов)
- нахождение в естественной выдаче ПС вызывает доверие у пользователей
- дешевле стоимость одного посетителя (в 3-5 раз)
- долговременный эффект
- невозможность «скликивания» бюджета
- эффект по всем ПС

• **Недостатки:**

- большие сроки выхода в топ ПС
- конкретные результаты плохо предсказуемы
- невысокая стабильность результатов



КАК РАБОТАЕТ ПС



- **Сканирование**

- поисковый робот анализирует ссылки со всех сайтов интернета и «запоминает» адреса документов (URL)

- **Индексирование**

- поисковый «паук» выкачивает все документы и сохраняет в базу данных
- индексирующий робот «просматривает» (индексирует) содержимое выкаченных документов, на основе чего формируется **индекс** ПС

- **Предоставление результатов**

- поисковая машина предоставляет пользователям по их поисковым запросам результаты поиска по их релевантности



ЧТО ОПРЕДЕЛЯЕТ ПОЛОЖЕНИЕ САЙТА В РЕЗУЛЬТАТАХ ПОИСКА



• Внутренние факторы

- доступность документа
- качественный, уникальный и полезный для пользователя контент
- заголовок документа (Title)
- использование ключевых слов в заголовках документа (h1-h6)
- ключевые слова в тексте документа, в тексте других документов
- количество ссылок на документ (**перелинковка**), ключевые слова в ссылках (**анкоры**)
- адрес документа (URL), ключевые слова в адресе

• Внешние факторы

- количество внешних ссылок на сайт и на документ
- качество внешних ссылок на сайт и на документ
- использование ключевых слов в ссылках на сайт и на документ

• Поведенческие и социальные факторы

- удовлетворенность пользователей поисковой выдачей
- поведение пользователей на сайте
- рекомендации и упоминания в социальных сетях



Как и когда происходят изменения позиций сайтов в ПС



- **Апдейт** – обновления результатов поиска в ПС (частота 3-12 дней)
- Обычный апдейт – апдейт на основе учета новых данных об индексации сайтов и внешних ссылках (сила 5-10%)
- Изменение алгоритма ранжирования – мощный апдейт, связанный с существенными изменениями в алгоритмах ПС (сила до 50%)





СКОРОСТЬ ИНДЕКСАЦИИ

- В среднем ПС осуществляет обход всего Рунета за несколько месяцев. **Последняя информация (31 день)**
- Основные документы сайтов переиндексируются за 2-4 недели
- Для индексации быстроизменяющихся документов используется быстроробот (несколько раз в сутки)
- Разные сайты индексируются с разной скоростью
- На скорость индексации можно влиять только косвенно (частота обновления информации на самом сайте, внешние ссылки)



УПРАВЛЕНИЕ ИНДЕКСАЦИЕЙ САЙТА



• **Добавление сайта в поисковые системы:**

–Яндекс:

<http://webmaster.yandex.ru/addurl.xml>

–Google: <http://www.google.ru/addurl/>

–ссылки с проиндексированных ресурсов

• **Быстрая переиндексация измененных документов**

–Яндекс: <http://webmaster.yandex.ru/>

• **robots.txt – файл, управляющий индексацией:**

–запрещение индексации определенных документов

–указание основного домена (mysite.ru или www.mysite.ru)





ЯНДЕКС.ВЕБМАСТЕР И ПАРАМЕТРЫ ИНДЕКСАЦИИ САЙТА (WEBMASTER.YANDEX.RU)

Информация о сайте

ТИЦ 	20
Страниц в поиске	2077
Внешних ссылок на страницы сайта	2027
Время последнего посещения сайта роботом	4.03.2010
Загружено роботом	19374
Исключено роботом	10758





ЧТО И КАК ИЩУТ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ

- Количество слов в поисковых запросах постоянно растет
- **Длина среднего поискового запроса — 3 слова**
- В среднем пользователь делает 3 поисковых запроса
- 2,5 % запросов сформулированы как вопросы
- 9 % запросов содержат уточнение (купить, продать,..)
- **3/4 всех запросов – низкочастотные**
- **Тематический шум**





ЧАСТОТА ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ

•Высокочастотные

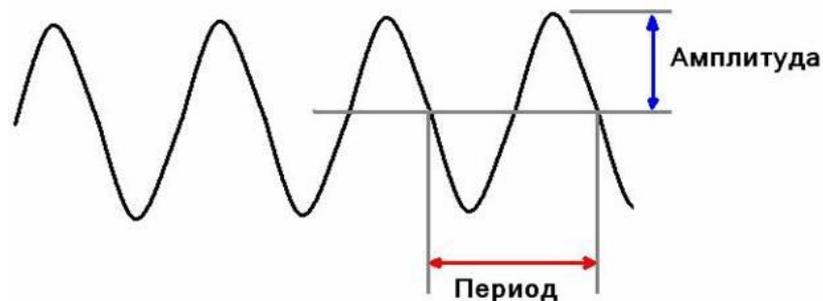
- компьютеры - 20000
- ноутбуки - 50000
- ноутбуки sony - 10000

•Среднечастотные

- ноутбуки asus цены - 500
- ноутбуки acer в Москве - 200

•Низкочастотные

- ноутбуки asus k50 - 20
- ноутбуки asus f7 продажа - 10
- ноутбуки asus u50 характеристики - 5





ТИПЫ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ

• **Информационные** – поиск информации

- расписание электричек курского направления
- олимпийские чемпионы России

• **Транзакционные** – пользователь готов совершить

определенное действие:

- купить квартиру в Москве
- продажа автомобилей
- антивирус скачать бесплатно

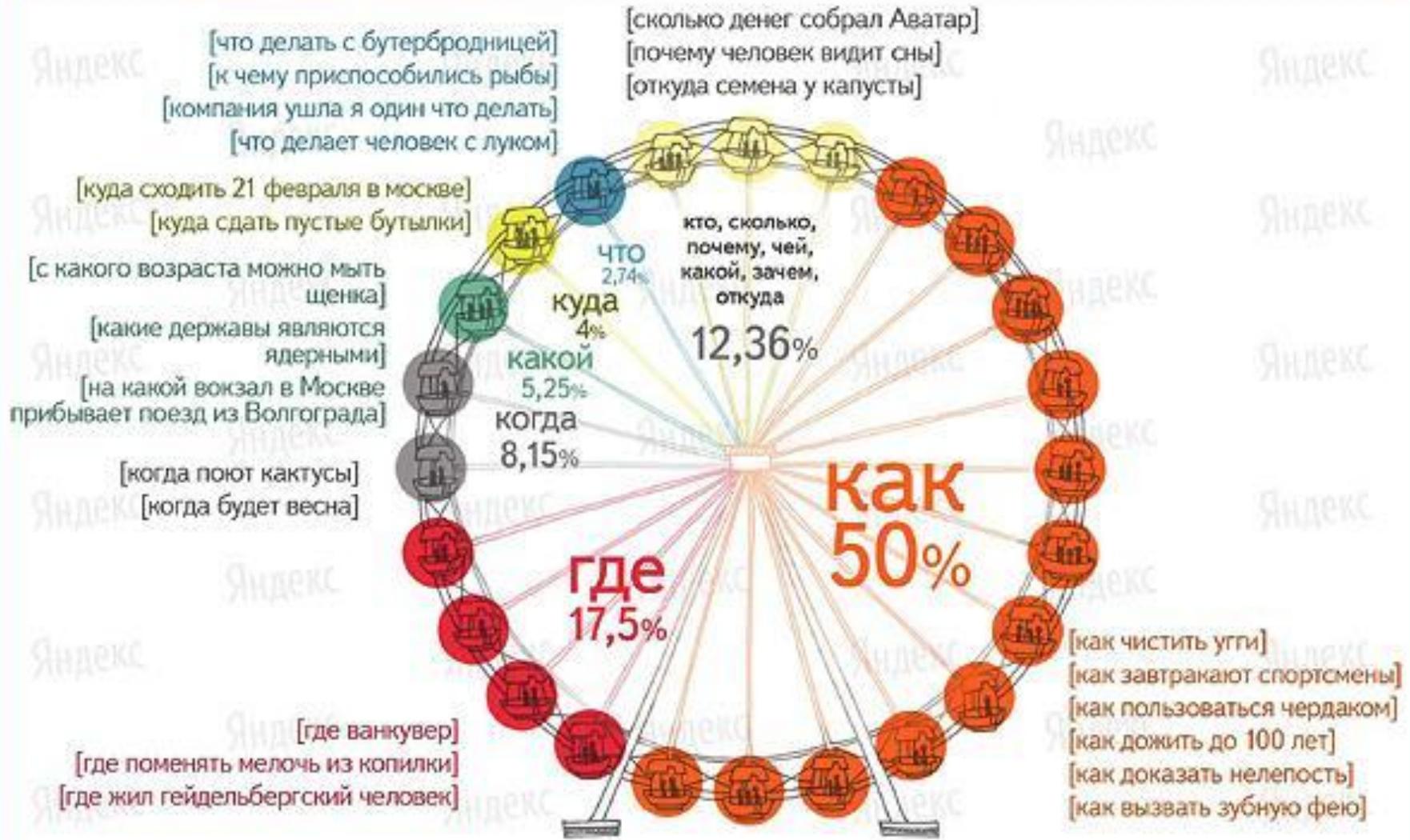
• **Навигационные** – поиск определенного места в сети,

сайта компании и пр.:

- сайт «Одноклассники»
- авто.ру
- www.vkontakte.ru



Типы поисковых запросов





ГЕОЗАВИСИМОСТЬ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ

- **Геоозависимые** – запросы без указания географического названия, но со словами, к которым часто географические названия добавляют (пользователя интересует информация из его региона):
 - доставка пиццы
- **Геонезависимые** – запрос не подразумевает выдачу из региона пользователя:
 - рецепт пиццы





УРОВНИ СЛОЖНОСТИ ПОИСКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

•Топ 3

–сайт увидят все пользователи (эффект первого экрана)

•Топ 10

–сайт увидит большинство пользователей

•Топ 20 (30)

–сайт увидят только те пользователи, которые будут недовольны результатами выдачи на первой странице





КАК МНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ УВИДЯТ САЙТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕГО ПОЗИЦИИ?

- 1-я позиция – 100%
- 2-я позиция – 100%
- 3-я позиция – 100% (!)



- 4-я позиция – 85%
- 5-я позиция – 60%
- 6-я позиция – 50%
- 7-я позиция – 50%
- 8-я позиция – 30%
- 9-я позиция – 30%
- 10-я позиция – 20%





КАК МНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ УВИДЯТ САЙТ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕГО ПОЗИЦИИ?

- 1-я позиция – 100%
- 2-я позиция – 100%
- 3-я позиция – 100% (!)

- 4-я позиция – 85%
- 5-я позиция – 60%
- 6-я позиция – 50%
- 7-я позиция – 50%
- 8-я позиция – 30%
- 9-я позиция – 30%
- 10-я позиция – 20%

В среднем не более
20% пользователей
смотрят результаты
поиска далее 1-й
страницы и не более
5% - далее 2-й
страницы



СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА



- **Высокочастотное** – дорого, большой трафик, низкая конверсия
- **Среднечастотное** – средний трафик, хорошая конверсия
- **Низкочастотное** – дешево, хороший трафик, высокая конверсия
- **Комплексное продвижение**
 - 1-10 высокочастотных запросов
 - 10-100 среднечастотных запросов
 - 100-1000 низкочастотных запросов
- **Поэтапный выход в топ**
 - Низкочастотное продвижение на первом этапе
 - Среднечастотное продвижение через 3-4 месяца или по выходу в топ низкочастотных запросов
 - Высокочастотное продвижение через 6-9 месяцев после запуска поискового продвижения
 - Постепенное увеличение количества запросов всех уровней





НЕ УСТАЛИ ?





ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПОИСКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА

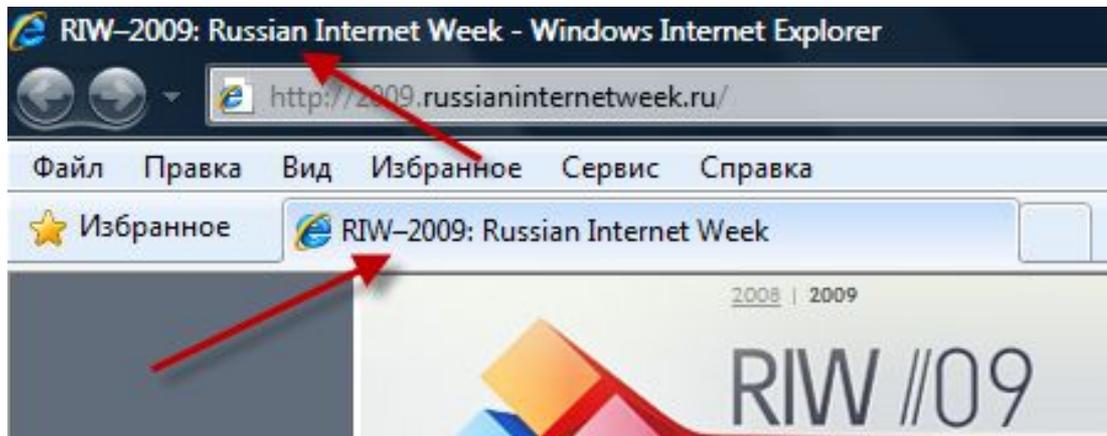
- Ретроспектива методов поискового продвижения
- Основные фазы продвижения сайта
- Работа с внутренними факторами
- Работа с внешними факторами
- Введение в поведенческие факторы
- Апдейты и скорость продвижения сайта
- Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов
- Если сайт не выходит в топ



ВНУТРЕННЯЯ ОПТИМИЗАЦИЯ



Заголовок документа (Title)



Яндекс
Нашлось
32 млн страниц

российская интернет неделя 2009

в найденном в Москве

1. [RIW-2009: Russian Internet Week](http://2009.russianinternetweek.ru)

22-24 октября в «Экспоцентре» на Красной Пресне прошло крупнейшее событие российской IT-индустрии – Неделя Российского Интернета (Russian Internet Week, RIW-2009) и Выставка ИНТЕРНЕТ-2009... 25 Oct. 2009.
2009.russianinternetweek.ru [Москва](#) [сохраненная копия](#) [еще с сайта](#)

Заголовок документа (Title)



- В исходном коде документа находится в `<title></title>`

```
<html>
<head>
  <title>RIW-2009: Russian Internet Week</title>
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/xml; charset=windows-1251" />
```

- Оптимальная длина заголовка документа: 5 - 10 слов
- Все заголовки в пределах сайта должны быть уникальны
- Ошибки формирования заголовков:
 - текст заголовка не соответствует содержанию документа
 - перечисление ключевых слов в заголовке через запятую
 - слишком длинный заголовок
 - заголовки всех или многих документов сайта одинаковы



Заголовки в документе



carsar

Помощь

Если у вас возникли проблемы, сообщите нам об этом, мы приложим все усилия, чтобы исправить ситуацию.

1. [Не получается добавить фотографию](#)
2. [Как отредактировать или удалить объявление?](#)
3. [Отсутствует марка или модель моего автомобиля](#)
4. [Моего города или страны нету в списке](#)
5. [Ваша ошибка на нашем сайте и хочу вам помочь](#)

Не получается добавить фотографию

Желательно, чтобы фотографии имели горизонтальную ориентацию и стандартные пропорции. В идеале фотография должна иметь размер 500 на 300 пикселей. Если у вас возникли проблемы с обработкой фотографий, воспользуйтесь графическим редактором, например, программой Photoshop.

1. Сфотографируйте ваш автомобиль на цифровой фотоаппарат или мобильный телефон. Чем лучше и информативнее ваши фотографии, тем быстрее вы найдете покупателя.
2. Скопируйте фотографии на компьютер — для этого вам, скорее всего, понадобится специальный провод и программа, которые продаются вместе с фотоаппаратом.
3. Добавьте фотографии к объявлению в поле «Добавление фотографий». Нажмите кнопку «добавить фотографии» и найдите фотографии на диске. Выделите их, нажмите «открыть». Вы можете добавлять до 8-ми фотографий.

Как отредактировать или удалить объявление?

1. Укажите адрес вашей электронной почты при добавлении объявления. Если у вас нет электронной почты, то пора ее завести. Это можно сделать на любом бесплатном сервере электронной почты, например, Mail.ru.
2. После этого вам придет письмо, а в нем будет ссылка. Пройдя по ссылке, вы сможете редактировать, продлить или удалить объявление.



Ключевые слова в заголовках



- В исходном коде документа находятся в `<h1></h1>` или `<h2></h2>` и т.д.

```
<div id="info" class="bg">  
<h1>Помощь</h1>  
<p>Если у вас возникли проблемы,
```

- Должен быть только один заголовок `<h1></h1>` - главный заголовок на странице
- Оптимальная длина заголовка документа: 3 - 10 слов
- Ошибки формирования заголовков:
 - отсутствие заголовков
 - много заголовков
 - текст заголовка не соответствует содержанию документа
 - перечисление ключевых слов в заголовке через запятую



Ключевые слова в тексте документа



- [Постоянная ссылка](#)
- [Цитировать страницу](#)

На других языках

- العربية
- Беларуская
- Български
- Català
- Česky
- Dansk
- Deutsch
- English
- Español
- Eesti
- Français
- हिन्दी
- Hrvatski
- Magyar
- Bahasa Indonesia
- Italiano
- 日本語
- 한국어
- Latviešu
- Македонски
- Bahasa Melayu
- Nederlands
- Norsk (bokmål)
- Polski
- Português
- Română
- Simple English
- Slovenčina
- Slovenščina
- Српски / Srpski
- Svenska
- ไทย
- Türkçe
- Українська

История

[\[править\]](#)

Вместе с появлением и развитием поисковиков в середине 1990-х появилась и **оптимизация**. В то время поисковики придавали большое значение тексту на странице, ключевым словам в **мета-тегах** и прочим внутренним факторам, которыми владельцы сайтов могли легко манипулировать. Это привело к тому, что в выдаче многих поисковиков первые несколько страниц заняли мусорные сайты, что резко снизило качество работы поисковиков и привело многих из них к упадку *(источник не указан 290 дней)*. С появлением технологии **PageRank** больше веса стало придаваться внешним факторам, что помогло **Google** выйти в лидеры поиска в мировом масштабе, затруднив оптимизацию при помощи одного лишь текста на сайте.

Однако **оптимизация** развивается вместе с поисковиками, и в современных результатах поиска можно видеть всё больше и больше коммерческих сайтов с искусственно раздутой популярностью, особенно по коммерчески привлекательным запросам.

Методы оптимизации

[\[править\]](#)

Методы оптимизации можно разделить на два класса, однако последние события в мире поисковых систем дают понять, что это разделение весьма условно — любая манипуляция определёнными параметрами сайта может быть расценена поисковиком как крайне нежелательное влияние на его результаты. Так, любая попытка манипулирования поисковыми результатами прямо запрещена в лицензии на использование поисковой системы «Яндекс».

Белая оптимизация

[\[править\]](#)

Основная статья: **Белая оптимизация**

Белой оптимизацией, или естественной оптимизацией, называется оптимизаторская работа над ресурсом без применения официально запрещённых каждой поисковой системой методов раскрутки ресурса — без прямых попыток влияния на поисковые алгоритмы сайтов, или проще говоря естественным путем. Это включает в себя работу над самим сайтом, а именно над внутренней навигацией и контентом, и работу с внешней средой сайта, то есть продвижением оптимизируемого сайта путем обзоров, пресс-релизов, регистрации в социальных закладках, партнерских программ и т. п. с указанием ссылок на сайт. Следует отметить, что «Яндекс» предупреждает о том, что если какой-либо метод оптимизации не является официально запрещенным, это не значит, что его можно применять.

Серая оптимизация

[\[править\]](#)

К серой поисковой оптимизации можно отнести, например, добавление большого количества ключевых слов в текст страницы. Зачастую в ущерб читабельности для человека (масло масляное, потому что в нем есть маслопроизводные масляные жиры). Или **дорвей** без редиректа (когда при попадании на дорвей не происходит автоматического перенаправления на продаваемый сайт). Серая **оптимизация** отличается от черной, тем, что она официально не запрещена, но её использование может быть расценено как неестественное завышение популярности сайта. Некоторые поисковые системы, например, Яндекс могут временно или постоянно заблокировать такой сайт. То есть конечное решение о том, является ли методы продвижения законными или нет, принимает специалист, а не автоматика.

Чёрная оптимизация

[\[править\]](#)

Основная статья: **Чёрная оптимизация**

Способами чёрной оптимизации являются использование **дорвеев** (страниц и ресурсов, созданных специально для роботов поисковых систем, зачастую с большим количеством ключевых слов на странице), приём под названием **клоакинг** (пользователю отдаётся одна страница, читабельная, а поисковому роботу — другая, оптимизированная под какие-либо запросы), использование скрытого текста на страницах сайта, использование «однопиксельных ссылок».



Адрес документа (URL)



ЧПУ

- **Пример хорошего адреса:**

- <http://www.mysite.ru/catalog/computer/notebook/Asus/K50C>

- **Пример плохого адреса:**

- <http://www.mysite.ru/index.php?div=cat&id=123445>

- **Хорошо:**

- использовать простые очевидные адреса
 - использовать в адресах ключевые слова

- **Плохо:**

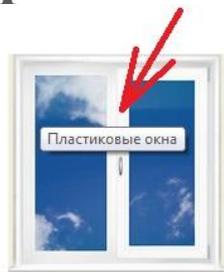
- Использовать «слепые» адреса: /page1.html, /12/233/345
 - Использовать параметры: /index.php?id=2&page=3&sort=up
 - Использовать идентификаторы сессии:
/index.php?PHPSESSID=7f4cbf53fbcd4717792447f32da7dba8



Оптимизация картинок и ссылок



• Прописываем ключевые слова в alt и title для картинок



Пластиковые окна

Пластиковые окна – являются не только защитой Вашего дома, но так же и элементом роскоши. На своём собственном производстве мы всегда помним об этом и по этой причине наши **окна ПВХ** – являются лучшим сочетанием качества и цены. Работая только с самыми лучшими производителями оконного профиля в мире и любовью к собственному делу – нам удаётся оставаться первыми уже целых 20 лет.

Постоянно улучшая качество своей продукции и сервис для наших партнеров – мы добиваемся не только известности, но и не высокой цены на окна ПВХ.

Цены на пластиковые окна в Краснодарском крае

• Прописываем title для ссылок + все анкоры в перелинковке должны быть уникальными

Подготовка и аттестация	Обучение по профессиям	Курсы и семинары
<ul style="list-style-type: none">Промышленная безопасностьЭлектробезопасностьОхрана трудаПожарная безопасностьЭкологическая безопасность	<ul style="list-style-type: none">Водитель погрузчика категории В,СВодитель квадроциклаМашинист кранаМонтажник кондиционеровСтропальщик	<ul style="list-style-type: none">Бухгалтерский учет1С Бухгалтерия 8Пользователь ПККадровое делопроизводствоКомпьютерная графика
Посмотреть все	Посмотреть все	Посмотреть все





SEO-оптимизацию видно не вооруженным глазом !



Сколько времени Вы потратили на контент?



Какие сайты трудно продвигать

S

- Flash-сайты
- Сайты, сделанные с использованием фреймов
- Сайты с Flash или JavaScript-навигацией
- Графические сайты с минимумом текста
- Сайты без уникального контента
- Сайты с неправильными адресами документов



Внешние факторы



- В основе внешних факторов лежит **принцип рекомендации** сайта другими сайтами
- Если ваш сайт интересен пользователям – на него ссылаются, его рекомендуют
- Чем более интересен ваш сайт – тем больше на него ссылок – тем выше он в результатах поиска (чем больше ссылок – тем лучше)
- Чем более авторитетные ресурсы ссылаются на ваш сайт – тем выше он в результатах поиска (чем больше хороших ссылок – тем лучше)
- Текст ссылок имеет очень важное значение





ОСНОВНЫЕ ФАЗЫ ВНЕШНЕГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА

- Простановка ссылок на «своих» проектах
- Ручная закупка ссылок
- Покупка ссылок на ссылочных биржах (+ трафик с 2014 года «поисковые сигналы»):
 - Sape.ru
 - Linkfeed.ru
 - **Trustlink** ...
- SEO-копирайтинг
- Продвижение статьями:
 - ручное размещение статей
 - статейные биржи
- Продвижение в блогосфере:
 - Создание блогов-саттелитов
 - Продвижение в комментариях к сообщениям
 - Покупка ссылок с блогов
 - Блоговые биржи
- Системы автоматизированного продвижения (SeoPult, WebEffector, Rookee)





ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПОИСКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА (РЕТРОСПЕКТИВА)

- Ключевые слова в мета-тегах Keywords и Description
- Чрезмерное насыщение документов сайта ключевыми словами (высокая плотность ключевых слов)
- Дорвеи (оптимизация специального сайта под один или несколько запросов, последующее перенаправление пользователя на основной сайт)
- Клоакинг (показ пользователям и ПС разного текста)
- Обмен ссылками:
 - полезные ссылки, страница партнеров (ручной тематический и взаимный обмен)
 - каталоги сайтов (тематические и нетематические)
 - линкаторы (автообмен ссылками, кольцевой обмен)
- Сателлиты (сайты для продвижения основного сайта ссылками)
- Регистрация сайта в сотнях и тысячах каталогах
- Спам ссылками форумов и гостевых книг



Поведенческие факторы



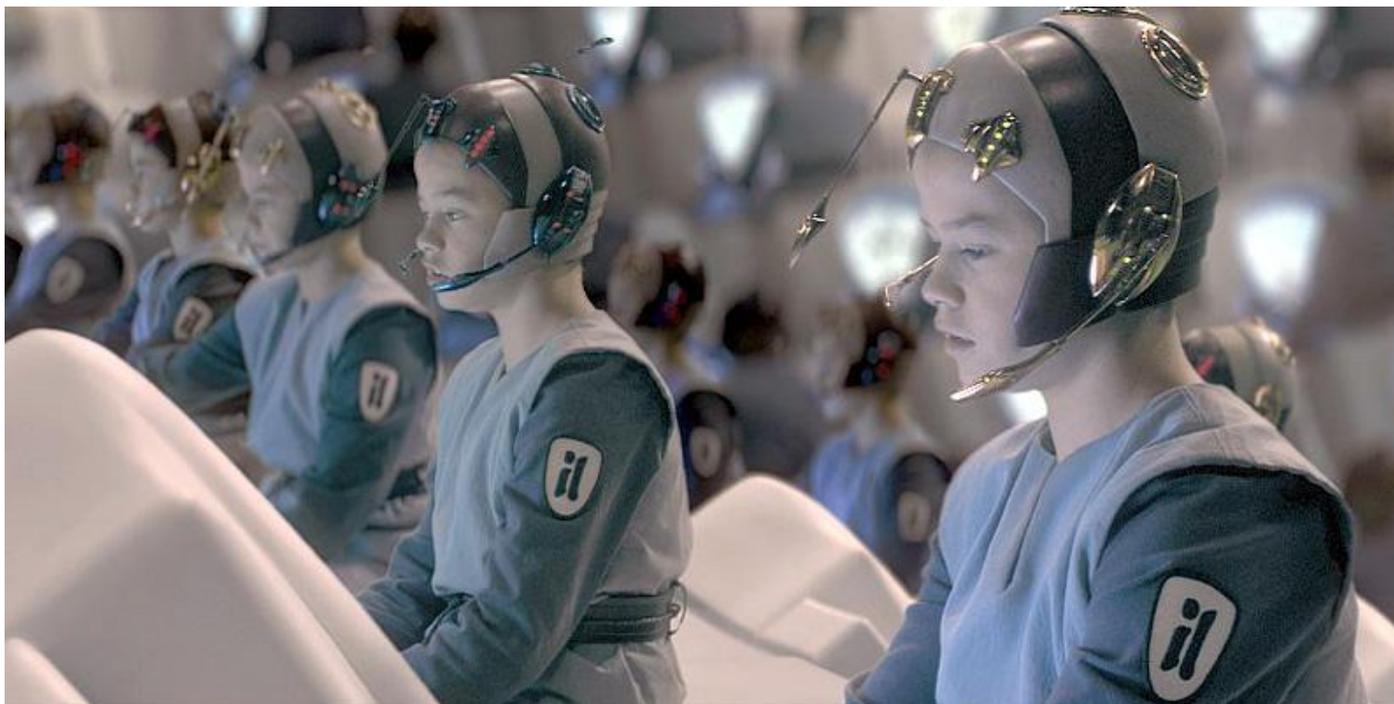
- Поведенческие метрики – коэффициенты, которые вычисляются на основе логов действий пользователей
- Метрики показывают удовлетворенность поиском
- ПС изменяют выдачу и смотрят как изменились метрики
- Основная возможность влиять на поведенческие метрики – улучшить качество сайта (контент, сервисы, юзабилити, улучшение сниппетов), **повышать удовлетворенность сайтом пользователей!!!**



Самообучающийся алгоритм Matrixnet



Асессоры Яндекса



Технические характеристики доноров



1. ВИЦ

2. ТИЦ

3. PR

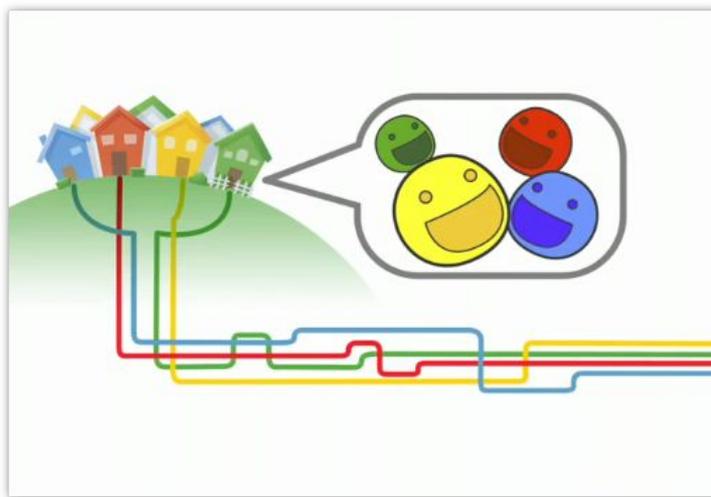
4. TRUST



Скорость вывода сайта в топ



- Почему позиции сайта не изменяются так быстро?
 - Время на переиндексацию сайта (ПС должна увидеть и учесть оптимизационные изменения на сайте) – 0.5-1 месяц
 - Время на индексацию внешних ссылок – до 1-2 месяца
 - Время на учет новых внешних ссылок – 2-6 месяцев
- Среднее время вывода сайта в топ по среднеконкурентной тематике – 1-2 месяца, высококонкурентной – 6-12 месяцев и более



Почему позиции иногда ухудшаются?



- **Изменения алгоритмов ПС**
- **Изменение внутренних и внешних характеристик сайта (изменение текста на сайте, появление и исчезновение документов, «мигание» внешних ссылок, их оптимизация SEO-исполнителем)**
- **«Бонус новичка»**
- **Штрафные санкции в отношении сайта со стороны ПС (Фильтры)**



Штрафные санкции поисковых систем



- **Исключение из индекса (бан)** – за использование «черных» методов оптимизации
- **Исключение дубликатов** – за заимствованный текст
- **Пессимизация** – за «плохие» внешние ссылки, за «плохие» ссылки на другие сайты, за быстрый съём или простановку большого количества внешних ссылок
- **Аффилиат** – исключение сайта, не дающего пользователю новой полезной информации по отношению к другому сайту того же владельца или той же направленности
- **Возможные решения:**
 - рерайт контента
 - исключение дублей
 - съём некачественных ссылок-доноров
 - исправление ошибок, если сайт не возвращается - webmaster.yandex.ru/site/feedback.xml



ФИЛЬТРЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ



ТЕХНИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

ФИЛЬТР «НЕПОТ»



Фильтр накладывается на сайты, которые торгуют ссылками. Такие ресурсы и страницы теряют свой вес и не передают его сайту-акцептору, закупающему ссылки.

ФИЛЬТР «ССЫЛОЧНЫЙ ВЗРЫВ»



Это фильтр, который накладывается на сайт-акцептор за резкое увеличение купленных на него ссылок.

АФФИЛИАТ-ФИЛЬТР



Это фильтр, который сильно занижает позиции всех сайтов группы аффилиатов за исключением наиболее релевантного ресурса.



ТЕХНИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

ФИЛЬТР ЗА НАКРУТКУ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ФАКТОРОВ



Был введен поисковой системой Яндекс после того, как многие оптимизаторы начали активно манипулировать поведенческими факторами сайтов. Он был создан для того, чтобы снизить влияние накрутки и наказать тех, кто манипулировал индексацией Яндекса.

ФИЛЬТР АГС



Был создан для того, чтобы исключить из выдачи бесполезные сайты.



ФИЛЬТР «КОНТЕНТ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ»



Призван исключить из обычной выдачи сайты со взрослым контентом.

ФИЛЬТР «ТЫ ПОСЛЕДНИЙ»



Был создан для того, чтобы исключить из выдачи сайты с неактуальным контентом.



ФИЛЬТР ЗА ПЕРЕОПТИМИЗАЦИЮ САЙТА



Был введен за переоптимизацию сайта, основной симптом – проседание позиций на 20–30 пунктов.

ФИЛЬТР ЗА ОДИНАКОВЫЕ СНИПЕТЫ



Резкое падение позиций сайта по конкретному запросу за ТОП 100.

Перечисленные выше фильтры – это технические ограничения.

Далее рассмотрим коммерческие ограничения, влияющие на ранжирование сайтов.



КОММЕРЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ

Сейчас при ранжировании коммерческих сайтов учитываются показатели, которые отвечают за доверие к ресурсу потенциальных посетителей: это так называемые *коммерческие факторы*.

Яндекс выделяет несколько факторов оценки качества сайта:



ДОВЕРИЕ К САЙТУ И КОМПАНИИ

Узнаваемый бренд, максимально полная контактная информация, отзывы реальных покупателей, портфолио, лицензии и юридическая информация. Что касается контактов, если брать интернет-магазин, должно быть несколько альтернативных способов связи. Доверие может вызвать размещение нескольких контактов, таких как поддержка, бухгалтерия, администрация (с именами менеджеров + фото).



ДИЗАЙН И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ИНТЕРФЕЙС

Сайт должен помочь пользователю выбрать нужный ему товар. Это подразумевает качественное описание и фото продукта, удобный поиск, возможность сравнения товаров, рейтинги, обзоры, рекомендации для разных групп покупателей.





ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

Если большое количество товаров имеет статус «Нет в наличии», это может плохо сказаться на ранжировании.



ВОЗМОЖНОСТЬ ОПЛАТЫ И ДОСТАВКИ

Пользователю должен предоставляться выбор способов оплаты и доставки товара, большая сеть филиалов, пункт самовывоза. Все это является преимуществом интернет-магазинов.



СЕРВИСЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ



<https://seopult.ru/>



<http://www.rookee.ru/>



<http://www.webeffector.ru/>



ПОЛЕЗНЫЙ SOFT



<http://www.recipdonor.com/bar>



<http://www.key-collector.ru/>



<https://www.page-weight.ru>

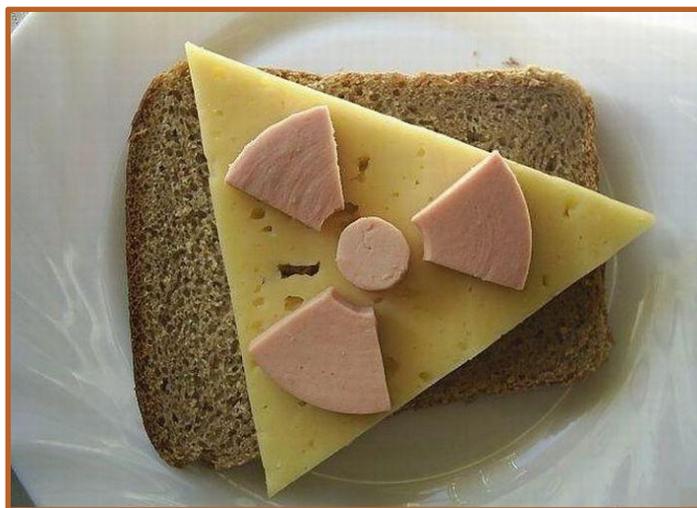


<http://translit.net/>





СПАСИБО



<http://im-st.ru>

http://vk.com/im_station

(861) 292-56-99

