

<TITLE> seo </TITLE>

Поисковая оптимизация от А до Я



"СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ"

Глава I. Введение

Часть I/1. Вступление

Это вторая часть **бесплатного** трехтомника «SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я», которая называется «**Средний уровень**». Две другие части, «**Основы**» и «**Продвинутый уровень**», вы можете скачать по ссылке ниже:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

Книга является периодическим изданием, постоянно дополняется, изменяется и выходит в свет почти **ежемесячно**. Данная версия учебника от **25 ноября 2011** года.

Настоятельно рекомендую загрузить последнюю версию со страницы презентации:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

Авторские права на эту книгу принадлежат Иванову И. И. (<http://www.seobuilding.ru/>).

Авторские права на статьи, входящие в книгу, принадлежат авторам этих статей.

Вы можете свободно распространять и передавать это издание.

Нельзя продавать или расплачиваться этой книгой за любые услуги. Она **абсолютно бесплатна** и взимание платы, в любом виде, за использование учебника, считается совершенно не законным.

При перепечатке каких-либо материалов этого издания, ссылка на **первоисточник обязательна**.

Книгу нельзя изменять, дополнять, переиздавать, без согласования с автором (**И. Иванов**).

Внимание! Если у вас не работают ссылки в **PDF** документе, нужно проделать следующие шаги:

1) Проверьте настройки адоба (привожу на английском) - Preferences => Documents => PDF/A view mode>**Never**.

Т.е. должно стоять "**Never**" или "**Никогда**" на русском.

2) Если первый пункт не помог, работаем дальше с настройками. По этому поводу [смотрите это сообщение](#).

3) Если ничего не помогло, читайте [это сообщение](#).

Если вы хотите поделиться свежим изданием учебника со своими знакомыми и друзьями, вы можете оставить ссылку на основную презентацию книги (где всегда можно скачать самую последнюю версию) как на своих, так и на сторонних ресурсах.

Вот сама ссылка на страницу учебника:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

HTML код ссылки:

```
<a target="_blank" href="http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/" title="Скачать последнее издание учебника SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я">Учебник "SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я"</a>
```

Ссылка на учебник для форумов:

```
[url=http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/]Учебник SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я[/url]
```

Авторы книги будут вам очень благодарны как за саму ссылку, так и за возможность прямого контакта с вашими друзьями, что безусловно поможет дальнейшему развитию и распространению учебника.

Часть I/2. Благодарности

Наш учебник по поисковой оптимизации никогда не увидел бы свет без самоотверженного труда, на благо всех пользователей сети, замечательных и всем хорошо известных SEO блогеров. Более того, они все без исключения приняли мое предложение о создании этой книги в соавторстве. За что я им искренне благодарен.

Ниже приведены все соавторы SEO энциклопедии с прямыми ссылками на их блоги: [Игорь Иванов \(Sevab\)](#), [Сергей Кокишаров \(Devaka\)](#), [Александр Люстик \(MyOST\)](#), [Елена Камская \(Digital Helen\)](#), [Михаил Шакин \(Globator\)](#), [Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#), [Дмитрий КтоNaNovenkogo](#), [Сергей Сосновский](#), [Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#), [Алексей Терехов \(Terehoff\)](#), [Дмитрий Голополосов \(Dimok\)](#), [Алексей Скорняков \(seo2z\)](#), [Александр \(Hodinar\)](#), [Александр Борисов \(boricov\)](#).

Особо хочу поблагодарить модераторов нашего [SEO форума](#), постоянно развивающих ресурс и без помощи которых было бы невозможно создание этого учебника. Вот их имена с прямыми ссылками на сайты:

[Владимир \(Chillies\)](#), [Роман \(Brabus\)](#), [Владимир \(Владимир75\)](#), [Александр \(Delorean\)](#), [Анжела \(Ametist\)](#), [Антон \(orochimaru6\)](#).

Дизайн обложки книги выполнен [Максимом Гонтовым](#).

Часть I/3. Предисловие

Идея этой книги возникла у меня после того как составил подробный SEO учебник на нашем форуме. Собственно вот он:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/seo_kompanii_veb_studii/poleznye_stati_po_poiskovoi_optimizacii_seo/

Я и раньше читал любимые блоги наших лучших оптимизаторов, но к сентябрю месяцу 2010 г. пришла идея систематизировать знания, на благо всех форумчан.

И вот 1 сентября 2010 года была открыта [эта ветка](#). Ушло много месяцев на подробный анализ более чем 50 лучших блогов и отбор самых полезных (с моей точки зрения) статей (более 200) для оптимизаторов. А на базе этих статей, в дальнейшем, пришла идея написать эту книгу. В нее вошли лучшие (опять же, с моей точки зрения) статьи моих замечательных соавторов, материалы [SEO форума](#), а также мои статьи.

Получился, одновременно, учебник, справочник и энциклопедия.

То есть, читая первый раз нашу книгу, вы можете использовать ее как учебник. Но так как в ней приведены обширные знания разных людей, накопленные за долгие годы оптимизации, можете к ней постоянно возвращаться как справочнику и энциклопедии. В книге почти нет «воды», чем грешат некоторые авторы.

Вся информация, без исключения, максимально полезна и написана «человеческим» языком. Поэтому, вне зависимости от степени вашей подготовки, вы легко сможете понять и освоить как основы поисковой оптимизации, так и более сложные приемы и методы раскрутки сайтов.

Под заглавием каждой статьи есть прямая ссылка на оригинал, поэтому желающие всегда могут ознакомиться с комментариями на сайте автора статьи.

Книга является периодическим изданием. Я буду, почти **ежемесячно**, дополнять и корректировать учебник. Поэтому убедитесь в том, что вы читаете последнюю версию энциклопедии. Ее вы всегда сможете найти на этой странице:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

Замечу, что все **зарегистрированные пользователи** нашего сайта получают извещение об обновлении издания книги **в тот же день**.

Поэтому, если вы хотите быть в курсе изменений seo учебника, пожалуйста, **зарегистрируйтесь [на этом форуме](#)**, либо почаще навещайте [эту страницу](#).


Если вы считаете некоторые статьи SEO энциклопедии **устаревшими**, или даже **вредными**, пожалуйста выскажите [свое мнение в этой теме](#).

Если ваше мнение найдет поддержку читателей, **такие статьи будут исключаться** из новых изданий книги, что поможет нам, с одной стороны давать читателям самую актуальную информацию по поисковой оптимизации, а с другой сохранить размер книги в разумных пределах.

Часть I/4. Содержание

| | |
|--|-----|
| Глава I. Введение..... | 2 |
| Часть I/1. Вступление | 3 |
| Часть I/2. Благодарности | 4 |
| Часть I/3. Предисловие..... | 5 |
| Часть I/4. Содержание | 6 |
| Глава II. Цифры, числа... Берем врага количеством | 9 |
| Часть II/1. 5 причин ставить внешние ссылки у себя на сайте | 10 |
| Часть II/2. 5 способов увеличить продажи при продвижении сайта..... | 13 |
| Часть II/3. 5 советов по созданию практичной 404-ой страницы | 19 |
| Часть II/4. 7 секретов успешного сайта | 23 |
| Часть II/5. 7 признаков покупных ссылок | 25 |
| Часть II/6. 7 спорных вопросов, возникающих при покупке ссылок | 28 |
| Часть II/7. 7 способов превратить Ваш сайт в Линкомагнит | 31 |
| Часть II/8. 9 экспертных SEO советов для маленького бизнеса | 34 |
| Часть II/9. 10 самых популярных SEO мифов..... | 36 |
| Часть II/10. 10 практических советов по обмену ссылками | 40 |
| Часть II/11. 10 правил внутренней перелинковки страниц | 43 |
| Часть II/12. 10 актуальных способов получить бесплатные ссылки на сайт | 45 |
| Часть II/13. 10 способов доказать ценность вашей SEO работы..... | 47 |
| Часть II/14. 11 советов по составлению успешных URL адресов | 51 |
| Часть II/15. 13 факторов оценки конкуренции по запросу | 55 |
| Часть II/16. Как заставить ссылки работать? 15 принципов наращивания ссылок..... | 57 |
| Часть II/17. 15 советов по раскрутке сайта или блога | 61 |
| Часть II/18. 17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки | 65 |
| Часть II/19. 32 самых важных SEO подсказок..... | 76 |
| Часть II/20. 44 каталога статей..... | 78 |
| Часть II/21. Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить | 80 |
| Часть II/22. 69 методов наращивания ссылочной массы прошедшего года | 84 |
| Часть II/23. 100 новых способов получения внешних ссылок..... | 89 |
| Часть II/24. 101 совет по покупке текстовых ссылок | 98 |
| Часть II/25. 149 англоязычных каталогов статей | 103 |
| Часть II/26. Как я увеличил посещаемость этого блога с 350 до 1000 человек..... | 107 |
| Часть II/27. Как из одной статьи сделать тысячи | 110 |
| Часть II/28. Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год..... | 115 |
| Часть II/29. Как получить 10000 ссылок за 3 недели..... | 120 |
| Глава III. Продвижение ссылками..... | 122 |
| Часть III/1. Искусство покупки ссылок..... | 123 |
| Часть III/2. Как правильно покупать ссылки на блог? Часть 1 | 125 |
| Часть III/3. Как влияют плохие ссылки на позиции сайта | 131 |
| Часть III/4. Понимание методов выявления ссылочного спама..... | 134 |
| Часть III/5. Непот фильтр: особенности и методы определения | 143 |
| Часть III/6. Как быстро Google снимает фильтры с сайта | 145 |
| Часть III/7. Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов..... | 147 |
| Часть III/8. Обратные ссылки с профилей трастовых ресурсов за бесплатно | 155 |
| Часть III/9. Вечные ссылки, трафик, околоссылочный текст | 162 |
| Часть III/10. Околоссылочный текст и анкор-листы new | 165 |
| Часть III/11. Как разместить бесплатную ссылку на сайт | 170 |
| Часть III/12. Вечные ссылки: что должен знать оптимизатор? | 177 |
| Часть III/13. Покупаем ссылки с минимальным риском и максимальной пользой..... | 179 |
| Часть III/14. Внешние ссылки из профилей | 184 |
| Часть III/15. Инструкция по покупке ссылок в подписях на форумах | 188 |
| Часть III/16. Google дает больший вес естественным ссылкам, располагающимся в тексте | 193 |

| | |
|---|-----|
| Часть III/17. Как определить передает ли сайт вес ссылкам? | 196 |
| Часть III/18. Стоит ли обмениваться взаимными ссылками? | 197 |
| Часть III/19. Секрет ссылочного обмена, или почему обмен ссылками держит сайты в Топе | 199 |
| Часть III/20. Ссылки с футера все еще работают!! | 200 |
| Часть III/21. Внутренние ссылки: сколько ссылок слишком много? | 203 |
| Часть III/22. Вспоминаем главное свойство ссылок | 208 |
| Часть III/23. Вопрос SevaB - польза от nofollow ссылок | 209 |
| Часть III/24. Методы получения обратных ссылок на Интернет-магазин | 211 |
| Часть III/25. Ценность ссылок и разнообразие доменов | 213 |
| Часть III/26. Факторы, влияющие на работоспособность ссылок | 216 |
| Часть III/27. Как добыть ссылки в трудных нишах | 219 |
| Часть III/28. Разбавляем ссылки при продвижении сайта | 226 |
| Часть III/29. Естественные ссылки за деньги | 228 |
| Часть III/30. Покупка ссылок: классификация параметров для отсева | 231 |
| Часть III/31. Практические советы по наращиванию ссылочной массы | 235 |
| Часть III/32. Есть ли разница между покупными и бесплатными ссылками? | 246 |
| Часть III/33. Вред от исходящих ссылок | 247 |
| Глава IV. Грамотное составление анкоров ссылок | 248 |
| Часть IV/1. Распределение анкоров ссылочной массы | 249 |
| Часть IV/2. Составляем анкеры и описания для продвижения сайта | 252 |
| Часть IV/3. Анкор — что это такое и насколько важны анкор листы в продвижении сайта | 255 |
| Часть IV/4. Анкоры: виды, примеры, назначения new | 261 |
| Часть IV/5. Советы по грамотному составлению анкоров | 264 |
| Часть IV/6. Составляем анкеры ссылок – 5 ключевых моментов | 268 |
| Глава V. Сервисы по анализу и получению ссылок | 270 |
| Часть V/1. Лучшие SEO сервисы | 271 |
| Часть V/2. Биржи ссылок | 284 |
| Часть V/3. Купить трастовые ссылки теперь просто | 286 |
| Часть V/4. Выбор качественных площадок для размещения ссылок | 288 |
| Часть V/5. Сапа. Советы новичкам | 291 |
| Часть V/6. Сервисы покупки постовых и контекстных ссылок | 293 |
| Часть V/7. Сервисы определения ссылочного бюджета | 295 |
| Глава VI. Индексация сайта | 299 |
| Часть VI/1. Среднее время индексации | 300 |
| Часть VI/2. Часто задаваемые вопросы по индексации страниц сайта | 301 |
| Часть VI/3. Nofollow и noindex или как закрыть от индексации ссылки и не потерять статический вес | 307 |
| Часть VI/4. 10 проверенных методов ускорить индексацию сайта | 312 |
| Часть VI/5. 15 советов по ускорению индексации сайта и блога! | 315 |
| Часть VI/6. Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов | 322 |
| Часть VI/7. Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить | 326 |
| Часть VI/8. Улучшаем индексацию сайта поисковиками – Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress | 332 |
| Часть VI/9. Влияет ли Sitemap на индексацию? | 343 |
| Глава VII. Продвижение в буржнете | 344 |
| Часть VII/1. Как вывести сайт в топ под англоязычный сегмент | 345 |
| Часть VII/2. Где брать ссылки для англоязычного сайта | 348 |
| Часть VII/3. Продвижение сайта в США | 357 |
| Часть VII/4. 7 мифов, которые нужно забыть при продвижении сайта в США под Google.com new | 362 |
| Часть VII/5. Продвижение англоязычного сайта - часть 1 | 364 |
| Часть VII/6. Продвижение англоязычного сайта – часть 2 | 369 |
| Часть VII/7. Свежая база англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8 | 379 |
| Часть VII/8. Свежая база белых англоязычных каталогов с PR 4-8 | 382 |
| Глава VIII. Блоги, форумы, движки. Использование, оптимизация, раскрутка | 387 |
| Часть VIII/1. 5 серьезных признаков наличия ошибок настройки блога | 388 |
| Часть VIII/2. Как сделать блог-многотысячник | 391 |
| Часть VIII/3. Сладкий зефир — моя схема продвижения блога | 395 |

| | |
|--|-----|
| Часть VIII/4. Сладкий зефир — схема продвижения блога! Часть 2 | 401 |
| Часть VIII/5. Как легко и быстро найти рекламодателя для блога | 408 |
| Часть VIII/6. Общение: блог или форум..... | 411 |
| Часть VIII/7. Особенности развития и продвижения форумов..... | 412 |
| Часть VIII/8. Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блоги | 420 |
| Часть VIII/9. Куда добавить блог - мой список полезных ресурсов..... | 424 |
| Часть VIII/10. Использование блогуна для раскрутки сайтов | 429 |
| Часть VIII/11. Почему я покупаю верхние постовые? | 432 |
| Часть VIII/12. Как выбрать блоги для покупки постовых | 436 |
| Часть VIII/13. Платные посты в западных блогах | 440 |
| Часть VIII/14. Блог на поддомене или или в папке - как лучше?..... | 442 |
| Часть VIII/15. Лучшие плагины Wordpress - 103 плагина..... | 443 |
| Часть VIII/16. Внутренняя оптимизация WP..... | 453 |
| Часть VIII/17. Внутренняя поисковая оптимизация блога на WordPress, установка и настройка плагина All in One SEO Pack | 456 |
| Часть VIII/18. Внутренняя оптимизация uCoz  | 463 |
| Часть VIII/19. SEO в phpBB3 | 467 |
| Часть VIII/20. SMF: Удаляем мусорные слова | 468 |
| Часть VIII/21. SEO настройка Joomla - соберем мозги в кучку..... | 469 |
| Часть VIII/22. Компоненты SEO для Joomla - отзывы и советы..... | 473 |
| Глава IX. Послесловие | 474 |

Глава II. Цифры, числа... Берем врага количеством

В этом разделе обсуждаются количественные методы раскрутки сайтов. В каждой статье приведены несколько (десятков) способов продвижения ресурсов.

Часть II/1. 5 причин ставить внешние ссылки у себя на сайте

Автор: Алексей Терехов (Terehoff)

В сети очень много дискуссий, особенно в SEO и интернет маркетинге, среди средних и крупных организаций о том, следует ли ставить ссылки на другие сайты со своего сайта. Речь идет о прямых ссылках без использования редиректов. Люди побаиваются внешних ссылок по следующим причинам:

- **нанесение вреда репутации** – такое к сожалению иногда бывает;
- **ущерб их рейтингу** в глазах поисковых систем;
- **перетекание веса авторитетности страницы** (PageRank в Google);
- **внешняя ссылка – это дыра**, через которую уходят посетители с вашего сайта.



На мой взгляд, эти причины необоснованны, чтобы не оставлять ссылки на другие сайты. Установка ссылок является общепринятой практикой в Интернете. Посмотрите тот же Яндекс-каталог, сколько в нем прямых ссылок на другие ресурсы. Это значит, что с практически нулевой вероятностью они нанесут вред вашей репутации и репутации вашего сайта. Даже если у вас на сайте стоят ссылки на не совсем СДЛ ресурсы или сателлиты, которые изначально предназначены для продажи ссылок, ваши посетители простят вам эту “оплошность”, особенно если это старая ссылка.

Во многих случаях поисковые системы учитывают, что даже самые лучшие сайты иногда ссылаются менее трастовые сайты. Взять тот же развлекательный сайт fishki.net. Обратите внимание, сколько на главной странице внешних ссылок. С другой стороны ходят слухи, что у администрации фишек с поисковиками заключен некий договор об отмене штрафных санкций. Но это все слухи...

Что касается перетекания PageRank через внешние ссылки – это правда. Скоро я опубликую теоретическую статью, в которой расскажу особенности расчета авторитетности страницы. Так вот, через внешние ссылки авторитетность передается другим страницам и тут ничего не поделаешь. С другой стороны, если вы дарите кому то свой вес, то будут дарить его и вам. Может быть дарить не совсем правильное высказывание. Назовем это явление обменом авторитетности. В моем посте про [возраст блоггеров, которых я знаю](#), в настоящее время более 160 прямых внешних ссылок в самом тексте поста, а также более 100 комментариев. Получается, что вес этой страницы разбазаривается на 160 с лишним

блогов. Но, примерно треть этих блоггеров поставили прямые ссылки на этот пост. В итоге вес, отданный каждому блоггеру гораздо меньше, чем полученный от него. А суммарный отданный вес гораздо меньше суммарного полученного.

Заключительный аргумент про то, что через внешние ссылки посетители покидают сайт и редко возвращаются – тоже миф который очень легко развеять. Подумайте о самых популярных, наиболее часто используемых услугах на веб-сайтах – поисковых системах. Возьмем к примеру Yandex и Google. Сколько раз в день мы пользуемся ими для поиска нужной информации? Сказать много – не сказать ничего. Сколько раз мы переходим с сайтов поисковиков на другие сайты, но в итоге для поиска информации опять возвращаемся к поисковикам? Возьмите для примера социальные сети, только не наши, а англоязычные. Например [stumbleupon](http://www.stumbleupon.com). Если попадете на главную страницу будучи незарегистрированным пользователем, что увидите десятки картинок-ссылок на интересные и популярные сайты. Вот вам характерный пример того, как пользователи, уходя через внешние ссылки все равно возвращаются к тому сайту, с которого начали путешествие. Чтобы продолжить просмотр других интересных сайтов. Самое главное здесь в сайте первоисточнике – это сделать так, чтобы пользователи сами к нему возвращались. Тогда через внешние ссылки они никогда не покинут сайт навсегда.

Итак, все аргументы против разгромлены. Теперь приведу аргументы за использование внешних ссылок.

1. **Внешние ссылки дают вам дополнительные трафик с трекбеков.** Не буду останавливаться на том, что такое трекбек. На эту тему достаточно информации в сети. Но суть в том, что оставляя внешние ссылки на сайты подобной тематики, вы можете рассчитывать на обратную ссылку в трекбеке. Особенно это актуально в блогосфере.
2. **Внешние ссылки делают ваш сайт более ценным,** масштабируемым независимо от его размеров и потенциальной аудитории. Невозможно даже в рамках узкой тематики описать все нюансы требуемой предметной области. Вы просто физически не сможете ее охватить. В сети довольно много сайтов, на которых есть отдельная страница, называемая полезные ссылки или подобным образом. Если сайт содержит много полезной и уникальной информации, то полезные ссылки будут информативными. Поисковики за них точно не накажут 😊.
3. **Поисковые системы могут наградить вас за полезные внешние ссылки.** Возможно это может показаться смешным, но это так. Я думаю Yandex не понизит авторитетность одной из страниц вашего сайта, если на ней будет стоять ссылка на Yandex 😊. Или на Yandex-каталог. Сайты с одинаковым трастом спокойно обмениваются друг с другом прямыми ссылками. Существует так же мнение, что если сайт с меньшим трастом ссылается на другой сайт с большим трастом, то ожидать каких либо отрицательных санкций с поисковых систем не стоит. Если обратиться к примеру в блогосфере, “зеленые” блоги часто ссылаются на более авторитетные и при этом не получают санкций со стороны поисковиков. И это нормальное явление.
4. **За внешние ссылки вы как правило получаете обратные ссылки.** Об этом я уже немного писал, но остановлюсь подетальнее. Как показывает моя практика, поставив 160 ссылок с одной страницы на различных блоггеров в течение недели я получил более 500 обратных ссылок на свой блог в целом. Причем с различных ресурсов. Получается, что отданный ссылочный вес вернулся втройне! Чем не повод ставить внешние ссылки?
5. **Внешние ссылки стимулируют позитивное участие других пользователей** в ваших проектах и взаимодействие. В сети находится большое количество самых разных людей, многие из них хорошие и талантливые профессионалы. Если вы поставите ссылки на их блоги, сайты, то в знак благодарности они могут дать вам настолько ценный совет, что цена ссылки по сравнению с отдачей от использования этого совета будет ничтожной. Характерный пример – SE форум, который я недолюбиваю в последнее время, но иногда бываю там. Если у пользователя форума большое количество сообщений, высокая репутация, то из ссылки в своей подписи он может извлечь значительную выгоду. Как? Это уже другой вопрос. Но администрация форума разрешает использовать ссылки в подписи, таким образом разрешает внешние ссылки на другие ресурсы. Правда эти ссылки закрыты от индексации, но это уже другой вопрос. Ссылки в подписи – это скорее всего источник целевого трафика, который лишним не бывает. Хотя я не являюсь активным участником этого форума, 2-3 человека в день ко мне приходят с него.

Я думаю все описанные за и против позволят вам самим принять решение, ставить ли внешние ссылки на другие ресурсы или нет. Мое мнение – ставить надо. Вопрос только на какие сайты, какой тематики. Если

же вы их своего сайта сделаете закрытое заведение, то на вас так же перестанут ссылаться. А вам оно надо? Мне нет 😊. Ссылаюсь я, ссылаются на меня. Закон сохранения ссылочного веса 😊. Так его и назовем 😊.

Часть II/2. 5 способов увеличить продажи при продвижении сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Этот пост про то, как можно увеличить продажи с продвигаемого сайта.

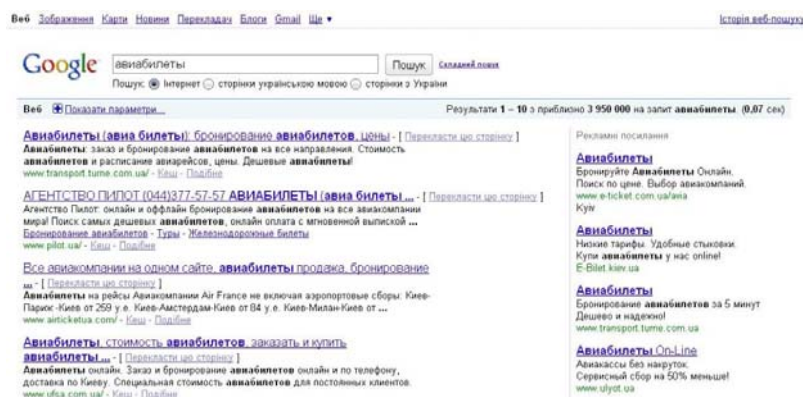
Такие методы ориентированы на сайты, которые продают услуги или товары. Довольно часто приходится тестировать разные штуки, и вот встречайте 5 наработанных способов увеличить продажи при продвижении.



1. Телефон в title

Такое встречается не так часто, но могу сказать точно, что это работает. Давайте объясню почему, да потому что пользователи, которые ищут услуги или товар в поисковых системах иногда не заходят по ссылкам самого сайта, если видят номер телефона.

Выглядит это примерно так:



Что бы увеличить нужно нажать на картинку

Хоть сайт, в котором находится телефон не на первом месте, но имея телефон в title, он имеет большое преимущество.

Это не всегда относится ко всем тематикам, возможно, вы не хотите, что бы к вам обращались по телефону, а заказывали и делали заявку онлайн, то тогда такого не стоит делать.

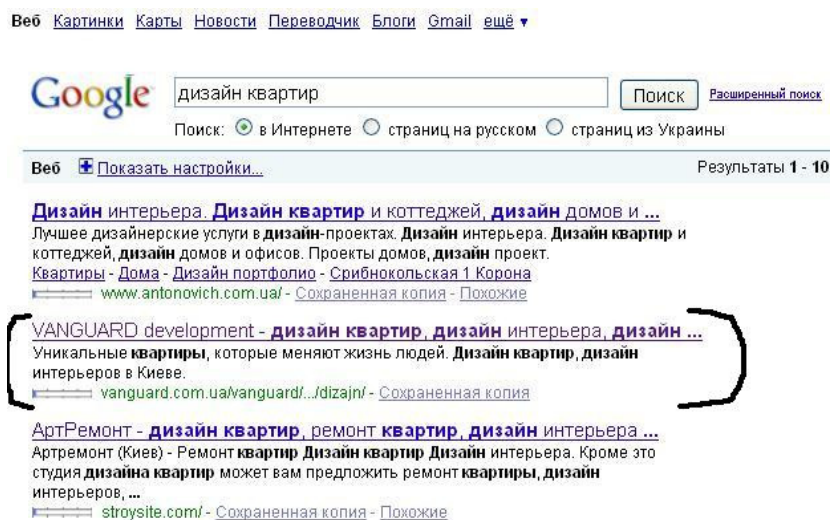
Но как показывает практика **только 20-30% пользователей Украины и возможно чуть больше России делают заказы онлайн**, остальные звонят, что бы заказать по телефону.

Думаю, еще пройдет немало времени, что бы все было как на западе, там процентное соотношение совсем наоборот.

2. Продающий текст в description

Это проверенно уже не один десяток раз для разных сайтов. В этом теге не стоит прописывать одни ключевые слова, прописав там толковый продающий текст, который ярко выделяет вас среди конкурентов значительно можно повысить продажи.

Выглядит это примерно так:

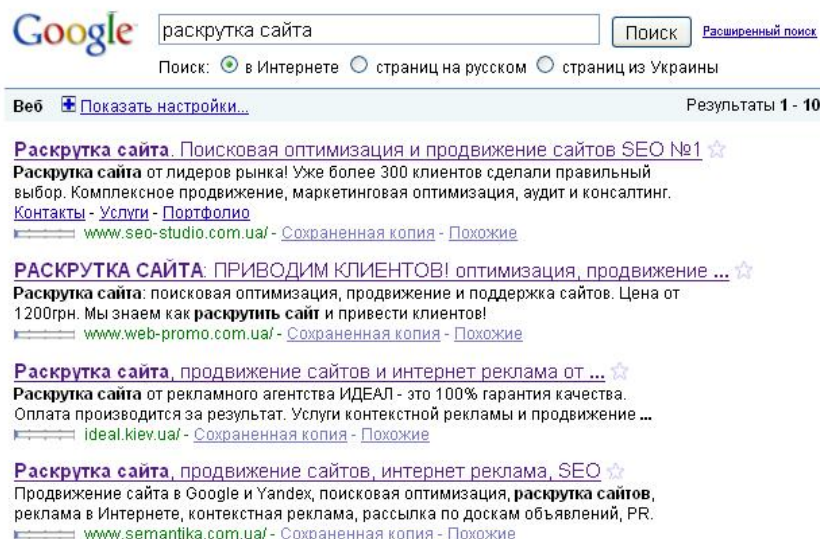


Что бы увеличить нужно нажать на картинку

Одна строчка в description может увеличить количество заходов по ссылке, а так же продажи самого сайта.

Очень толково к этому подходят компании по продвижению сайтов:

Веб [Картинки](#) [Карты](#) [Новости](#) [Переводчик](#) [Блоги](#) [Gmail](#) [ещё](#) ▼



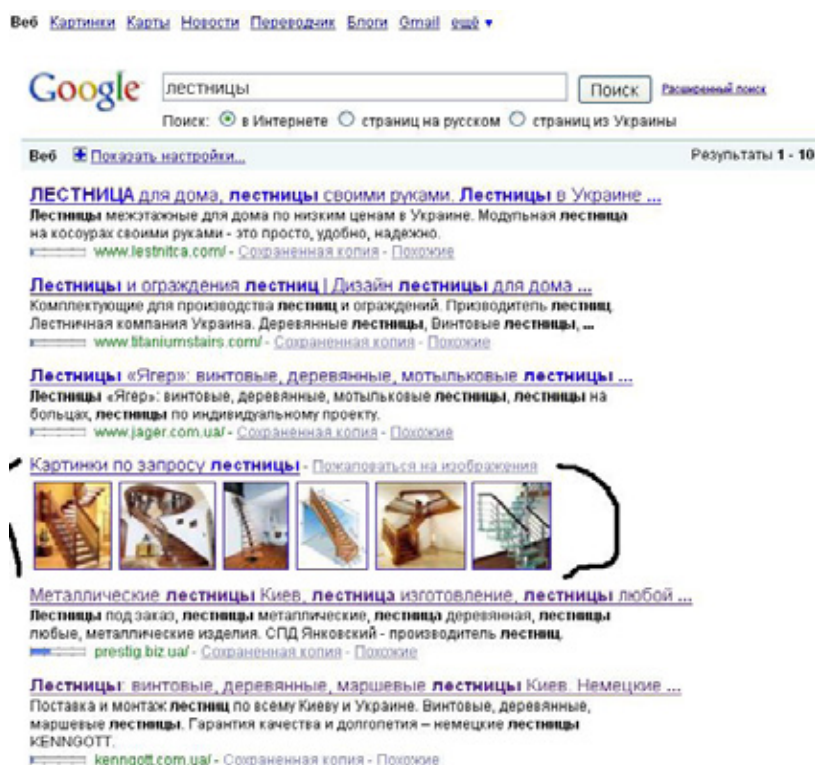
Обычно в description пишут конкурентное преимущество, или уникальное предложение компании. Про это не стоит забывать. Так же можно еще поставить номер телефона и в самом теге description. Лишним это не будет, а шансы повысить продажи это дает.

3. Продвижение картинок в основную выдачу

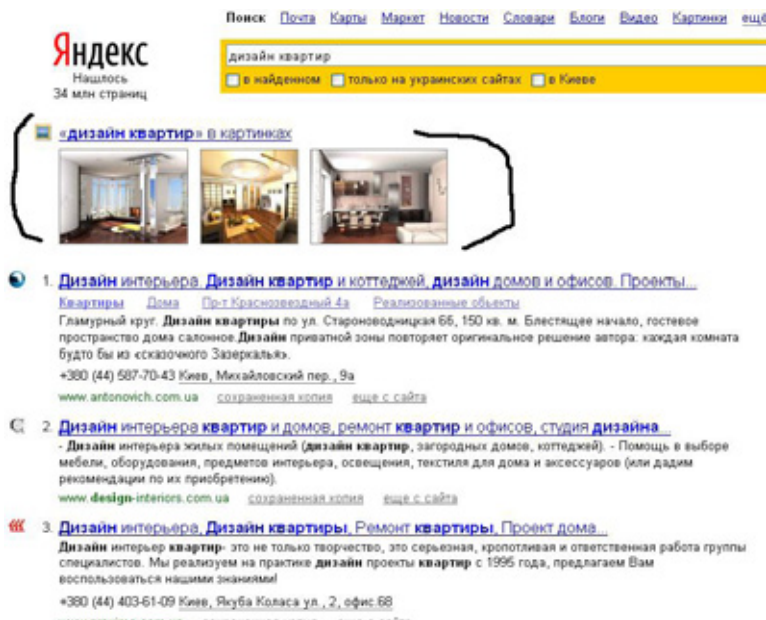
Я уже писал про [продвижение картинок](#), и про то, [сколько это занимает вывести их в топ](#), но не так давно протестировал для одного сайта по продаже услуг.

Если ближе к сути, то по многим тематикам как [Google](#) так и [Яндекс](#) выводи картинки перед выдачей или после первой тройки ссылок в выдаче. Первое что это дает – увеличение трафика на сайт, второе продажи.

Выглядят картинки примерно так:



Так это выглядит в поисковой системе [Google](#), тоже самое можно наблюдать и в Яндексе:



Как видите, в [Яндексе](#) по тому же запросу картинки отображаются перед основной выдачей.

Итак для того что бы получить максимальный эффект, нужно вывести в топ 2 вида картинок:

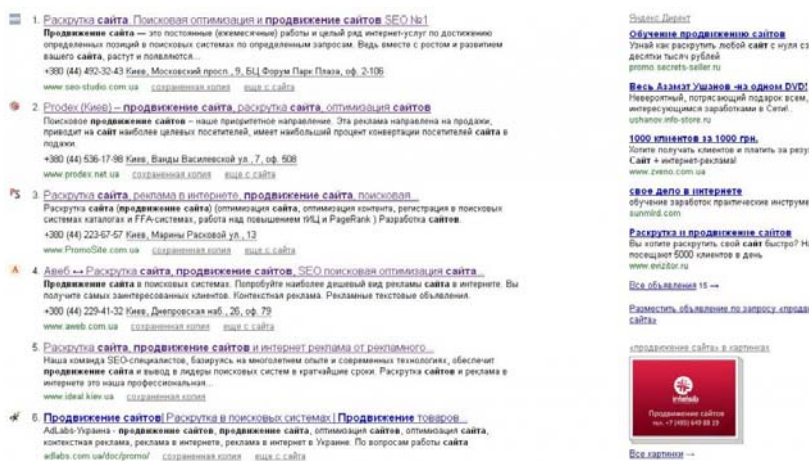
- красивую картинку, которую отображает ваш товар

Тут очень важно действительно подобрать броскую картинку, что бы получить больше заходов.

- картинку с номером телефона и названием сайта

Это вариант употребляют пока мало, но он также эффективен, и увеличивает шансы продаж ваших товаров и услуг.

Картинка с номером телефона выглядит примерно так:

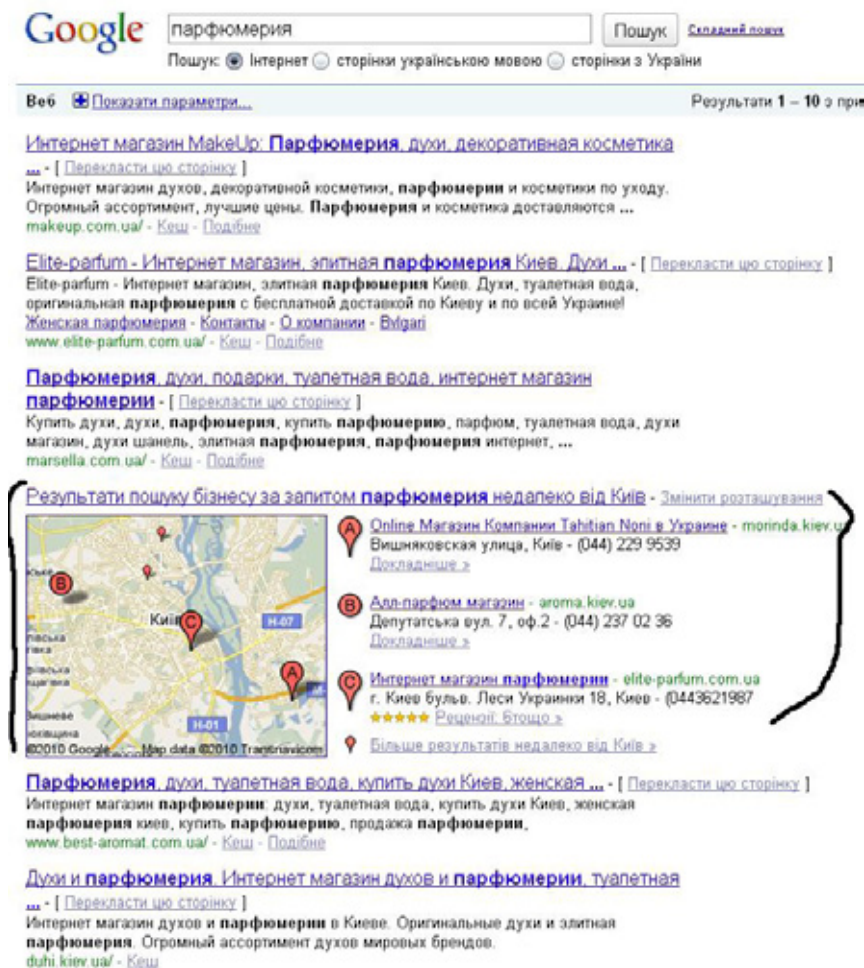


Сейчас сам тестирую вывести в топ картинку с номером телефона по очень сложному коммерческому запросу в Google, и будет интересно отследить эффект.

4. Добавляем сайт на Google Maps

Это касается поисковой системы Google, так как они выводят результаты в основную выдачу поисковика. Про то, как [добавить сайт в Google Maps](#) прочитайте по ссылке.

Выглядит это примерно так:

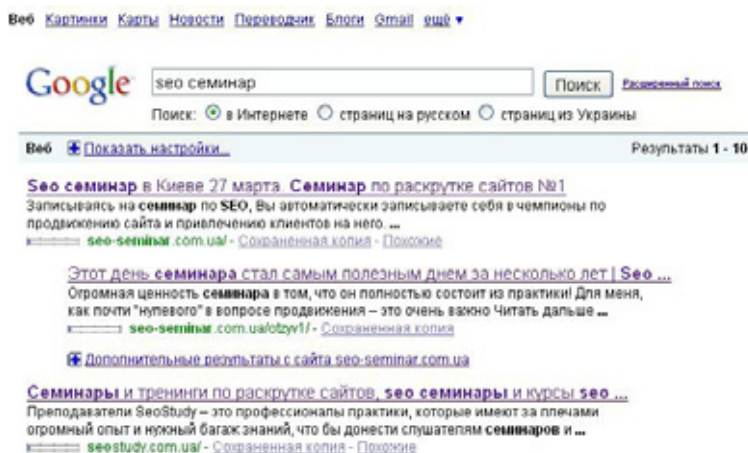


Как видите еще один способ добавить телефон и информацию о компании. А это дает еще шансы на увеличение звонков и соответственно продаж. Там так же можно добавить отзывы об услугах и товарах компании.

Тут можно попросить это сделать ваших клиентов, либо сделать самим за них. Отзывы должны быть продающими и мотивирующими, а еще правдивыми.

5. Выводим в топ дополнительную страницу

В данном случае есть не один способ, но давайте я примерно покажу, что я имею в виду.



Как видите, на первом месте идет главная продающая страница сайта, а на втором месте в дополнительном результате вторая страница этого же сайта, только с реальным отзывом. Такое значительно может увеличить продажи, точно проверенно.

Отзывы очень важны для потенциальных клиентов и покупателей, и поэтому не стоит забывать и про такое.

По очень сильным запросам такое достаточно сложно сделать, но можно, что и многие давно применяют на практике и увеличивают эффективность продвижение сайта и его продажи.

Часть II/3. 5 советов по созданию практичной 404-ой страницы

[Автор: Сергей Кокушаров \(Devaka\)](#)

Данный пост содержит в себе советы о том, как сделать 404-ую страницу более практичной и является переводом одноименной статьи [5 Tips to Make Your 404 Page More Usable](#), автор которой Мэтью Каммерер (Matthew Kammerer) — участник комьюнити [UX Booth](#) и специалист в таком направлении, как юзабилити.

В некоторых случаях 404-ая страница может быть первой, на которую попал посетитель и, соответственно, может формировать первое впечатление о вашем сайте. Применение шагов, указанных ниже, может улучшить опыт пользователя (user experience), их следует применить для каждого разработанного вами сайта.

1. Избавьтесь от стандартных сообщений

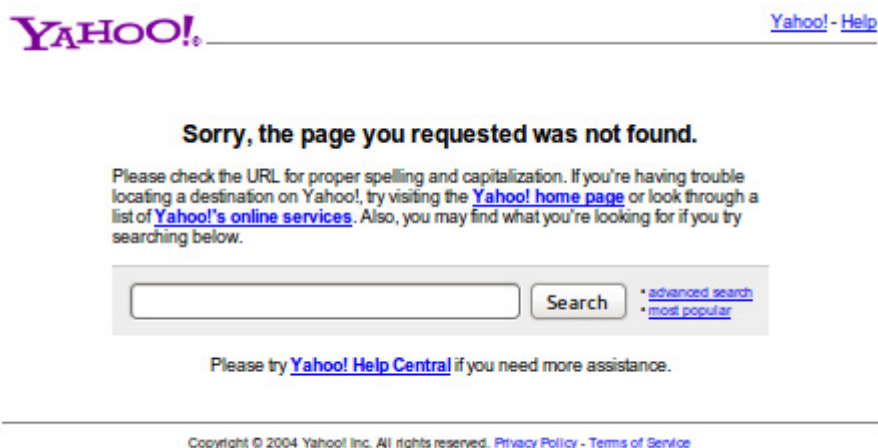
Для начала необходимо настроить 404-ую страницу. Стандартное сообщение об ошибке бесполезно. В большинстве случаев, попадая на страницу со стандартной 404-ой ошибкой, посетители могут лишь вернуться на предыдущую загруженную ими. Если ваш посетитель пришел к вам по внешней ссылке, тогда у вас уже не будет шанса удержать его. Не ожидайте от посетителя, что он приложит много усилий, если их не приложили вы для создания более дружелюбной страницы.

Процесс настройки весьма прост и может изменить всё! Здесь можно найти руководства для создания собственных 404-ых страниц для [WordPress](#) и [Apache](#).

2. Оставьте страницу узнаваемой

Когда посетитель попадает на 404-ую страницу и она выглядит совсем не так, как остальные страницы вашего сайта, то он может подумать, что это совсем другой ресурс.

Оставьте на 404 странице основную структуру сайта или, на крайний случай, узнаваемый баннер или логотип. Видеть знакомую графику для многих будет утешением.



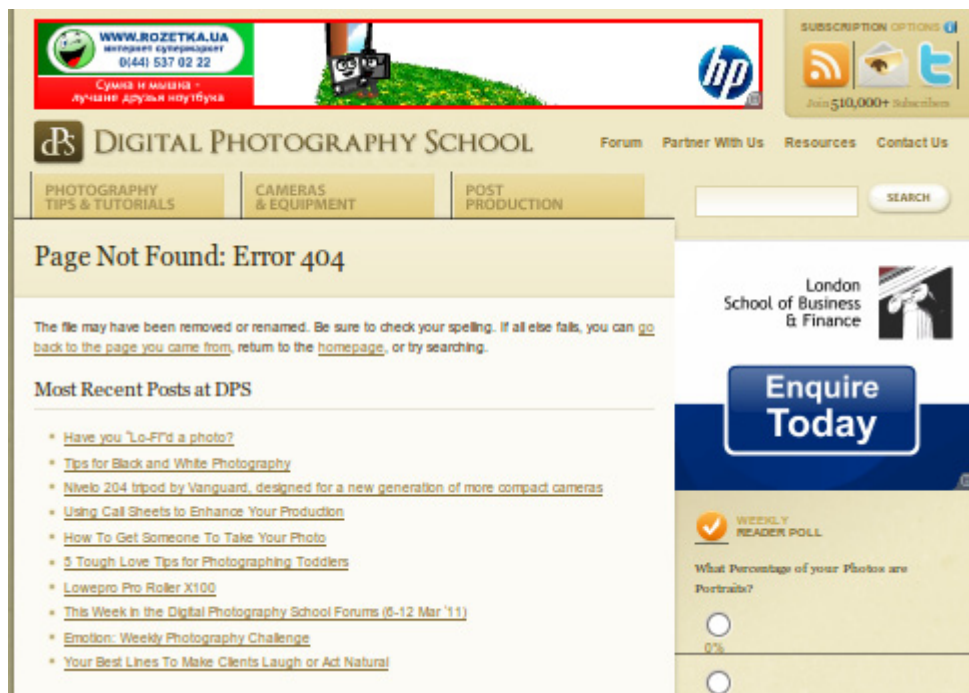
Yahoo! придерживается простого и краткого стиля на своей 404-ой странице и посетителям очевидно, что они находятся на странице, являющейся частью Yahoo!

3. Стремитесь к простоте

Несуществующая страница должна быть простой, чтобы не запутать посетителя окончательно. Факт в том, что люди, спотыкающиеся об ошибки, уже сконфужены. **Главная цель вашей 404 страницы — направить посетителя на искомую им страницу как можно быстрее.**

Эта цель должна удовлетворять потребности разной аудитории, но при этом слишком много опций снизят эффективность. Предлагая ссылки на наиболее популярные страницы сайта, вы поможете большей части посетителей. Для некоторых сайтов можно включить лишь основную навигацию, а на блогах и больших сайтах можно также добавить ссылки на наиболее популярные материалы.

Так как невозможно перечислить все страницы сайта, удобно будет использовать поиск по сайту. Если основной выбор, который вы думали решит проблему посетителя, не удовлетворил его, тогда предложите им поискать самим нужную страницу.



Блог “школы цифровой фотографии” очень хочет взаимодействовать с посетителями, попавшими на несуществующую страницу, предлагая им ссылки на свежий контент сайта.

4. Укажите посетителю направление

Даёте ли вы направление посетителям, попавшим на несуществующую страницу вашего сайта или они полностью на ней теряются? Ваша 404 страница должна предложить несколько ключевых ссылок и направлений, среди которых посетитель мог бы выбрать интересующее. Одна из наиболее необходимых ссылок — “Главная страница”. Это быстрый и дружелюбный способ направить посетителя в самое начало. Многие пользователи выберут главную страницу, но лучше предложить ещё несколько опций, например, основную навигацию, с которой, возможно, посетитель уже знаком.

Повторюсь, что весьма рекомендуется включить на 404 страницу форму поиска. Некоторые посетители знают, что именно они ищут и им будет намного проще ввести ключевое слово, чем искать материал через навигацию.

При всём этом, старайтесь не переборщить с вариантами выбора: предложите ссылку на главную страницу, а также на 2-3 других важных страниц вашего сайта.

5. Используйте творчество, но не переусердствуйте

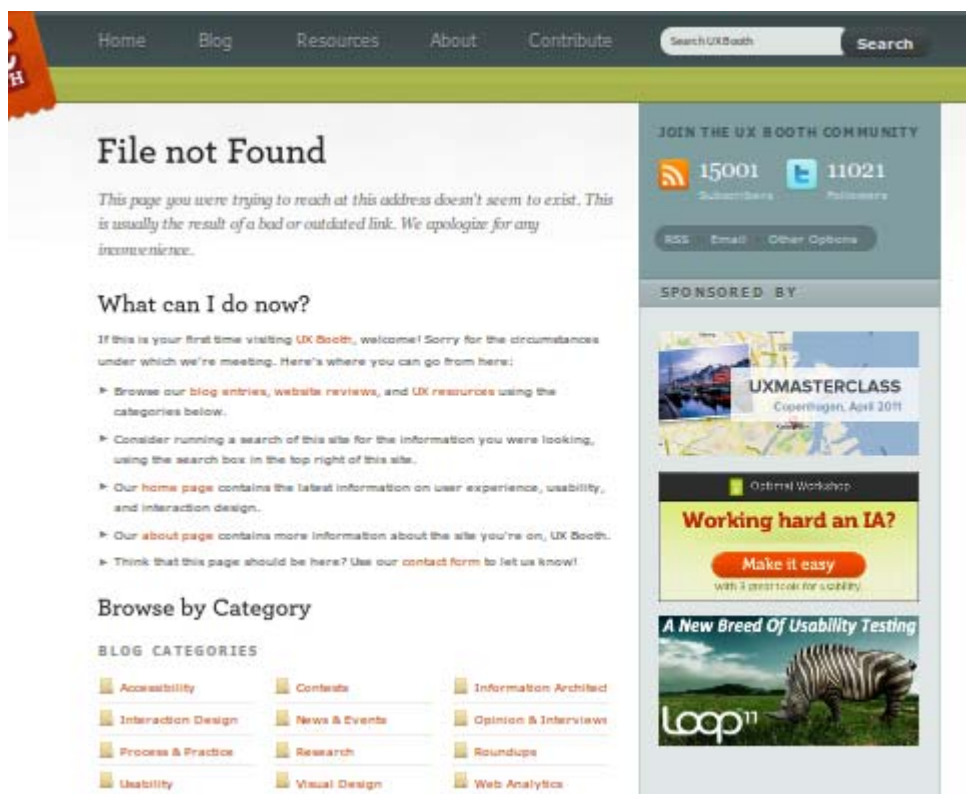
Немного креатива на сайте обычно приветствуется, однако, есть разница между креативом и оригинальностью. То же самое касается и 404-ых страниц. Слишком креативные страницы могут оказаться менее полезными для посетителей, чем стандартное сообщение об ошибке.

Вы можете на странице ошибки оставить структуру сайта и главную навигацию, можно разместить там красивое изображение, по которому будет понятно, где находится посетитель, а также оставить сообщение, что возможно страница была перемещена. Необычным будет использование короткого видеоролика с участием владельца сайта, который предлагает вам продолжать искать нужную страницу.

Если взять, к примеру, известную синюю страницу в качестве 404-ой, то несмотря на наличие ссылок на главную и контакты, у нас нет визуального представления о том, где мы сейчас находимся. Никакого поиска, никаких логотипов, ничего...



Взгляните также на страницу 404 ошибки самого сайта **UXBooth**, владельцы которой ею гордятся.



Вот такие советы нам поведал Мэтью.

Часть II/4. 7 секретов успешного сайта

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Если вы хотите, чтобы ваш сайт достигал намеченных вами целей, будь то увеличение посещаемости, вывод в топы поисковиков или получение прибыли, вы должны уделять внимание каждой детали. Вы должны быть уверены, что сайт эффективно развивается. Далее я приведу 7 простых секретов успешного сайта.

1. Не используйте страницы приветствий

Страницы приветствий – это страницы, на которые вы иногда попадаете при заходе на какой-либо сайт. Обычно они имеют красочное изображение и приглашение войти на сайт вроде “Добро пожаловать” или “Вход”. Избегайте таких страниц – в действительности они раздражают посетителей и побуждают их уйти с вашего сайта. Посетители должны видеть содержимое сайта с первого взгляда.

2. Не используйте назойливой рекламы

Абсолютное большинство посетителей игнорируют рекламу на сайтах. Старайтесь вместо навязчивых баннеров использовать качественные и интересные материалы, а рекламу неназойливо внедрять в них. В итоге посетители гораздо охотнее будут кликать по ссылкам.

3. Навигация должна быть простой и понятной

Вы должны сделать такую навигацию, чтобы даже ребенок мог ориентироваться на вашем сайте. Избегайте выпадающих меню на скриптах или flash. Если посетители сразу не поймут, как ориентироваться на сайте, они просто уйдут.

4. Посетитель должен понимать, в каком разделе находится

Когда посетитель делает несколько переходов вглубь вашего сайта, сделайте навигацию так, чтобы он понимал, в каком разделе находится. Это облегчит поиск информации на сайте, и в итоге вы получите увеличение посещаемости и просмотров страниц.

5. Текст должен легко читаться

Разбивайте текст на небольшие параграфы. Если на странице много текста, разделите его на короткие блоки, иначе посетители просто уйдут.

6. Не используйте звуки на сайте

Если посетитель собирается задержаться на вашем сайте, чтобы почитать интересный материал, не используйте звуки или мелодии, иначе это может его раздражать. Если вы все-таки хотите использовать звуковые эффекты, то сделайте так, чтобы посетитель мог контролировать громкость или полностью выключать их.

7. Старайтесь, чтобы сайт соответствовал веб стандартам

Вы должны сделать свой сайт так, чтобы он соответствовал принятым веб стандартам и правильно отображался в различных браузерах. Если ваш сайт отлично смотрится в *Internet Explorer*, но неправильно отображается в *Mozilla Firefox* или *Opera*, то вы потеряете много посетителей.

Следуйте этим 7 простым пунктам, и вы сделаете свой сайт действительно качественным, эффективным и полезным для посетителей.

Автор: Alexa Peters

[Источник](#)

Перевод: Глобатор

Часть II/5. 7 признаков покупных ссылок

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Часто получаю вопросы о том, как определить покупные ссылки при анализе внешних ссылок конкурентов. Это сделать довольно просто, так как покупные ссылки обладают несколькими признаками. Я решил собрать признаки покупных ссылок и сделать из них список.

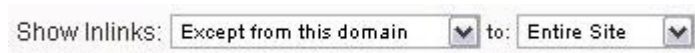


Наверняка вы знаете (на всякий случай напишу), что внешние ссылки лучше всего смотреть с помощью [Сайтэксplorер Yahoo](#) - он показывает намного больше ссылок, чем другие сервисы. Для того, чтобы добраться до списка внешних ссылок, нужно сделать четыре клика - внешние ссылки показываются не сразу, об этом часто забывают, и в итоге смотрят список внутренних страниц либо общий список внешних и внутренних ссылок.

В опциях нужно выбрать Inlinks (Внешние ссылки):



И затем Excerpt from this domain (чтобы не показывались ссылки с самого сайта) и Entire Site (для показа ссылок на все страницы сайта):



Например, смотрим внешние ссылки моего любимого почтового сервиса [gmail.com](#) по [этой ссылке](#).

Опять я увлекся, и чуть было не забыл, о чем начинал писать 🤪. Итак, приступим к признакам покупных ссылок.

1. Размещение блоками

Покупные ссылки часто размещаются блоками по 2-5 и более штук в боковых колонках или нижних частях сайтов. Для владельцев сайтов это наиболее простой и легкий вариант.

2. Разные тематики ссылок

Один из самых явных признаков покупных ссылок - это разношерстность их тематик. Например, когда на музыкальном сайте вы встречаете ссылки о металлочерепице, магазине детской одежды, грузоперевозках и т.д., то можно с уверенностью сказать, что эти ссылки покупные.

3. Повторение ключевых слов

Часто покупные ссылки содержат ключевые слова, которые повторяются несколько раз. Например, “купить одежду, купить одежду недорого, купить одежду Москва”.

На мой взгляд, перечисление ключевых слов в текстах ссылок излишне. Естественные ссылки никогда не будут содержать ключевую фразу несколько раз, это прямой признак покупных ссылок.

4. Подписи блоков со ссылками

Часто блоки с покупными ссылками, даже если в них по одной ссылке, подписаны заголовками “Реклама”, “Спонсоры”, “При поддержке”, “Наши друзья” или похожими.

5. Околоссылочный текст

Околоссылочный текст - это текст до или после активной ссылки. Он бывает доссылочный, например:

блог о продвижении сайтов shakin.ru

И послессылочный:

shakin.ru - блог для любителей продвигать свои сайты

У естественных ссылок есть либо доссылочный текст, либо послессылочный, либо текста вокруг ссылки вообще нет. Исключение - когда ссылки размещаются в тексте (статьи, посты и т.д.). У покупных же ссылок зачастую есть текст как до ссылки, так и после нее. Этот момент нужно учитывать при составлении текстов ссылок. Ориентир на схемы естественных ссылок - залог успеха для составления эффективных текстов ссылок при продвижении сайта.

6. Текст ссылки в виде адреса сайта

Часто при составлении текстов ссылок адрес сайта вообще не используется (хотя встречаются исключения). А зря. Как будет ставить ссылку обычный интернет пользователь на понравившийся ему сайт? Наиболее популярные схемы естественных ссылок такие:

Вот интересный сайт по урокам Фотошоп <http://globator.net/>

<http://globator.net/>

[Форум по Photoshop](#)

<http://planetaphotoshop.ru/> тут есть конкурсы Фотошоп

Адрес сайта в текстах ссылок нужно обязательно использовать. В целом я делаю 20-30% ссылок с текстом в виде адреса сайта.

Я уже [писал](#), что поисковики учитывают ключевые слова в тексте рядом со ссылкой, поэтому их использование в околоссылочном тексте рядом с адресом сайта положительно влияет на рост позиций.

7. Разные ссылки на разных страницах

Даже если покупные ссылки размещены по одной, определить их можно, если сравнить один и тот же участок сайта на разных страницах. Открываете одновременно несколько страниц одного сайта и если в одном и том же месте сайта размещены разные ссылки, то эти ссылки - покупные.

Конечно, покупные ссылки могут быть размещены не только в боковых колонках и нижней части сайтов, но и в самом контенте. Это могут быть платно размещенные посты и постовые ссылки на блогах, платные статьи и пресс-релизы, контекстные ссылки внутри текстов и т.д.. Конечно, не всегда можно сразу определить, платно ли размещен тот или иной материал, но если в нем чувствуется хоть нотка рекламности, то уже можно подозревать, что материал размещен платно.

В этом случае можно написать письмо владельцу сайта на контактный e-mail и узнать условия размещения и расценки. Вам может пригодиться эта статья: [Как избежать подвоха при платном размещении статей навсегда](#).

Умение сразу определять покупные ссылки поможет вам выявлять, используют ли конкуренты вашего сайта покупные ссылки, и если используют, то какие.

Часть II/6. 7 спорных вопросов, возникающих при покупке ссылок

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



Я наконец нашла время собрать в одном месте все вопросы, которые задает практически каждый клиент, заказывающий платную консультацию. Теперь буду всех отсылать сюда, дабы сэкономить свое время и их деньги. Итак, небольшое FAQ по покупке ссылок.

1) Покупать ссылки вручную, или пользоваться автоматической системой?

Под ручной покупкой подразумевается размещение напрямую через биржу, когда вручную нужно составлять тексты ссылок и искать площадки под размещение. Под автоматом – размещение через различные системы автораскрутки типа [Сеопульта](#), [Вебэфектора](#) или [Руки](#), где и составление ссылок, и подбор площадок полностью автоматизированы. **Ручное размещение позволяет отсеять негодные ссылки еще до размещения и таким образом экономит деньги. Автоматическое размещение экономит время – каждому свое.**

Поэтому если для вас принципиальна экономия времени в ущерб бюджету – вполне можно пользоваться автоматом (самый пригодный из существующий на сегодня – [Seopult.ru](#)). Если же вы, как и я, хотите сэкономить 20-40% бюджета, покупая только ссылки с хороших проиндексированных страниц – тогда только ручное размещение. При ручной покупке ссылок можно тоже существенно сэкономить время, автоматизировав проверку качества страниц-площадок (проверять сотни страниц вручную займет уйму времени). Во-первых, с помощью фильтров самой биржи можно отсеять 70% хлама. Во-вторых, перепроверять после фильтров такие показатели, как проиндексированность страницы, количество ссылок и т.д. тоже можно автоматом – например, с помощью [Sape-тулбара](#) или [модуля проверки покупных ссылок Seolib](#).

2) Что лучше – обычные ссылки или статьи?

При всем моем уважении к статьям как методу продвижения, я не заметила разницы в эффекте от статейных и простых ссылок. Другое дело, что среди площадок под простые ссылки хлама и говносайтов намного больше, чем среди площадок под статьи. Да и статейное продвижение, как правило, предполагает возможность размещения сразу нескольких ссылок с одной страницы по одной цене, но зато придется потратить лишние деньги и время на написание текстов.

Если речь идет о продвижении по супер-ВЧ + СЧ независимо от их количества, я использую и простые ссылки, и статьи. Если же список слов состоит только из большого количества СЧ без ВЧ – мне достаточно простых ссылок. Если сайт продвигается по небольшому количеству СЧ – тогда

можно обойтись одними статьями.

3. Нужен ли окружной (околоссылочный) текст?

Для тех, кто не знает: окружной (околоссылочный) текст – это текст, который окружает анкор ссылки. К примеру, в ссылке “многофункциональные швабры с пультом управления” слова *многофункциональные* и *пультом управления* являются окружным текстом, *швабры* – анкором.

Существует мнение, что чем дальше внешние ссылки размещены друг от друга на странице-площадке, тем больше их вес и тем меньше вероятность, что поисковик вообще перестанет учитывать такие ссылки. При покупке большого количества ссылок очень сложно предположить, каким образом они будут размещены на страницы – на расстоянии друг от друга, или в одном блоке. С этой точки зрения, **околоссылочный текст никогда не будет лишним.**

4. Использовать точное вхождение, или разбавлять анкеры другими словами?

Все зависит от количества и качества запросов. Если сайт продвигается по большому количеству СЧ – зачастую достаточно точных вхождений, если по конкурентному ВЧ – как правило, без разбавления не обойтись. Ссылочный вес в анкоре распределяется неравномерно – чем слово более редкое, тем больше веса оно забирает, поэтому **не советую разбавлять анкеры редкими словами.**

5. Сколько ссылок покупать за один раз?

Покупка большого количества ссылок за один раз может привести к тому, что часть из этих новых ссылок не будет учитываться, или, в худшем случае, для этого сайта вообще будет понижено влияние ссылочной массы. Какое количество ссылок можно покупать за один раз – 50,100 или 500? Все зависит от продвигаемого сайта – **чем старше сайт, и чем больше его текущая ссылочная масса, тем больше ссылок за 1 раз для него можно покупать.** Для новых сайтов порог естественности намного ниже – по 30-50 ссылок в неделю для такого сайта более чем достаточно. Кроме того, **лучше покупать не все ссылки за один раз, а по несколько ссылок в день на протяжении нескольких дней.**

6. Какие показатели площадок нужно учитывать при покупке ссылок?

Я советую руководствоваться такими принципами:

- страница должна быть проиндексирована;
- на странице не должно быть более 2 внешних ссылок;
- сайт должен быть старше одного года, а лучше двух лет;
- сайт не должен находиться под фильтрами Яндекса “АГС” и “Ты последний”;
- тИЦ сайта – чем выше, тем лучше; сайтов с тИЦ менее 10 лучше избегать;
- PR главной странице должен быть не ниже 1, PR внутренней – чем выше, тем лучше;
- наличие сайта в Yasa и Dmoz – дополнительный аргумент в пользу размещения на нем ссылки;
- количество ссылок на домен в целом и на страницу в отдельности – чем больше, тем лучше.

Дополнительными показателями еще могут быть: посещаемость сайта (если высокая, значит, сайт качественный), наличие на сайте Яндекс-Директе (в РСЯ существуют жесткие требования к качеству, и если сайт есть в РСЯ, это свидетельствует о его качестве), соотношение количества ссылок с домена и проиндексированных страниц.

7. Как проверить, работает ссылка или нет?

Раньше работоспособность ссылки в Яндексе можно было проверить, создавая уникальные анкеры с метками. Если после индексации ссылки сайт находился по меченному запросу в топе – ссылка работала. После отмены непот-фильтра отследить работоспособность ссылки в Яндексе таким образом уже нельзя – ссылка даже с самого плохого донора имеет минимальный вес, достаточный для нахождения сайта в топе по “меченному” анкору. Я смотрю на **наличие ссылки по [Яндекс.Вебмастер](#) и отказываюсь от ссылок, которые не появились там в течении месяца после размещения**. Если вы двигаете в Google, наличие внешних ссылок можно определять с помощью [Инструментов для Вебмастера](#).

Напоследок – один совет, который я даю всем вопрошающим по поводу ссылок. Перед тем, как покупать ссылки для своего сайта, не ленитесь проанализировать ссылки конкурентов – тогда многие вопросы отпадут сами по себе.

Часть II/7. 7 способов превратить Ваш сайт в Линкомагнит

Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)

Наращивание обратных ссылок может быть достаточно непростым занятием, так как играет всё более важную роль в комплексе SEO-услуг, а поисковики всё более жёстко дискредитируют ссылочных брокеров. (Sphinn.Ru: Это только в Рунете SAPE и её коллеги процветают, а на западе покупка ссылок чётко позиционируется, как Black Hat SEO). В свою очередь, наращивание естественных ссылок нередко занимает очень много времени, и даже иногда может просто разочаровывать.

Недавно я помог моей жене в запуске нового сайта по теме фитнеса, на котором проверил некоторые основные теории и техники линкбилдинга. Я был крайне удивлён, когда она получила множество положительных ответов с других ресурсов на своё предложение поставить ссылку на свой сайт, так как её сайту всего-то 2 недели от роду. Неужели это ещё возможно – запросить незнакомых людей по e-mail и получить обратную ссылку? Оказывается да, особенно, если ваш сайт «ссылко-привлекателен»(Link Worthy)!

Как же сделать сайт ссылочным магнитом? Ниже следуют несколько советов, которые помогут вам в этом.

1. Внешнее представление: первое впечатление значит очень много, тем более, в онлайн. Люди, которые поставят ссылку у себя на ваш ресурс, по сути пригласят своих посетителей, включая поисковых ботов, на ваш сайт. Если ваш сайт выглядит как что-то “слеппенное из того, что было” или может заспамить посетителей, то шансы положительного исхода крайне малы.

Это не значит, что вам нужны миллионные затраты для продвижения сайта. Посмотрите на наш сайт DailySEOTip. Мы делаем его чистым и аккуратным. Аккуратность в данном случае играет важную роль для сайта, первоочередная цель которого – обмен информацией. Насколько хорошо ваш сайт внешне соответствует вашему бизнесу?

2. Персонализация. Одна из причин, почему моя жена получила столь широкую поддержку при обращении по e-mail, в том, что её сайт имеет много личного. Её сайт является блогом, он содержит информацию об авторе и её фотографию, также её фотография присутствует на каждой странице. Это формирует у посетителя тёплое ощущение, как будто он знает автора блога лично.

Не только блог формирует личное отношение, но и каждое письмо, отправленное по электронной почте. Проверьте, имеет ли ваш e-mail связь с вашим сайтом, особенно если вы представляете более менее крупный бренд. Читатель, кликнувший по ссылке на ваш ресурс, должен мгновенно ассоциировать вас с вашим сайтом, ведь тогда ему будет труднее вам отказать.

Не только блогам стОит поработать над персонализацией. Многие бизнес-сайты содержат фото своего руководства, сотрудников клиентской службы или просто раздел “Сотрудник месяца”. Как насчёт размещения на сайте страницы «О компании» (“Meet Our Team”) с групповым фото? Кстати, погуглите запрос “о компании”, это может породить у вас в сознании новые идеи оформления этой страницы. Кто представляет ваш сайт или бизнес? Сайт с элементами персонализации будет взаимодействовать с посетителем не просто как сайт, но на уровне человеческого общения.

3. Интерактивность. Возможности интерактивного общения сделает ваш сайт намного более привлекательным. Безусловно, для блога интерактивность неотъемлема с его возможностями для комментирования, системой меток и голосованиями.

Посмотрите для примера на DailySEOTip.com. Одна из нашей целей – организовать чёткое взаимодействие с посетителями через комментирование, что оценит любой человек, посетивший наш блог. Лично для меня при посещении блогов ShoeMoney или TechCrunch первым критерием оценки статьи являются отзывы прочитавших; большинство записей в этих блогах привлекает сотни комментариев.

Интерактивность вашего сайта даст вашим посетителям способность выразить своё мнение по освещаемым темам, проголосовать или отреагировать с помощью других инструментов привлечения ваших потенциальных клиентов.

Тот, кто потенциально может поставить ссылку на ваш ресурс, также может “влиться”, что повысит

шансы позитивного ответа на вашу e-mail-просьбу об установлении ссылки.

4. Присутствие. Конечно, вы можете персонализировать ваш сайт, но можете ли вы действительно предоставить различные способы контакта с вами? Обязательно чётко организуйте страницу “О нас”, телефоны, адреса, которые совпадают с указанными в e-mail (кстати, обязательно используйте полную подпись при отправке электронной почты) – всё это один из основных столпов естественного линкостроения. Несмотря на всю очевидную важность, очень многие сайты пропускают эти столь важные этапы.

Разместите также ссылки на свой LinkedIn или FaceBook профайлы. Это продемонстрирует для вашего посетителя серьёзность отношения к своему сайту, к своей репутации и бизнесу в целом.

5. Хорошая компания (ваши исходящие ссылки). Потенциальный “линкодатель” захочет проверить, на кого вы ссылаетесь, поэтому отнеситесь внимательно к исходящим ссылкам вашего сайта. Я бы рекомендовал связаться и поставить исходящие ссылки на качественные ресурсы вашей тематической ниши – используйте для этого каталоги Yahoo или Best of the web (Sphinn.ru: в Рунете очевидно для этих целей лучше использовать каталог Яндекса).

Увидев столь серьёзные исходящие ссылки, линкодатель убедится, что вы серьёзно подходите к своему сайту, действуя на долгосрочную перспективу.

Будьте предельно внимательны и даже придирчивы, формируя профиль обратных ссылок. Если он состоит преимущественно из ссылок из гостевых книг, статейного спама и бесплатных каталогов, то это понизит ваш авторитет не только в глазах потенциального линкодателя, но и в глазах дяди Гугла. (Sphinn.Ru: На Сёрче недавно в очередной раз бушевали дискуссии о том, понижают ли авторитет ресурса или его позиции в выдаче «тощие» ссылки. Лично я считаю, что нет. А Вы как думаете?)

6. Авторитет в социалках. Один из важнейших аспектов блоггинга и социальных медиа в том, что предельно просто можно продемонстрировать, кто заходит на ваш сайт через виджеты MyBlogLog, TwitterCounter, FaceBook или Google Friend Connect. Эти виджеты значительно повышают авторитетность сайта.

Посмотрите для примера на DailySEOTip.com – около каждого поста аватар (генерируемый сервисом Gravatar – обязательно в нём зарегистрируйтесь). Это демонстрирует впервые зашедшему посетителю или потенциальному линкодателю, кто читает ваш сайт. Допустим, ваш сайт посвящён венчурному капиталу и ваш виджет MyBlogLog показывает, что Guy Kawasaki недавно побывал на вашем сайте. Это достаточно высоко оценит любой посетитель.

7. Направленность ресурса: релевантность – это ключ. Вы, вероятно, уже заметили, что я постоянно намекаю на то, что ваш сайт должен стать именно ресурсом – источником полезной релевантной информации. Приглашайте экспертов вести блог у вас на сайте, сделайте терминологический словарь, опубликуйте страницу региональных партнёров.

Например, допустим, что ваш бизнес планирует привлечь внимание целевых групп посетителей из Филадельфии. Предположим, ваш бизнес – системы охраны домов. Ваш бизнес физически находится в Пенсильвании, но это упоминается лишь в качестве почтового адреса на странице контактов.

Я бы посоветовал добавить на сайт разделы с информацией о безопасности и преступности в регионе Филадельфии, справочник телефонов полиции, пожарников и службы спасения, статьи об успешном применении автоматизированных систем охраны домов. Теперь вы имеете геотаргетированный и предельно релевантный к вашему бизнесу раздел.

При обращении к местным вебмастерам и блоггерам с просьбой о проставлении ссылки на ваш сайт, не просите их просто поставить ссылку на ваш ресурс. Ни в коем случае! Предложите им почитать разделы вашего сайта!

Теперь переходим к чему-то, что не только достойно линкования, но и достойно упоминания в новостях.

- * отправляйте ваши пресс-релизы в местные СМИ

- * отправляйте электронные сообщения на сайты пожарной охраны (Sphinn.ru: весьма смутно себе представляю сайт пожарной команды в Рунете, но, поживём-увидим)

- * отправляйте ваши новости на сайты городских правительственных органов

- * —на сайты гражданских сообществ и ассоциаций

- * — бойскаутам, в церкви и другие местные организации

Идя таким путём, вы возможно получите экстремально ценные ссылки с .edu и .gov – сайтов, что по другому было бы сделать просто невозможно.

Подведём итоги: **чем более релевантный, интерактивный и персонализированный сайт вы создаёте, тем легче будет увеличивать число внешних обратных ссылок.**

Часть II/8. 9 экспертных SEO советов для маленького бизнеса

Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)

Игнорируя поисковые системы, Вы действуете на свой страх и риск. Сегодня, когда так много людей совершают покупки в интернете, поиск поставщиков для ведения своего бизнеса, а также получения трафика являются неотъемлемой частью интернет маркетинга.

Для решения такой непростой задачи Вы либо прибегните к помощи специалистов в SEO, либо будете всем заниматься сами. В первом случае Вы платите за работу другим, во втором Вы экономите деньги, но тратите свое время. Не зависимо от варианта, я согласен с утверждением, что “Чем больше Вы знаете свой предмет, тем более точные и важные вопросы сможете задать и тем более квалифицированных специалистов сможете нанять”.



В прошлом месяце был проведен веб-бинар в Verizon Small Business Center на тему “Совершенствование SEO опыта”. Были опрошены 9 профессионалов в области SEO и соц-медиа, имеющих опыт и понимание стратегий в сфере малого бизнеса. Ниже приведены выборки из интервью:

1. **Aaron Wall** из [SEOBook](#) о выборе доменных имен: “Начните с выбора описательного имени домена. Вы захватите больше рынка, плюс бренд будет иметь описательный URL. Это нравится как ПС так и людям. Посмотрите на премиум домены. Да, их начальная цена намного выше, но в итоге она окупается в разы”. Aaron продолжает: “Большой ошибкой является разделение сайта или блога на несколько узко тематических сайтов. Доверие и репутация бренда растут быстрее на одном сайте, чем на нескольких”.

2. **Matt McGee** из [Small Business Search Marketing](#) о разработке надежных сайтов: “Доверие – это фактор №1 в SEO. Заработайте доверие посетителей (за счет большого содержания) и ПС начнут следовать их примеру. Создайте себя в качестве эксперта – пишите отличный и дельный контент, так чтобы посетители сами хотели вернуться к Вам на сайт или обменяться ссылками. Придерживайтесь долгосрочной стратегии. Уточняйте информацию, следите за новостями по Вашей теме в интернете. Пишите уточнения”.

3. **Robert Brady** [RighteousMarketing.com](#) о платном поисковом маркетинге: “Когда дело доходит до платных объявлений, речь должна идти об актуальности ключевых слов, текста объявлений и отражения потребностей потребителя. То, что находится на целевой странице, должно точно соответствовать объявлению. Ваши целевые страницы просто обязаны выполнять те обещания, которые обещаете в

рекламном объявлении. Это способствует увеличению конверсии. Правильное использование ключевых слов стимулирует на нажатие по рекламе на 50% больше”.

4. **Vedran Tomic** о [SEO Rabbit](#) об оптимизации для местных предприятий: “С целью привлечения клиентов из Вашей страны, включите те слова на Вашем сайте, которыми пользуются жители Вашей страны для описания Вашего бизнеса. Если Ваш бренд раскручивается в определенном географическом регионе, опишите подробно это на Вашем сайте. Получите ссылки с местных предприятий, поставщиков, СМИ и прочее. Создайте объявления во всех возможных местных “желтых страница”, справочниках. Поощряйте клиентов рассмотреть Ваше дело”.

5. **Tamar Weinberg** из [Techipedia.com](#) о социальных медиа: “Социальные медиа сайты очень популярны. Создавайте тематические группы и сообщества. Зарегистрируйте аккаунт на Twitter и публикуйте новости о продвигаемом продукте. Также создавайте обратные ссылки на соц группы”.

6. **Marty Lamers** из [Articulayers.com](#) о создании содержимого веб-сайта : “Если Вы создаете копию сайта, то стоит обратить внимание на следующее: включайте целевую фразу или слово обязательно в заголовок страницы, используйте множественные числа слов или синонимы, в теле контента. Создайте сильный по сравнению с копией контент, наполнив его большим числом ключевых слов и фраз”.

7. **Debra Mastaler** из [LinkSpiel.com](#) о разработке линк билдинг кампаний: “Важно понимание Вашего рынка и демографии, чтобы знать как и где продвигать Ваш товар. Смотрите популярные новостные каналы, связываетесь с информационными агентствами на предмет выявления тенденций и идей для содержания сайта. Используйте на сайте ссылки типа “перейти к” для более подробного ознакомления с определенными типами информации. Не выкладывайте все фишки на главной странице”.

8. **Will Spencer** [MemeBridge.com](#) о ссылках на Ваш сайт: “Ссылки на Ваш сайт с других сайтов имеют решающее значение. Разнообразьте источники ссылок: тематические каталоги, каталоги статей, баннеры, пресс-релизы, маркетинговые статьи, гостевые посты и прочее”.

9. **Diane Vigil** в [DianeV.com](#) о важности сильной технической базы: “Выбирайте надежный и качественный хостинг с 24/7 тех поддержкой. Убедитесь, что именно Вы являетесь владельцем домена и что домен доступен как по www так и без www (редирект настроить надо). Регулярно создавайте резервную копию сайта. Все это нужно для того, что Ваш сайт был всегда доступен”.

Часть II/9. 10 самых популярных SEO мифов

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Каждый день мы слышим множество различных **SEO мифов** и далеко не правдоподобных слухов, которые появляются неизвестно откуда.



Большинство этих мифов подаются в "соусе" **профессиональных секретов** или советов которые могут очень быстро и эффективно решить ту или иную проблему. В этой статье мы решили **рассказать и развенчать** самые популярные из них.

SEO миф: Можно гарантировать попадание в ТОП

Правда: Некоторые фирмы которые предоставляют SEO услуги "гарантируют" попадание вашего сайта в ТОП поисковой выдачи. Запомните, что никто "из вне" не может влиять на работу поисковиков, поэтому такие гарантии абсолютно ничем не подтверждены, а также нет никаких оснований им верить.

Единственная причина по которой их дают, это возможность привлечь клиента. Таким способом хотят создать у клиента мнимое мнение о том что успех гарантирован, на самом деле этого гарантировать не может никто.

MyOST: есть разного рода гарантии, которые предлагают фирмы, я бы тут посоветовал читать договор, а не тексты на сайте и речи "продажников". Также есть финансовые гарантии, тут тоже стоит дотошно читать договор, есть много "оговорок", которыми пользуются фирмы, часто клиент не может узнать всех подводных камней, до того как на них не нарвется.

Более того, финансовые гарантии может дать только серьезная фирма, которая имеет определенные финансовые активы, чтобы исполнить обязательства (стоит на этом заострить внимание, что прописать в договоре и исполнить обязательства - разные вещи). Допустим - реальный пример предложения, которое соответствует как действительности, так и уровню фирмы "[достижение результата через 20 дней, финансовые гарантии достижения результата](#)" от [Корпорации РБС](#).

SEO миф: SEO своими силами это дешевле

Правда: Это еще одно очень распространенное заблуждение, на самом деле только **SEO профессионалы** как никто другой знают что нужно сделать что бы ваш сайт хорошо ранжировался поисковиками.

SEO намного сложнее чем это может показаться на первый взгляд, требует комплексного подхода не только с технической стороны, а также маркетинговые исследования и привлечения разнопрофильных специалистов: копирайтеров, вебмастеров, оптимизаторов и др.

Вряд ли вы можете себе позволить содержать весь этот штат сотрудников у себя на фирме. Кроме того проводя самостоятельно оптимизацию вы теряете собственное время, в неестественный для вашего основного заработка способ.

Вот теперь и считайте что для вас выгоднее, делать оптимизацию сайта самому или обратиться к профессионалам. Кроме того, средние [цены на SEO услуги](#) можно считать доступными для всех уровней бизнеса.

MyOST: самостоятельное продвижение сайта может создать большие проблемы для бизнеса, например сайт может попасть в руки к не профессионалам, которые могут загнать в лучшем случае сайт под фильтр, а в худшем - в бан поисковых систем. Поэтому здесь чаша весов должна склоняться именно к выбору профессионалов, а не дешевизне услуги. Можно "выращивать" своего специалиста, но для этого потребуется провести его [обучение](#), а это займет определенное время и будет стоить определенных денег. Плюс ко всему этому - первые эксперименты этот человек будет ставить именно на вашем сайте.

SEO миф: Аудитория привлекаемая поисковиками хуже чем аудитория из других маркетинговых источников.

Правда: Аудитория привлекаемая через поисковые системы, наверное самая качественная по сравнению со всеми остальными. Ведь люди набирают в строке поиска именно тот товар или услугу которая им нужна.

Они ищут конкретно вас, а не просто проходят мимо, как это случается например с внешней рекламой на улице.

Но вы должны помнить, что сможете привлечь целевую аудиторию только в том случае если продвигаетесь по "правильных" поисковых запросах, обычно SEO компании решают эту проблему вместо вас, составляя семантическое ядро сайта.

MyOST: аудитория поисковых систем самая правильная и целевая, более того - ее [можно анализировать](#), сайт как пластилин, из него можно сделать самый лучший инструмент для развития бизнеса, если над ним работать с правильным вектором.

SEO миф: Веб сайт был оптимизирован еще в процессе создания.

Правда: Очередное очень популярное мнение которое далеко не соответствует действительности. На самом деле лишь очень небольшой процент вебмастеров имеют хотя бы минимальное понятие о поисковой оптимизации сайтов, поэтому при создании этот вопрос обычно даже не рассматривается.

Чаще всего оптимизационные работы проводят уже после создания сайта фирмы которые специально для этого нанимают.

По нашим наблюдениям, около 60% сайтов не оптимизированы вообще, поэтому и висят очень далеко от зоны видимости в СЕРПе. Если у вас есть собственный сайт, тогда его оптимизация должна быть первостепенной задачей, это даст вам значительное преимущество перед конкурентами.

MyOST: здесь я соглашусь, что часто реальная ситуация не совпадает с тем что обещали разработчики, а еще чаще разработчикам просто не хватает квалификации, чтобы качественно провести [поисковую оптимизацию сайта](#), поэтому ее производят "на своем уровне". А еще чаще оптимизация сайта вообще не производится, здесь есть несколько факторов, почему это происходит: первый - скупость заказчика, второй - тупость разработчика, третий - низкая квалификация продавца.

SEO миф: Добавление длинного "хвоста" из ключевых слов в мета тег "keyword" поможет странице ранжироваться лучше по этим словам.

Правда: По имеющейся у нас информации большинство самых популярных поисковиков уже давно перестали учитывать при ранжировании страниц мета тег "keyword".

А те что это делают, не придают ему большого значения, а если один и тот же набор ключевых слов встречается на каждой странице в этом мета теге, то это даже может быть воспринято поисковиком как спам, что естественно приведет к понижению позиций в СЕРПе.

Мы рекомендуем заполнять мета тег "keyword" т.к. многие каталоги используют ключевые слова из него при добавлении к ним нового сайта.

SEO миф: Чем чаще вы используете ключевые слова у себя на странице, тем выше она будет ранжироваться.

Правда: Это не так, плотность ключевых слов естественно имеет значение, но нельзя утверждать что "чем чаще - тем лучше", перенасыщение страницы ключевыми словами может восприняться поисковиком как спам, поэтому следует быть предельно внимательным.

В зависимости от типа поисковика принято считать, что оптимальная плотность ключевых слов должна быть от 3 до 15%. Сама по себе плотность ключевиков в тексте не играет большой роли, но в сумме с другими факторами она может быть очень важной, поэтому не стоит пренебрегать этой возможностью, что бы улучшить позиции своих страниц.

SEO миф: Скрытые ссылки или текст помогут поднять позиции страницы в СЕРПе.

Правда: Использование замаскированных ключевых слов или ссылок (для этого вебмастера используют различные приемы, один из них это слить с фоном страницы, или написать микроскопичным, неразличимым для глаза посетителя шрифтом) строго наказывается поисковиками.

Поэтому мы вам не советуем использовать этот способ из-за высокого риска попасть в бан. Большинство оптимизаторов считают, что оно того не стоит, что бы через это рисковать быть забанеными.

SEO миф: Чем больше исходящих ссылок, тем выше позиции сайта будут при ранжировании.

Правда: Исходящие ссылки на тематически близкие и не тематические сайты учитываются поисковиком при ранжировании. Входящие ссылки играют более важную роль чем исходящие.

Чем больше качественных входящих ссылок на ваш сайт тем лучше, и тем выше PR, но никто еще до конца так и не знает как Google использует PR в своих алгоритмах ранжирования.

Огромное количество исходящих ссылок, а также входящие с сайтов не близких по тематике может привести к тому что ваш сайт превратиться в "линкопомойку" и будет забанен в поисковых системах.

SEO миф: Вам не нужно обновлять сайт чтобы удерживать свои позиции в СЕРПе.

Правда: При регулярном обновлении структуры и контента вашего сайта (например, замена устаревшего материала на новый, исправление битых ссылок, оптимизация кода, и т.д.) поисковые роботы будут чаще посещать ваш сайт.

Для того что бы ваш сайт удерживал высокие позиции в СЕРПе (если таковы имеются) старайтесь регулярно его обновлять.

Как показывает [практика](#), статические сайты (те что не обновляются) "сползают" вниз, не выдерживая конкуренции с часто обновляемыми сайтами, которые лучше индексируются из-за того, что к ним часто приходят поисковые роботы.

SEO миф: Вы можете продвинуть свой сайт только за счет внешних факторов, без внутренней оптимизации.

Правда: Отчасти мы согласны с этим, но только за счет продвижения и **без внутренней оптимизации** вряд ли удастся удержаться на "захваченных" позициях в поисковой выдаче. Такое продвижение краткосрочное и не эффективное.

Если вы хотите иметь стабильный результат, тогда вам нужно поработать над вашим сайтом, очистить код, улучшить структуру, позаботиться о качественном и оригинальном контенте. Даже небольшая оптимизация, например исправить битые ссылки, покажет поисковику что сайт развивается, и это положительно повлияет на ранжирование.

Запомните что поисковые роботы плохо индексируют неоптимизированные сайты. Нет никакого смысла проводить внешнее продвижение предварительно не оптимизировав свой сайт.

MyOST: также стоит заметить один очень важный момент - продвигаться чисто внешними факторами (не во всех тематиках), конечно, можно, но обойдется это в разы, а то и в десятки раз дороже, чем комплексное продвижение сайта, которое включает в себя множество работ. Оптимизацию сайта обязательно нужно проводить, те кто ее игнорирует - теряют многое, причем это касается не только поисковых систем, они теряют и пользователей.

Выбирайте только "правильные" SEO фирмы!

Мы надеемся что эта статья оказалась интересной и полезной для вас. Будьте очень критичны при выборе [SEO фирмы](#).

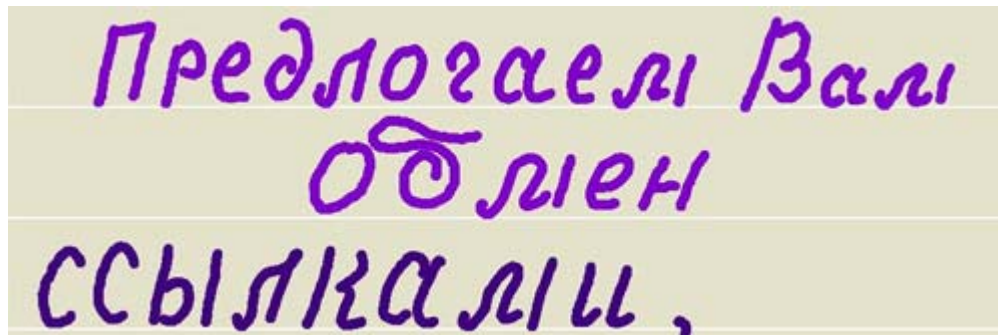
Источник: [Top Search Engine Optimization \(SEO\) Myths](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Комментарии: [MyOST](#)

Часть II/10. 10 практических советов по обмену ссылками

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Построение [ссылочной массы](#) — одна из самых важных частей продвижения блога или сайта. Ранее, мы уже касались вопроса обмена, а именно [стоит ли обмениваться взаимными ссылками](#). Теперь перейдем к практическим советам.

Ссылки помогают увеличить трафик, увеличить показы и возможно самая главная вещь — **повышение позиций в поисковых машинах**.

Существует огромное количество [методов получения ссылок](#), и один из таких [популярных методов](#) — обмен ссылками с тематическими сайтами и блогами (этот метод не подойдет для новых блогов, так как никто не захочет совершить обмен с неизвестным блогером).

Каждый день, я получаю письма с просьбами об обмене ссылками и сам когда-то посылал такие письма, когда мой блог был молод.

Некоторые из этих писем были написаны настолько хорошо, что я обменивался с ними ссылками, а некоторые даже не хотелось читать. Очевидно, если они пишут мне, то они пишут и другим блогерам с теми же просьбами — если они отправляют те же email что и мне — просто пустая трата времени.

С правильным подходом к обмену ссылками можно добиться не малых успехов, особенно это относится к начинающим блогерам.

Вот 10 вещей, которые нужно помнить, обращаясь к администраторам с просьбой об обмене:

1 — Четко излагайте свои мысли, по существу.

Если вы предлагаете обмен ссылками убедитесь, что то что вы написали четко и понятно вебмастеру. Определитесь с тем, что вы предлагаете взамен и будьте кратки. Конечно, не будет лишним если вы добавите немного своего, но избегайте длинных рассуждений и т.д.

Я думаю это частично зависит от того, кому вы пишете. Если вы пишете крупному блоггеру, который получает тонны писем ежедневно, ваше письмо должно быть как можно короче и содержательнее. А если вы пишете начинающему блоггеру, то тут у вас есть свобода в общении.

2 — Начните с тех, кого знаете.

Лучший способ начать обмен — это связаться с уже знакомыми вам вебмастерами или людьми, которые хоть что-то слышали о вас. Я всегда отклонял запросы об обмене ссылками, но со своими друзьями всегда обмениваюсь. Если вы начинающий вебмастер, то наверняка у вас не много друзей занимающихся тем же что и вы, поэтому вы должны развивать связи с блогами, которые имеют такую же тематику как и у вас.

3 — Только те сайты, которые тематически схожи с вашим.

Очень часто присылают письма с запросами на обмен ссылками с сайтами, которые абсолютно не схожи по тематике. Если я получаю такие письма, то я сразу же их удаляю. Поэтому сфокусируйтесь на строго тематическими сайтах и вы добьетесь результата.

4 — Выбирайте блоги примерно схожие по размеру.

Если вы только завели блог, не рассчитывайте получить ссылку с более успешного и развитого блога. Лучше потратьте это время на блоги вашего размера и статуса и вероятнее всего вы получите кучу ответов. С ростом вашего блога, вы сможете размещать на ссылки на более развитых блогах.

Более развитые блоги не принимают вашего предложения по нескольким причинам:

- Они не получают ничего ценного. Ну конечно, не совсем ничего, но практически ничего, т.к. ваш маленький блог не имеет никакого веса. Ваш блог не сможет снабжать их трафиком и практически ничего не изменит в ранжировании поисковой выдачи.
- Они получают слишком много предложений. Если крупный блог будет соглашаться на обмен с каждым, то сайдбаре станет бесконечным.
- Они не уверены, что вы всерьез занимаетесь своим блогом. Ни кто не хочет, чтобы у него на сайте висели ссылки на те блоги, которые не обновляются по 6 месяцев. К сожалению, большинство молодых блогов забрасываются своими хозяевами. Поэтому, вам сначала нужно доказать, что блог действительно развивается.

5 — Выясните имя блоггера.

Для блоггеров, которые получают огромное количество писем каждый день будет приятнее, если к ним обращаются по имени, а не шаблонно. Не многие это делают, поэтому это придает вашему письму более персональный подход.

6 — Не игнорируйте ссылки с одной страницы.

Обмен ссылками в основном происходит на всех страницах сайта, но это не всегда так. Когда я начинал развивать свой блог, каждую неделю я писал статьи с 10 ссылками на тематические мне сайты. От этого я иногда получал отзывы и комментарии владельцев этих сайтов. Обзор других сайтов — очень хороший метод завести друзей.

Размещая такие посты, я посылал запрос на размещение ссылки на мой сайт. Я потратил примерно месяц, чтобы найти блоггеров, которые тоже бы размещали обзоры моего сайта еженедельно или ежемесячно. Если мне нравился контент блога, я посылал запрос на [обмен обзорами](#). Этот подход к увеличению бэклинков работает прекрасно и до сих пор. Со многими блоггерами я обмениваюсь постами уже 2 года.

Но сначала нужно поближе узнать человека, а потом размещать пост. Лучше иметь дело с менее авторитетными блогами — они более открыты и честны.

7 — Не пишите письмо таким образом, как будто оно было отправлено 1000 таких вебмастеров.

Больше шансов получить ссылку, сделать так, чтобы письмо выглядело как можно более персональным, а не шаблонный запрос. Даже просто обращение по имени — уже большой плюс. Хотя бы иногда вносите изменения в шаблон письма — это и то будет выглядеть более человечно.

8 — Всегда указывайте ссылку на сайт.

Это может показаться очевидным, но иногда начинают разговор с этого: "Привет! Я только что завел новый блог и хотел бы узнать не обменяешься ли ты со мной ссылками?". Конечно хорошо, что написано коротко, но без ссылки на ваш сайт вам даже не ответят. Ведь человек не знает с кем обмениваться.

9 — Не заигрывайтесь.

Поймите, что обмен ссылками — очень хороший метод продвижения, но всего лишь один из методов! Не тратьте все время на рассылку писем, вы должны заниматься блогом в целом!

10 — Сконцентрируйте внимание на контенте.

Кроме обмена ссылками есть очень хороший способ получения естественных ссылок — написание качественного контента. Если вы намерены обменяться ссылками с тем, кто этого не очень желает, он обязательно зайдет на ваш блог и посмотрит на материал. Если контент качественный и интересный - вы совершите обмен, если нет- пеняйте на себя. Хороший контент упростит вам задачу получения бэклинков.

Источник: [10 Tips for Requesting Link Exchanges](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть II/11. 10 правил внутренней перелинковки страниц

Автор: Елена Камская (Digital Helen)

Правильная внутренняя перелинковка может значительно увеличить трафик по НЧ, а неправильная – стать причиной сложностей в продвижении сайта. Я убедилась в этом сама, когда после описанных в этом посте действий на двух моих сайтах трафик увеличился в среднем почти в 3 раза, а один клиентский сайт попал в Топ3 после длительного сидения на 2-4 страницах.



Мои действия по внутренней перелинковке состояли из двух этапов: оптимизация навигации сайта, и простановка ссылок из текстов внутренних страниц.

Действия по улучшению навигации сайта:

- 1) Убедитесь, что **меню сайта индексируется поисковыми ботами**. Для этого оно должно либо иметь вид текстовых ссылок (желательно, с кепками в анкерах) или картинок с грамотно прописанными alt-атрибутами.
- 2) На всех внутренних страницах должна быть **ссылка на главную**, и **везде с одинаковым URL-адресом**. Если это `http://mysite.ru`, то это везде должна быть `http://mysite.ru`. И никаких `http://www.mysite.ru`, `http://mysite.ru/index.php` или `http://mysite.ru/index.php?id=123456`.
- 3) **Хлебные крошки, карта сайта** и другие фишки типа популярных статей, похожих записей и т.д. – хорошие штуки. Они помогают как поисковым ботам, так и вашим посетителям.
- 4) Если вы продвигаете по ВЧ внутренние страницы – желательно, чтобы б ссылки именно на эти страницы были **сквозными**, обязательно – чтобы б на них была **ссылка с главной**. У страниц третьего уровня статичный вес по умолчанию меньше, чем у страниц второго уровня, и продвинуть их по ВЧ будет проблематично.
- 5) Если вы продвигаете по ВЧ внутренние страницы и ставите на них внешние ссылки – **перелинкуйте эти страницы между собой**. Тогда ссылки, которые вы ставите на продвигаемую страницу А, будут передавать вес также на продвигаемую страницу Б.

Простановка ссылок из текстов внутренних страниц

- 1) Ставьте ссылки из текстов внутренних страниц на другие страницы, подходящие по контексту. Особенно упорно ставьте ссылки на те страницы, которые продвигаете. Для многих CMS есть уже

готовые модули текстовой перелинковки, с помощью которых такие манипуляции делаются легко и просто (например, [Cross-Linker](#) для WordPress, [Alinks](#) для Drupal и [Linkr](#) для Joomla).

2) На одну и ту же страницу старайтесь ссылаться **каждый раз разным анкором**. Я экспериментировала со своими сайтами, проставляя в одном случае все ссылки с одинаковым ВЧ кеем в анкоре, в другом – каждый раз ссылаясь разным текстом. Во втором случае ВЧ почувствовал себя намного лучше, плюс добавилось трафика по НЧ.

3) Если у вас есть **страницы без текста** (например, галерея или страницы с таблицами описаний товаров) – всеравно **используйте их для внутренней перелинковки**. В таком случае ссылки придется сотавить отдельно, но для этого есть удобный бесплатный [модуль Сеолиба для перелинковки страниц](#).

4) **Не переусердствуйте с ссылками из текста**. Количество ссылок, которые можно ставить, зависит от количества текста. Но в любом случае я не советую ставить больше 3 ссылок со страницы.

5) Если вы добавляете **новый контент** – не забудьте сослаться **из него** и **на него**. Это ускорит его индексацию, плюс добавт вес тем страницам, на которые он ссылается.

Вроде всё. Получилось всего 10 пунктов, но я не подгоняла их количество под красивую цифру. Конечно, такие манипуляции требуют времени и внимания, особенно вторая часть. Но зато внутренняя перелинковка имеет три неоспоримых преимущества: 1 – это бесплатный способ повышения позиций, 2 – она сэкономит ваш бюджет на покупку платных ссылок, 3 – ее надо делать только один раз.

Часть II/12. 10 актуальных способов получить бесплатные ссылки на сайт

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Помимо быстрых и очень эффективных способов продвижения сайта, как покупка ссылок и статей, есть множество разных способов, как можно привлечь ссылки с других сайтов на ваш сайт **БЕСПЛАТНО**. Об этом и пойдет в этом посте речь.



10 актуальных способов привлечь бесплатные ссылки на сайт:

1. Комментарии в блогах

Нужно выбирать блоги, что бы комментарии, не закрывались тегами <noindex> и <nofollow> Выбираете блоги схожей с вашей тематикой сайта или вокругоколо тематику и оставляете достойный хороший комментарий.

2. Интервью

Возьмите интервью у известной персоны вашей отрасли, придумайте хорошие вопросы, что бы было читать интереснее, и на вас поставят ссылку как минимум один человек, у которого брали интервью, плюс, возможно, другие блоги так же поставят в рубриках интересно почитать и так далее.

3. Регистрация в каталогах

Существуют множество хороших каталогов, которые принимают сайты без обратной ссылки или с ней. Регистрацию каталогов можно сделать руками, но на это уйдет куча времени, если у вас его много, то смело можно освоить, как это делать. Для тех, у кого много сайтов, советую освоить такую программу как allsubmitter, для этого понадобится некоторое время, но потом регистрацию новых сайтов можно ставить на поток. Так подать заявку в авторитетные каталоги как **Dmoz, ЯК**, про то как туда попасть я буду писать в отдельных постах.

4. Регистрация на досках объявлений

Хороший способ повысить показатели вашего сайта, для этого необходимо собрать или найти базу досок, разобраться в программе вышеупомянутой, и провести регистрацию.

5. Гостевая статья на тематическом ресурсе

Если вы хорошо ориентируетесь в своем виде деятельности, и можете дать полезные советы посетителям, то спокойно можно предложить авторитетному сайту вашей тематики свою статью в обмен на ссылку вашего сайта. Для них это уникальный и интересный контент, для вас хорошая ссылка.

6. Писать полезные статьи

Под предложением писать полезные статьи я подразумеваю, писать информацию на сайте с помощью которой посетитель сможет разобраться в чем то, или даже с помощью ее заработать денег. Если у вас интересный сайт и много такой информации, то на вас будут ссылаться и транслировать с ссылкой на ваш сайт на других блогах. Уникальный и полезный контент везде ценится и вознаграждается. Интересный материал – приманка для ссылок.

7. Форумы

Так же если вы регистрируетесь на вашем тематическом форуме, то ссылку можно поставить в подписи (в основном не индексируются), или в профиле. С Профиля ссылка индексируется и передает небольшой вес.

8. Социальные закладки

С помощью ссылок в социальных закладках, можно получить ссылки и посетителей.

9. Сайты по работе

Когда вы добавляете компанию на сайт работ, бесплатно с ограниченными возможностями, вы указываете адрес сайта в профиле компании, и остается ссылка с авторитетного ресурса.

10. Обмен (статьями, постовыми, ссылками)

Этот метод позволяет не только получить ссылки для увеличения веса сайта, его авторитетности, а так же продвинуть сайт по НЧ и СЧ запросам в топ. Для нормального обмена вам желательны тематические ссылки с хорошими показателями, но что бы с ними обменялся вашему ресурсу необходимо уже приобрести какие-то параметры PR (Page Rank) и ТИЦ (тематический индекс цитирования). Про обмен ссылками будет еще много интересной информации, поскольку этот способ бесплатный, но эффективный и он до сих пор хорошо работает.

Часть II/13. 10 способов доказать ценность вашей SEO работы

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Зачастую бывает очень трудно показать вашим клиентам пользу от SEO кампании, так как этот сервис не простой и его нельзя показать как материальный продукт, а заказчик хочет видеть процесс работы.

Итак, имея опыт работы в этой сфере, я вывел несколько способов убедить ваших клиентов в эффективности и ценности вашей работы, как [seo-специалиста](#).

Ежедневная статистика



Вы можете дать гостевой доступ для клиента к аккаунту проекта, чтобы тот мог ежедневно следить за ходом процесса продвижения.

Лично я бы, дал ему всю информацию по проекту: оптимизация страниц, [изменения ссылочной массы](#), особенные детали, задачи, предстоящие события (достижения цели), а также расходная часть - немаловажный аспект. Все это покажет клиенту, что вы активно работаете над его проектом.

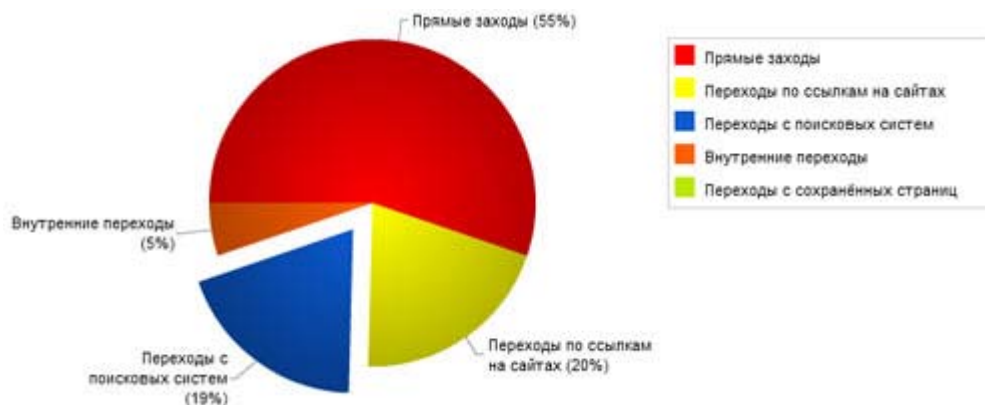
Ежедневные отчеты по трафику



Одним из самых важных параметров для клиента является изменение [трафика](#). Если вы видите, что трафик продвигаемого сайта растет, то почему бы не приписать это к вашим заслугам.

Конечно, если клиент заинтересован в других параметрах, то эти цифры могут его немного утомить.

Информация по реферам с поисковых систем



Отчитываясь по изменениям трафика, упомяните также и о пользователях, пришедших с поисковых систем. Показывая в сравнении изменение трафика по [поисковым запросам](#) вы так же показываете, проделанную вами [SEO работу](#).

Отчеты по "заинтересованности"

| Поисковая фраза | Визиты | Просмотры | Отказы | Глубина просмотра | Время на сайте |
|----------------------------------|--------|-----------|--------|-------------------|----------------|
| Итого и средние | 7 190 | 17 420 | 43,7% | 2,4 | 0:02:20 |
| 1. прогнозы на футбол | 603 | 1 462 | 38,5% | 2,4 | 0:02:12 |
| 2. ставки на футбол | 430 | 1 036 | 41,1% | 2,4 | 0:01:36 |
| 3. бесплатные прогнозы на футбол | 350 | 759 | 49,7% | 2,2 | 0:02:08 |
| 4. бесплатные прогнозы на спорт | 192 | 397 | 41,1% | 2,1 | 0:01:43 |
| 5. бесплатные прогнозы | 150 | 344 | 44,7% | 2,3 | 0:02:06 |
| 6. спортивные прогнозы | 145 | 319 | 37,9% | 2,2 | 0:02:22 |
| 7. футбольные прогнозы | 131 | 337 | 35,9% | 2,6 | 0:03:01 |

Если в ваши обязанности входит улучшение [юзабилити](#) и структуры сайта, то нужно предоставить данные по заинтересованности пользователей.

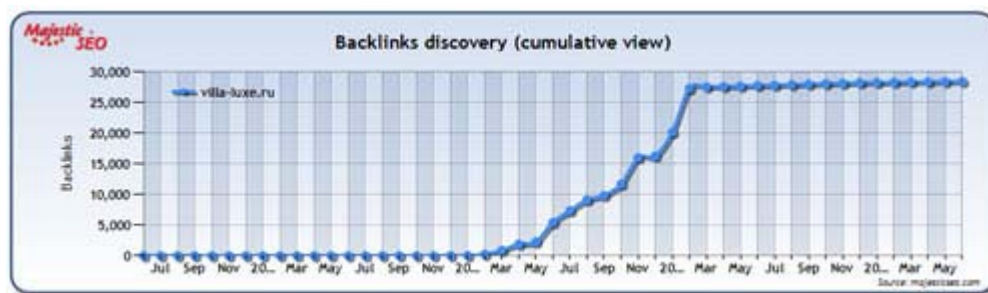
Предоставьте статистику по времени, проводимом [пользователями на сайте](#), по конверсиям, по посетителям, которые сразу же покидают сайт и т. д. Также использование Google Website Optimizer, может показать положительные и отрицательные результаты вашей работы.

Отчеты по позициям

| Yandex.ru | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|--------|----|----|----|-----|----|--------|----|----|----|---------|----|----|----|----|----|----|----|------|----|----|----|----|----|----|----|--|
| Слово | Ноябрь | | | | Дек | | Январь | | | | Февраль | | | | | | | | Март | | | | | | | | |
| | 1 | 3 | 16 | 24 | 1 | 3 | 22 | 24 | 26 | 1 | 4 | 10 | 12 | 15 | 17 | 19 | 25 | 26 | 28 | 2 | 5 | 9 | 12 | 16 | 17 | 18 | |
| | 2 | 2 | 5 | 5 | 6 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 7 | 9 | 9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | 4 | 4 | 3 | 3 | 6 | 6 | 18 | 11 | 9 | 9 | 20 | 32 | 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 7 | 7 | 6 | 6 | 7 | 7 | 8 | 7 | |
| | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | 2 | 2 | 5 | 5 | 6 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 5 | 4 | 3 | 4 | 6 | 9 | 9 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 9 | 10 | 10 | 10 | 10 | |
| | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| | 7 | 7 | 18 | 17 | 17 | 16 | 16 | 54 | 50 | 58 | 98 | 99 | | 62 | 61 | 59 | 59 | 67 | 69 | 68 | 69 | 70 | 60 | 60 | 61 | 58 | |
| | 8 | 8 | 14 | 14 | 13 | 15 | 14 | 69 | 57 | 62 | 72 | 72 | 73 | 55 | 55 | 55 | 53 | 62 | 62 | 62 | 58 | 61 | 53 | 53 | 55 | 53 | |
| | 68 | 69 | 52 | 51 | 63 | | 69 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 18 | 18 | 47 | 42 | 48 | | 42 | 31 | 46 | 39 | 25 | 29 | 30 | 29 | 31 | 31 | 30 | 30 | 31 | 41 | 58 | 61 | 46 | 38 | 38 | 39 | |

Я не люблю затрагивать эту тему, но клиенты любят такие отчеты. Предоставляя ежемесячную статистику по продвижению ключевых слов покажет улучшения в органическом поиске. Использование автоматических инструментов может помочь в создании таких отчетов.

Отчеты по наращиванию ссылочной массы



Записывая все данные по полученным и приобретенным ссылкам в таблицы убедит клиента в том, что вы "добываете" тематические, релевантные ссылки. Заносите данные даже по тем сайтам, которые отказались разместить [ссылку](#), ведь это также покажет активность ваших действий по отношению к ссылочной массе.

Упоминания имени Бренда

Используя инструменты мониторинга вашего имени в [социальных сетях](#), и предоставляя отчеты по популярности бренда вашего клиента придаст ценность как кампании по продвижению в социальных сетях, так и всей вашей SEO кампании.

Чем больше посетителей с поисковиков вы привлечете, тем больше будет аудитория сайта, соответственно, о нем начнут говорить, упоминая бренд или сам сайт.

Отчет по конверсиям



Это больше подходит для коммерческих сайтов (интернет-магазинов), но также применимо для любого сайта, где ведется [продвижение по ключевым словам](#). Опять же, если вы сделали какие-то улучшения в дизайне или структуре сайта, покажите как изменились [конверсии](#).

Ежемесячные встречи с клиентом

Всегда поддерживайте связи с клиентом, устраивайте встречи, делайте отчеты — тем самым вы подтвердите свою компетентность в SEO и покажите активное развитие SEO кампании.

Выявление источников дохода

В конечном счете ваша работа даст клиенту свои результаты. Анализ изменения трафика с поисковых машин и увеличения продаж и прибыли шаг за шагом может привести вас к SEO тактикам, которые и вызвали это увеличение.

Вот поэтому всегда очень важно записывать все свои действия, так как из общего списка проделанной работы вы можете показать самые действенные из них.

Источник: [10 Ways to Show Value from Your SEO Efforts](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть II/14. 11 советов по составлению успешных URL адресов

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Тема с правильным составлением адресов сайтов уже неоднократно поднималась, но я думаю что статья окажется полезной, хотя бы для закрепления материала.



Сколько ни говори об этом – на грабли все равно наступают снова и снова, это было, это есть и это будет так.

Одиннадцать советов по составлению успешных URL адресов – краткое руководство к действию.

1. Как описание вашего контента

Понятный URL - хороший URL. Если пользователь только взглянув на адресную строку браузера (или на ссылку) даже еще не заходя на ваш сайт имеет четкое представление о чем он, значит по первому пункту вы все правильно сделали.

Такие URL-адреса очень удобные не только для пользователей, но и ... даже распознаются поисковыми машинами.

2. Избегайте длинных адресов

Краткость – это преимущество, а по русски говоря – сестра таланта. Чем короче URL, тем проще его копировать и вставлять, диктовать по телефону, написать на визитке, или использовать в сотнях других необычных способов, все из которых несомненно позитивно отразятся на удобстве и брендовости вашего сайта.

3. Статические адреса предпочтительнее

Это не догма, но я с уверенностью могу сказать что некоторые поисковики совершенно по иному относятся к статическим URL-адресам чем к динамическим.

Естественно, и пользователи не в восторге от URL'ов где присутствуют символы "?," "&," и "=".

4. Описания лучше чем цифры

Если вы решили иметь в своем адресе что-то типа такого: **seom.info/1134/cat223/**, тогда лучше замените его на: seom.info/category/seo/.

Даже если слова в адресе не ключевые или вообще не имеют никакого отношения к тематике сайта, используйте слова везде где возможно.

Как минимум польза от этого будет в том что вам будет значительно проще осуществлять навигацию .

5. Ключевик никогда не помешает

Если вы собираетесь продвигать свой сайт по высоко-конкурентным запросам, используйте любую возможность что бы получить преимущество.

Ключевые слова в URL один из важных элементов вашей стратегии продвижения, создайте семантическое ядро сайта, определите список ключевых слов для каждой страницы, и приступайте к работе. Для страниц создаваемых динамически в CMS, создайте способ для интеграции ключевиков в URL.

6. Субдомены это не выход

Первое, никогда не используйте несколько субдоменов (например, siteexplorer.search.yahoo.com) - это не нужно, сложно, и длинно. Второе, не забывайте что субдомены обрабатываются поисковиками отдельно от корневых адресов, и по другому передают ссылочный вес.

В большинстве случаев когда выполнена хорошая перелинковка и использование субдоменов сведено к минимуму, это не должно иметь никаких негативных последствий. Но я бы все равно не стал рисковать. Мое личное мнение, что преимущества которые можно получить от использования субдоменов (забить серп своими сайтами) незначительные по сравнению с потенциальной опасностью потерять вес ссылок.

Я также думаю что поисковики будут не в восторге от серпа забитого субдоменами одного и того же сайта, и всячески будут пытаться это пресекать. К счастью, если вы все еще этим занимаетесь, вы можете сделать 301 редирект к основным доменом.

7. Меньше папок

URL-адрес не должен содержать ненужных папок (или слов, или символов), это как мужские штаны с длинными штанинами. Лишняя ткань совершенно не нужна и будет портить внешний вид, и соответственно восприятие вас другими.

8. Тире лучший разделитель

При создании URL-адресов из нескольких слов (например в формате фразы), тире это самый лучший разделитель (например seom.info/2009/09/22/domain-trust/) другие возможные разделители (в порядке, от лучшего к худшему): подчеркивание (_), плюсы (+) и пробел.

9. Стремитесь к удобству

Если вы используете определенный формат, используйте его для всего сайта, не нужно делать какой-то один раздел иным от остальных.

Придерживайтесь интуитивно понятного формата URL, что бы пользователи (и те кто будет работать над сайтом) понимали структуру папок и страниц внутри вашего сайта.

Это общее правило которое можно применять для различных платформ. Не нужно изобретать велосипед, достаточно использовать то что уже испытано и хорошо себя показало на практике.

10. Придерживайтесь строчных букв

Даже несмотря на то что в URL-адресах могут быть использованы строчные и заглавные буквы, никогда не используйте заглавные буквы в структуре адресов вашего сайта.

Если таковые имеются, используйте 301 редирект для перенаправления на нижнерегистровые версии адресов.

Кроме того, если у вас много тайп-ин трафика, тогда 301 редирект будет перенаправлять пользователей которые набирают URL большими буквами на "правильный" адрес.

11. Не используйте чужого

Нет никакого смысла в использовании чужого слегка измененного URL (к которому добавлен или убран один или несколько символов).

Это может ввести в заблуждение пользователей, и в результате вызвать негативную реакцию (никто не любит что бы их дурачили) также поисковые системы не очень любят такие манипуляции с доменами(подозревая такие сайты в неоригинальном контенте).

Некоторые примеры

Ниже показаны просто ужасные экземпляры, давайте проанализируем на основании всего выше написанного:

- http://www.target.com/gp/detail.html/602-9912342-3046240?_encoding=UTF8&frombrowse=1&asin=B000FN0KWA
В адресе Target (собственность компании Amazon) отсутствует описания контента, не использованы ключевики, и он очень длинный. Это и совершенно бесполезные данные в адресе делают его отвратительным.
- http://etsy.com/view_item.php?listing_id=477443&pic_id=2
Несмотря на то что это один из моих любимых сайтов, URL-адрес Etsys не содержит никакого описания контента, использует несколько динамических параметров и использованы символы "равно" и "подчеркивание".
- <http://maps.google.com/maps?f=q&hl=en&q=98115&ie=UTF8&z=12&om=1&iwloc=A>
Google должен краснеть со стыда - они сами не следуют своим же рекомендаций по составлению URL, их картографический сайт имеет очень плохой адрес: длинный и неинформативный (когда же они догадаются что миллионы людей вставляют ссылки на карты в e-mail письма ?) .

Несколько ниже представленных примеров уже лучше, но еще не идеально:

- <http://men.style.com/news/gadgets/092006>
Все почти хорошо, даже можно предположить что субдомен использован с целью брендинга. С одной стороны они нам представили много информации, но в тоже время из адреса упущены ключевые слова, и использованы бесполезные цифры в конце.
- <http://www.nasa.gov/home/index.html?skipIntro=1>
Nasa имеет бесполезные динамические параметры на странице, и вопреки всякой логике добавлено /home/index.html
- <http://www.newyorkmetro.com/fashion/fashionshows/2007/spring/main/newyork/womenrunway/marcjacobs/>
Они пытались сделать адрес понятным, что само по себе очень здорово, но неразделенные слова и "глубокий" путь в 7 папок делают омрачают впечатление об URL этого сайта.

В этих примерах почти все сделано верно:

- <http://www.myonlinestudio.ru/price/satellites/>
Идеально! - он краткий, говорит о содержании сайта, статичный и понятный.
- <http://web.mit.edu/is/usability/usability-guidelines.html>
Несмотря на наличие субдомена, все остальное в полном порядке.
- <http://www.whitehouse.gov/history/presidents/jk35.html>
Я прощаю Белому Дому неиспользование фразы "john-kennedy" в названии страницы, потому что они предусмотрительно указали его номер (35й Президент США).

URL-адреса кажутся **самыми элементарными вещами в SEO**, но я почти с каждым клиентом вынужден возвращаться к этой теме.

Здесь я вынужден согласиться с [Рэндом Фишкиным](#), сколько об этом ни говори - ошибки будут, хотя разработчики CMS стараются сделать так, чтобы этого не случилось, но этого не достаточно.

В конечном итоге контент-менеджер или тот кто наполняет сайт обязательно сделает ошибки, хотя обычно их допускают еще на стадии планирования и разработки сайта.

Оригинал: [11 Best Practices for URLs](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть II/15. 13 факторов оценки конкуренции по запросу

Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)



При составлении семантического ядра для своего проекта или для сайта клиента необходимо большое внимание уделять силе конкуренции. Во-первых, от этого зависит бюджет на раскрутку, а во-вторых, вообще целесообразность продвижения того или иного ключевого слова.

При анализе достаточно брать топ 10, так как в большинстве случаев именно он становится целью для оптимизаторов.

Факторы, характеризующие конкуренцию в поисковых системах:

- 1) По ключевому запросу в топ 10 находятся **страницы с тегами, архивами** и так далее. Если вы видите такое в результатах выдачи, то это свидетельствует о слабой конкуренции по запросу. Зачастую для продвижения по такому запросу достаточно просто создать хорошую контентную оптимизированную страницу.
- 2) В выдаче находятся **только главные страницы**. Как известно, главную страницу сайта легче всего продвинуть по нужному ключевому запросу. Так вот, если вы видите, что на первой странице выдачи находятся только главные страницы, то знайте, что по этому запросу высокая конкуренция.
- 3) Если у некоторых сайтов в топ 10 **нет вхождения ключевого слова в заголовке** или слова находятся далеко друг от друга (при двухсловном запросе и более), то знайте, что вы можете занять их место. Это говорит о том, что страница не затачивалась под это ключевое слово.
- 4) Когда при подсчете **бюджета на продвижение** в сеопульте показывается значение «0» в графах топ10 затрат конкурентов, то это может также говорить о нулевой конкуренции. Соответственно, чем выше значение бюджета у конкурентов, тем выше конкуренция по данному ключевому запросу.
- 5) **Количество контекстной рекламы** на странице выдачи. Если в результатах поиска есть сайты, находящиеся на спец. размещении, то это с уверенностью может означать высокую конкуренцию. Бывает и такое, когда никого нет в спец. размещении, но сбоку показывается много рекламы (+ число рядом со ссылкой «все объявления»). Также в определении силы конкуренции играет роль цены за переход. Определить примерную цену за клик можно, например, в [бегуне](#) или в [adwords](#). Высокая цена свидетельствует о высокой конкуренции.

6) Возраст сайтов в выдаче. Если в топ 10 **присутствуют молодые сайты** (до 3-4 месяцев), то это в большей степени говорит о слабой конкуренции. Массово проверить возраст доменов поможет вот [этот сервис](#). Если же на первой странице выдачи находятся все сайты с 10летними доменами, то пробиться в десятку будет очень трудно.

7) Наличие сайтов из первой десятки в трастовом **каталоге яндекса и dmoz** будет свидетельствовать о том, что в этот топ будет значительно труднее пробиться. Массово проверить домены на наличие в уаса или dmoz поможет программа [mChecker](#).

😊 На западе уровень конкуренции по запросам часто определяют, основываясь на **количество найденных документов**. Чем больше проиндексированных страниц в выдаче, тем выше конкуренция. В этом случае советую вводить запрос в кавычках.

9) **Частотность запроса**. Как правило, если запрос является высокочастотным, то он является и высококонкурентным. Это справедливо и для среднечастотных и низкочастотных запросов. Определить примерную частотность поможет тот же wordstat.yandex.ru.

10) Многое о конкуренции по запросу может сказать непосредственный **анализ контента конкурентов** в топ10. Какова структура контента на странице: короткая ли это заметка с одним вхождением запроса или это большая оптимизированная статья? Здесь сначала необходимо визуально оценить дизайн, сам текст и подсчитать количество вхождений ключевого слова. Если ключевого слова нет в тегах h, strong, то это скорее означает, что эта страница не было оптимизирована под этот запрос.

11) Большое количество сайтов, имеющих подписку «**найден по ссылке**» (НПП) говорит о том, что на выдаваемой странице, поисковая система не смогла найти запрашиваемое слово(-а) и поэтому можно сделать заключение о низкой конкуренции.

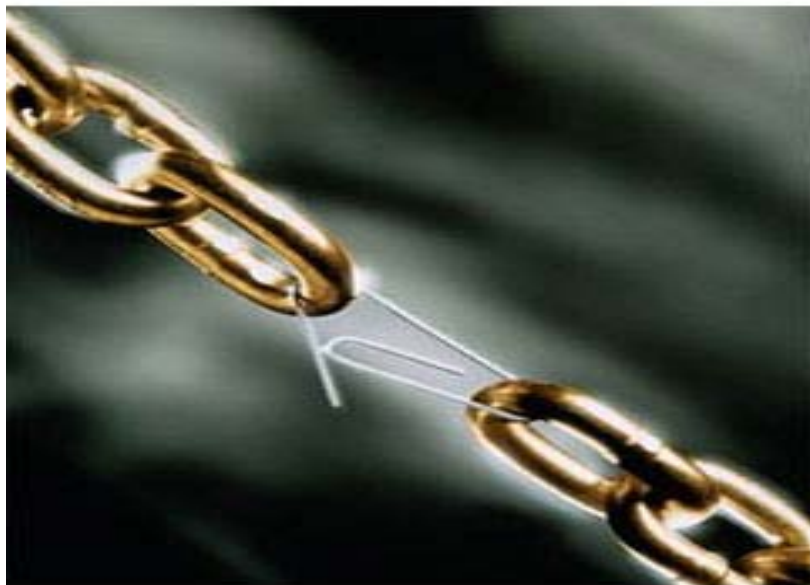
12) Количество страниц по ссылкам «**еще**» (для яндекса) или «**похожие**» (для google) в выдаче топ10. Я склонен верить, что так или иначе дополнительное количество страниц с сайта, которое имеет вхождение запроса влияет на ранжирование в поисковой системе. Если, например, по запросу «шторы» на одном сайте встречается 3 страницы, а на другом 1000 страниц, то по логике вещей поисковой системе есть смысл доверять именно второму сайту. Безусловно, это спорный момент. Может быть у кого-нибудь есть другие мнения на этот счет?

13) **Значения ТИЦ и PR** на сайтах (страницах) в первой десятке. С PR для google в принципе все понятно. В этой поисковой системе он имеет достаточно большой вес при ранжировании. Тиц для яндекса может быть и не говорит опустить или поднять сайт в выдаче, но его значение может дать примерное представление о ссылочной массе. Для массовой проверки ТИЦ и PR также можно воспользоваться программой [mChecker](#).

Для полного анализа конкурентов лучше всего использовать комбинацию всех факторов, но часто для понятия силы конкуренции хватает всего нескольких.

Часть II/16. Как заставить ссылки работать? 15 принципов наращивания ссылок

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



Когда речь заходит о ссылках, у многих знакомых оптимизаторов просыпается ностальгия по прошлым временам, когда любого конкурента в топе можно было обойти, просто увеличив ссылочный бюджет. С появлением MatrixNet отношение Яндекса к ссылкам изменилось:

- вес ссылки стал коррелировать с качеством акцептора (продвигаемого сайта);
- добавились временные факторы влияния ссылок;
- стала учитываться “ссылочная история”;
- seo-ссылки стали определяться поисковой системой и учитываться по-разному для коммерческих и некоммерческих запросов;
- появилась корреляция процента вхождений в анкоры с вхождениями в текст страницы;
- и т.д.

Иными словами, **внешние ссылки стали сильно коррелировать с другими факторами ранжирования, влияние ссылочной массы на позиции сильно уменьшилось.** В сентябре на блоге Яндекса появилось заявление об [ограничении влияния искусственных ссылок](#); во время выступлений на осенних конференциях (в том числе и на [конференции в Харькове](#)), [Александр Садовский](#) неоднократно упоминал, что из **20 основных факторов, влияющих на ранжирование сайта, ссылочных только 2.**

Сейчас у многих оптимизаторов создается впечатление, что по какой бы схеме и в каком количестве не покупались ссылки, они не влияют на позиции. Большинство вопросов по ссылкам, которые пришли мне на почту, можно свести к одной сути: **работают ли ссылки и если да, то какие?**

Ссылки по прежнему работают (и будут работать). Но для того, что б они помогали, а не препятствовали позициям вашего сайта, теперь не достаточно просто тщательно выбирать площадки для размещения.

Сегодня в качестве ответа на “ссылочные” вопросы я опишу свои принципы работы с ссылками в условиях MatrixNet. Не нужно думать, что советы актуальны только для продвижения в Яндексе – его забугорные и отечественные конкуренты преследуют ту же итоговую цель и тоже не стоят на месте.

Итак, 15 принципов наращивания ссылок.

Принципы стратегии в целом

1. Нарращивайте ссылки постепенно. Оптимальное количество новых ссылок зависит от уже имеющейся ссылочной массы (чем больше ссылок уже есть, тем больше можно покупать). Быстрый прирост ссылок за определенный период может привести к наложению фильтра под неформальным названием **“ссылочный взрыв”**, при котором веса всех ссылок, появившихся в индексе за этот период времени, обнуляются.

Нюансы:

- а) – чем чаще обновляется/пополняется сайт, тем динамичней можно наращивать ссылки;
- б) – для новых сайтов начинать нужно с самого малого (в первые 3-4 месяца лучше вообще простимулировать появление естественных ссылок вместо того, что б покупать).

2. Нарращивайте ссылки на разные страницы сайта. Старайтесь, что б как можно больше страниц сайта имели внешнюю ссылочную массу – это повышает общий авторитет сайта и облегчает его продвижение (именно поэтому после нескольких месяцев продвижения множества страниц сайта по СЧ/НЧ сайт при малых усилиях может выйти в Топ и по ВЧ).

3. Кроме платного размещения, стремитесь к получению естественных ссылок, особенно с трастовых непродажных ресурсов. Понимаю, сказать легче, чем сделать., но при желании возможно все. Анализируя бэклинки конкурентов, я всегда собираю список таких ресурсов (региональные порталы, узкопрофильные каталоги, новостные ресурсы и другие сайты, которые не размещают ссылки платно), а потом стараюсь получить ссылку на каждом из них. Конечно, это долго и трудозатратно, но зато одна такая ссылка (даже без ключевика в анкоре) иной раз срабатывает лучше, чем пару десятков покупных.

4. Меняйтесь ссылками с ресурсами вашей тематики. Еще летом я писала о том, [почему ссылочный обмен держит сайты в топе](#), сейчас же тенденция стала еще заметнее.

5. Не ожидайте быстрого эффекта. Как я уже неоднократно говорила, появление ссылок в [панели Вебмастера](#) еще не говорит о том, что они начали влиять на позиции сайта. В зависимости от обстоятельств, срок срабатывания ссылки может затянуться от 2 до 6 месяцев. Так что если новые ссылки появились в панели, а позиции не изменились, не спешите их снимать – “мигание” ссылок может затруднить продвижение сайта.

Принципы выбора ссылочных доноров

Большое количество “плохих ссылок” может привести к полному обнулению влияния ссылочных факторов на ранжирования сайта, поэтому к выбору площадок советую относиться с особо внимательно.

1. Выбирайте площадки по совокупности показателей

- *посещаемость площадки* (сайт любят посетители=сайт любят поисковики);
- *позиции площадки в результатах выдачи*;
- *нахождение сайта одновременно в уаса и DMOZ* (в основном туда попадают только качественные ресурсы);
- *возраст площадки* (чем больше – тем лучше. Советую осторожно относиться к платному размещению ссылок на ресурсах моложе 2 лет, на ресурсах до года платно не размещать вообще);
- *количество и качество исходящих ссылок с конкретной страницы и сайта в целом* (если ссылок много и/или среди них есть некачественные, лучше не иметь дела с такой площадкой);
- *наличие внешней ссылочной массы у домена в целом и конкретной страницы*, где собираетесь размещать ссылку, в частности;
- *показатели “пузомеров”* – высокий тИЦ и PR, низкий AlexaRan.

Каждый из этих показателей в отдельности имеет слабую корреляцию с качеством донора, но по совокупности нескольких характеристик можно сделать выводы о качестве площадки и отсеять мусор. Когда мне нужно проверить много ссылок сразу, я пользуюсь [этим инструментом](#).

Подробно про стратегию платного размещения ссылок при продвижении в Яндексе я писала в статье для [12 номера журнала SeoDigest](#).

2. Тематика донора имеет значение

Но только в том случае, если:

- на странице нет внешних ссылок, кроме вашей;
- другие внешние ссылки на странице соответствуют вашей тематике.

Подробно об этом можно почитать в записи про [Яндекс и покупные ссылки](#).

3. Не заказывайте АВТОпрогоны, АВТОпостинги, АВТОрегистрации и прочую автоерунду, при которой вы сами не можете контролировать выбор площадок для размещения. Появление большого количества ссылок с рерусрсов сомнительного качества за короткий срок не принесет никакой пользы сайту, но затруднить дальнейшее продвижение может вполне.

Принципы размещения ссылок

1. Старайтесь разместить ссылку там, где по ней будут переходить посетители.

Повышенное внимание поисковиков к поведенческим факторам подталкивает к предположению, что кликабельность ссылки вполне может влиять на передаваемые ею вес: если по ссылке переходят, значит она размещена для пользователей (а не для ботов) -> это естественная ссылка -> ее влияние на ранжирование можно не ограничивать.

2. Размещайте ссылку подальше от остальных внешних ссылок и как можно ближе к началу страницы

Согласно моим наблюдениям, ссылки, которые размещены в стандартных ссылочных блоках по несколько штук подряд (как правило, в футере сайта), практически не работают. Чем ближе ссылка к началу страницы – тем лучше. Если на странице размещаются другие внешние ссылки кроме вашей, старайтесь, чтобы ваша ссылка отделялась от других ссылок текстом.

3. Старайтесь разместить ссылку на странице, в title и тексте которой употребляются такие же ключевые слова, как и в вашем анкоре.

Согласно моим наблюдениям, такие ссылки работают лучше (особенно если на странице больше нет внешних ссылок).

4. Кроме стандартных ссылок с проиндексированных страниц, **ставьте ссылки со страниц, которые еще не попали в индекс**. Согласно моим наблюдениям, ссылки, которые попадают в индекс вместе со страницей, в некоторых случаях более заметно влияют на позиции, чем ссылки, проставленные на уже проиндексированных ранее страницах. Такие ссылки можно получить как платно (размещая [платные статьи и заметки](#)), так и естественным путем (публикуя релизы и описания своей компании/блога/сервиса с прямой ссылкой на других сайтах).

5. Размещайте ссылки навсегда. Этого принципа должны в первую очередь придерживаться вебмастера, развивающие свои проекты, которые имеют долгосрочную перспективу. Чем дольше стоит внешняя ссылка, тем больший вес она передает. Есть много примеров ресурсов, которые держатся в топе по ВЧ в основном за счет ссылок, размещенных более года назад.

Принципы составления анкоров

1. Анкор ссылки, содержащий ключевые слова, должен четко соответствовать содержанию страницы, на которую он ссылается

После изменений в формуле ранжирования в октябре этого года анкоры ссылок стали еще больше коррелировать с текстовой релевантностью страницы-акцептора. И если содержание страницы не соответствует ключевым словам в анкоре, ссылка будет иметь очень слабый вес.

2. По моим наблюдениям, **“безанкорные” ссылки все еще работают**, хоть другие специалисты [считают иначе](#). Некоторые сайты, в том числе и в коммерческих тематиках, стабильно держатся в топе с июля этого года, имея только безанкорные ссылки.

А в остальном я использую те же [принципы составления анкоров, о которых писала ранее](#).

При работе с ссылочным сегодня главное понимать, что какими бы ни были качественными ссылки, процент их влияния по отношению к другим основным факторам – всего 10%, а корреляция с другими факторами очень высока. Поэтому начинать работу над продвижением сайта (как и анализ причин, когда [сайт не выходит в Топ](#)), всегда нужно качества сайта в целом, с его внутренней релевантности и удобства для пользователей.

Часть II/17. 15 советов по раскрутке сайта или блога

Автор: Александр Борисов (boricov)

Как бесплатно раскрутить сайт или блог? Это один из самых популярных запросов Яндекс на данный момент.



В этой статье я хочу предоставить вам полезные **советы по раскрутке сайта** или блога, применяя которые на практике, ваш новый сайт или блог начнут посещать десятки, а может и сотни человек в день уже через 1-2 месяца.

Итак поехали.

Советы по раскрутке сайта:

1. Одно из самых главных правил звучит так — ваш сайт должен быть одной тематики, то есть посвящен одной теме. Если вы допустим ведете свой блог на тему строительства, то не нужно писать на нем статьи на тему [заработка в интернете](#). Сайты, на которых присутствует каша-малаша (вы пишете все что угодно) не очень нравятся поисковым системам. Поэтому вы должны четко определить тему вашего сайта или блога и писать в одном направлении.
2. Составьте для вашего сайта или блога список ключевых слов (наиболее часто запрашиваемые) по которым вы хотите выйти в топ-10 поисковиков. Сделать это вы можете при помощи сервиса [wordstat](#). Составив список, сохраните его у себя на ПК и всегда держите перед глазами, когда будете писать очередную статью, потому что ориентироваться вам нужно именно на них при создании нового материала для вашего ресурса. Список ключевых слов — это ваше семантическое ядро.
3. Грамотно пишите статьи на сайт, соблюдая все правила seo если хотите чтобы ваши статьи были более уникальны. Об этом я писал целую статью. Прочитать ее вы можете [здесь](#). (Пример написания статьи на блог).



4. Обязательно перелинковывайте страницы вашего сайта или блога. Объясню по подробнее. Допустим вы пишете статью про капусту и в ней промелькает слово «морковь». Если у вас есть на сайте какая-либо статья про морковь, то обязательно сделайте это слово в виде ссылки на статью про морковь. Вобщем все ключевые слова, которые имеются в вашей статье нужно делать в виде ссылки, если у вас на сайте или блоге есть другая статья на тему ключевого слова. Благодаря этому поисковому роботу проще продвигаться по страницам вашего сайта и индексировать его.

5. После того как на вашем сайте или блоге есть хотя бы 5-10 статей, то можно смело регистрировать его в различных поисковых системах (Yandex, Google, Rambler, Yahoo, Апорт, Bing), а так же в различных каталогах и рейтингах. Вот список самых известных:

<http://webmaster.yandex.ru>

<http://dmoz.ru/>

<http://rambler.ru>

<http://mail.ru>



При добавлении в каталог, в описании вашего сайта или блога используйте ключевые слова из составленного вами списка. Сейчас существует более 20 000 различных каталогов в которых можно зарегистрировать свой сайт, но некоторые из них просят разместить свою ссылку у себя на сайт. Ни в коем

случае этого не делайте, потому что ваш сайт тут же превратится в помойку и авторитет его в поисковых системах снизится. Существуют различные сервисы по прогону сайта или блога в каталогах, самый лучший из них это конечно же 1ps.ru.

Хочу заметить, что на сегодняшний день прогон по катлогам — это всего лишь 5-10% от всей раскрутки. Раньше было по лучше.

6. Добавьте свой сайт или блог в популярные порталы и энциклопедии. Вот один из них:

<http://ru.wikipedia.org/> — зарегистрируйтесь на этом портале и добавьте свою ссылку.

7. Добавьте свой сайт в социальные закладки интернета. На данный момент их очень много. Поэтому советую зайти в любой поисковик и набрать что-то вроде этого «Добавить сайт в закладки», «Социальные закладки» и т.д.



8. Пишите качественный контент и добавляйте его на сервисы размещения статей. По истечении примерно 2-3 недель, когда статья проиндексируется на вашем сайте и робот запомнит что именно ваш сайт является автором данной статьи, то можно добавить копию статьи на различные сервисы по размещению статей. Вы размещаете статью на сервисе и ставите там ссылку на ваш сайт или блог, а это дополнительный трафик. Для того чтобы найти эти сервисы, так же зайдите в любой поисковик и наберите к примеру «добавить статью», «добавить статью бесплатно». Есть так же платные сервисы по размещению статей.

9. Обязательно обменивайтесь ссылками с сайтами похожей тематики. Это мощный приток целевых посетителей на ваш сайт. После того как посещаемость вашего сайта значительно вырастет, увеличится ТИЦ и PR, а так же появиться много полезного контента на вашем сайте, предлагайте другим вебмастерам обменяться ссылками.

10. Ведите рассылку на вашем сайте или блоге. Каждый раз когда вы будете добавлять новый контент оповещайте об этом своих читателей. Для этого существуют такие популярные сервисы как smarteresponder.ru и feedburner.

11. Публикуйте анонсы интересных событий и указывайте ссылку в них на ваш ресурс для прочтения полной версии. Сделать это можно здесь:

<http://content.mail.ru/>

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

<http://subscribe.ru/>



12. Общайтесь в различных форумах соответствующих тематике вашего сайта. Если у вас блог про раскрутку сайтов, то идите на формы по раскрутке и продвижению сайтов. Для чего это нужно? Во первых в споей подписи на форуме вы сможете поставить ссылку на ваш сайт или блог, а так же на форуме вы можете наблюдать за тем, чем же интересуются форумчане и соответственно писать статьи по этим вопросам.

13. Добавьте свою подпись со ссылкой на ваш блог или сайт в почтовом ящике (e-mail).

14. Не копируйте статьи и тексты с других сатов или блогов. Это понизит рейтинг вашего ресурса. Лучше пишите уникальный и интересный контент, он будет работать на вас годами. Именно так выходят в первые позиции поисковых систем многие известные ресурсы.

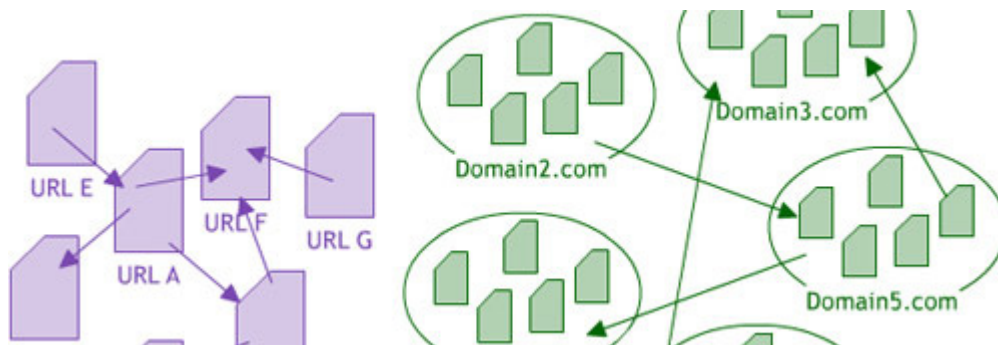
15. Пишите статьи регулярно. Если вы думаете, что можно написать 10 статей и забыть о сайте на неделю, то это совсем не так, лучше меньше, но регулярно...

Ну вот в принципе и все на начальном этапе. Вот такие вот у меня для вас советы по раскрутке сайта или блога.

Часть II/18. 17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Продолжаем серию интересных публикаций на SEOM.info, в этой статье речь пойдет о факторах, которые стоит учитывать при разработке стратегии продвижения сайта, а именно - о факторах, которые так или иначе учитывают поисковые системы.



На часах 9:30 утра, начало рабочего дня, и вы **уже беседуете с новым клиентом**. Все они очень похожи, такие любознательные, все им интересно и все хотят знать - как поисковик ранжирует страницы, почему предложенные вами изменения дадут положительный эффект, где вы учились SEO, ну и естественно, просят показать примеры ваших предыдущих работ.

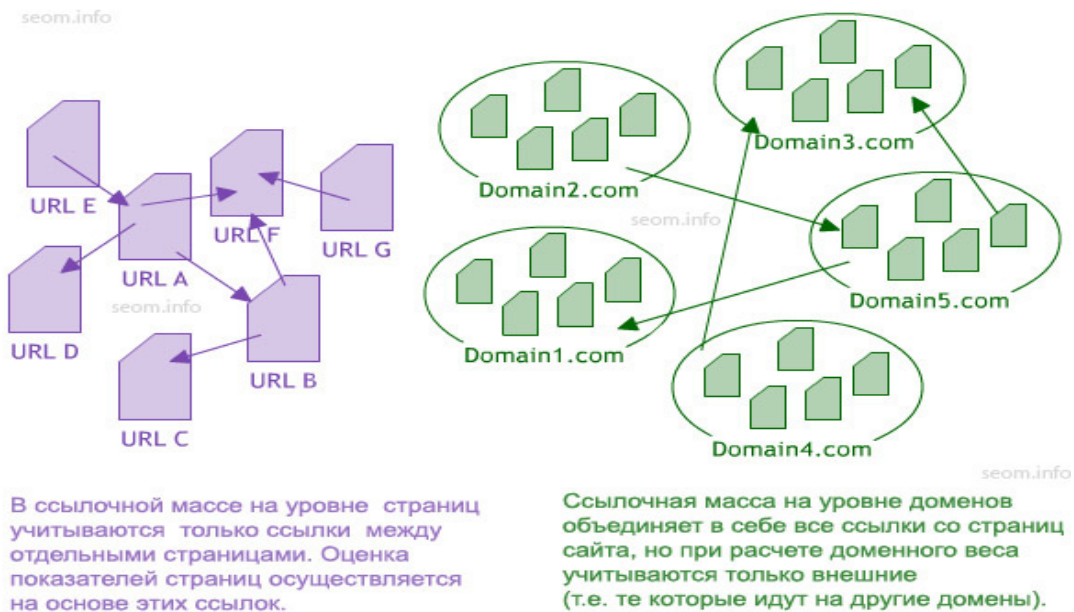
Чем глубже вы объяснения клиенту все подробности работы над новым проектом тем плотнее подходите к вопросу наращивания ссылочной массы. Вы рисуете таблицу факторов влияющих на ранжирование страницы поисковиком, на первом месте по важности оказываются ссылки. Клиент спрашивает почему ссылки имеют такое большое значение. Более того, он задает вопрос который ставит вас в тупик:

Как оценить влияние конкретной ссылки на позиции моего сайта в выдаче Google?

В этой статье я попытаюсь вам помочь ответить на этот вопрос. Ниже перечислены большинство самых важных факторов которые влияют на расчет веса ссылки поисковиками.

Но сначала, внимательно посмотрите на рисунок, на нем в упрощенном виде изображен очень важный механизм, который нужно знать для понимания ниже изложенного материала:

Ссылочная масса на уровне страниц и доменов



Как вы уже наверное заметили, поисковые сервера все больше и больше придают значение показателям домена, чем отдельной страницы.

У вас не возникал вопрос, почему все чаще на первых позициях поисковой выдачи мы видим новые страницы с очень небольшим количеством ссылок?

Это объясняется тем, что эти страницы размещены под авторитетными доменами с большим количеством обратных ссылок и высокими внутренними показателями.

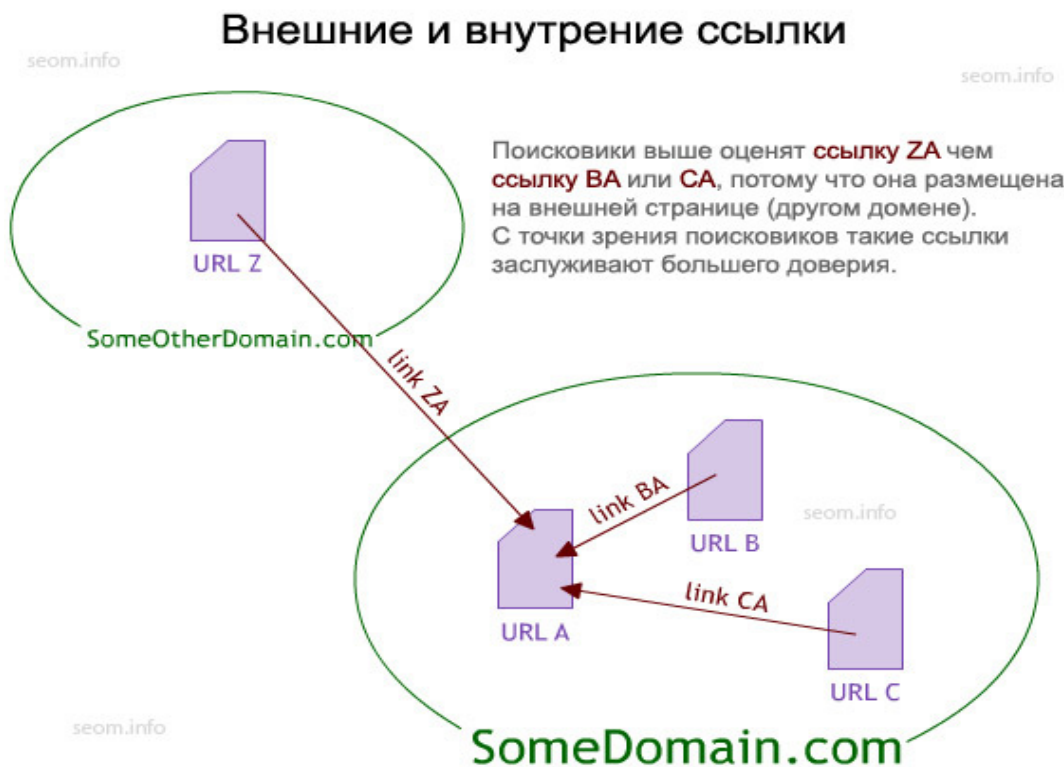
Мы провели опрос среди практикующих [SEO](#) специалистов о том какие факторы они считают самыми важными при ранжировании, большинство опрошенных поставили "**Домен Ранк**" (так мы назвали этот показатель) вверху списка, так как считают его одним из ключевых в алгоритме ранжирования Google.

"**Домен Ранк**" вероятнее всего рассчитывается из его общей ссылочной массы, которая отличается от ссылочной массы отдельных страниц сайта (из которой рассчитывается "Пейдж Ранк" для страниц). Ниже, я расскажу о факторах непосредственно влияющих на один из этих показателей или одновременно на оба.

1. Внутренние и внешние ссылки.

Когда поисковые машины только начали использовать ссылки для оценки популярности, важности и релевантности документа заданному поисковому запросу, за основу был взят общеизвестный житейский принцип: что другие говорят о вас, намного важнее (и заслуживает большего доверия) чем то что вы говорите о себе сами.

Таким образом, когда внутренние ссылки (ссылки с одной внутренней страницы сайта на другую) передают какой-то вес, внешние ссылки (с других сайтов) весят значительно больше.

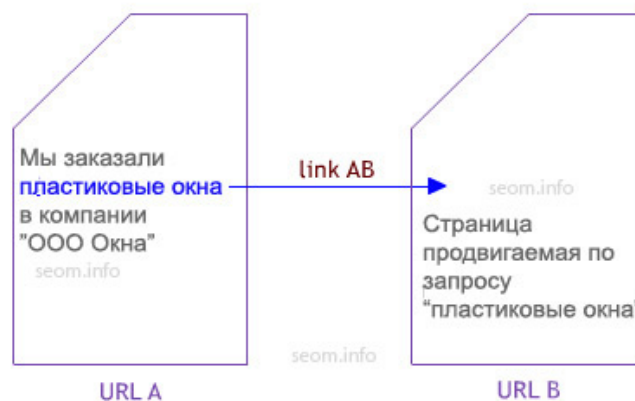


Это еще не значит что не нужно работать над хорошей перелинковке внутренних страниц вашего сайта (стоит делать [правильную структуру URL-адресов](#)), или заботиться о качестве внутренних ссылок (хороший текст ссылки, избегать лишних, ненужных ссылок, и т.д.), я просто хотел сказать что SEO показатели страницы очень зависимы от ее цитируемости внешними ресурсами, т.е. количества и качества внешних ссылок.

2. Текст ссылки (анкор ссылки).

Для [SEO специалистов](#), хорошо известно, что текст ссылки **один из самых важных параметров** которые учитывает поисковая машина при ранжировании, поэтому неудивительно что анкорам ссылок уделяют особое внимание.

Влияние текста ссылки на ее вес



Текст ссылки имеет большое влияние на вес который передает ссылка. Как показали наши эксперименты, ссылка АВ (вверху), передаст больше веса чем ссылка XY (внизу) для продвижения по запросу «пластиковые окна».



Из наших **SEO экспериментов** (а также исходя из огромного практического опыта), стало очевидным что **"точное соответствие"** текста ссылки предполагаемому поисковому запросу имеет значительное преимущество перед банальным набором ключевых слов в анкоре.

Следует заметить что поисковики не всегда делают такую большую разницу в текстах ссылок, особенно для обычных (не брендовых) ключевых фраз, этим часто манипулируют некоторые продвигенцы для того что бы получить лучшие позиций в серпе.

3. Пейдж Ранк.

Большинство поисковых систем имеют свои собственные пузомерки для измерения веса страниц и , самые распространенные: **StaticRank** (Microsoft), **WebRank** (Yahoo!), **PageRank** (Google), **тИЦ** (Яндекс) или **mozRank** (Linkscape's). Большинство из них основанных на цепочном алгоритме Маркова. Если провести аналогию, то ссылки в Пейдж Ранк это как голоса, какая страница набрала больше голосов та и имеет большее влияние в будущем.

Для самого базового понимания основных принципов **Пейдж Ранка** достаточно знать следующее:

- Каждый URL получает небольшое количество Пейдж Ранка
- Если на странице есть N-е количество ссылок, то каждая из них передает Пейдж Ранк разделенный на N (таким образом чем больше на странице ссылок тем меньше Пейдж Ранка она передает)
- Показатели такие как панель Google в которой есть счетчик PageRank или SEOmoz с mozRank по шкале от 0 до10

PageRank может рассчитываться для ссылочной массы как на уровне страниц, приписывая URL свои показатели, так и на уровне доменов, так называемый Домен Ранк. При расчете показателей на уровне

домена, берется во внимание вся ссылочная масса сайта, и на базе ее рассчитывается показатель Домен Ранк.

4. Траст Ранк (уровень "Доверия").

Основные принципы работы этой системы описаны в нашей статье - "[О доменных пузомерках. Домен Ранк. Домен Траст. Домен Джус.](#)". Главная идея системы **Траст Ранк** состоит в том что "**хорошие**" и с высоким уровнем "**доверия**" страницы находятся в большей ссылочной "близости" чем страницы содержащие спам, которые на большом ссылочном расстоянии от этого виртуального центра доверия.

Таким образом, пузомерки типа Пейджранк передают только вес, а пузомерки типа Траст Ранк помогают поисковым системам фильтровать спам от качественных ресурсов.



Несмотря на то что поисковые сервисы не предают публичности показатели этой пузомерки, вполне очевидным есть тот факт что "**ссылочное расстояние от центра доверия**" учитывается при ранжировании страниц. Еще существует [Обратный Траст Ранк](#), который отслеживает кто ссылается на уже известные спам сайты, он также является частью алгоритмов ранжирования.

Также как и [Пейдж Ранк](#), [Траст Ранк](#) (и Обратный Траст Ранк) может измеряться на уровне ссылочной массы страниц или для доменной ссылочной массы. В Linkscare мы создали mozTrust (mT) и Домен mozTrust (DmT), но мы все еще считаем что это только начало и предстоит проделать много работы для улучшения измерения этих важных показателей.

Основная идея выше написанного: **получайте ссылки с трастовых сайтов**, а не потенциальных спам ресурсов.

5. Домен Ранк.

Само определение [Домен Ранк](#) (еще известен как "**уровень авторитетности домена**") часто обсуждается среди [SEO](#) экспертов, точного, универсального определения этому понятию все еще нет.

Большинство оптимизаторов под этим общим термином подразумевают комплекс факторов характеризующих домен: известность, важность, уровень доверия. **Домен Ранк** для каждого домена рассчитывается поисковыми машинами индивидуально, в первую очередь исходя из ссылочной информации (некоторые специалисты говорят что также при расчете этого параметра учитывается и возраст сайта).

Поисковые сервера учитывают показатель **"авторитетности"** сайта при расчете веса ссылок, и поэтому всегда нужно учитывать при планировании ссылочного продвижения. Скажу больше, показатели домена могут иметь большее значение чем показатели отдельной страницы с которой идет ссылка на ваш сайт.

6. Разнообразие ссылочных источников.

Мы проанализировали все известные нам ссылочные показатели, и выяснили что с высокими позициями в выдаче самую сильную взаимосвязь имеет показатель характеризующий разнообразие ссылающихся доменов.

Мы подозреваем это связано с тем, что этим показателем сложнее всего манипулировать, и поисковики используют его как надежный способ для борьбы со спамом.

Как показывает опыт многих **SEO специалистов** разнообразие ссылочных источников имеет сильный позитивный эффект при ранжировании сайта поисковиками. Следуя этой логике, получается что всегда лучше иметь определенное количество ссылок с разных сайтов, чем то же количество ссылок всего с нескольких сайтов, чем выше разнообразие ссылочных источников тем лучше.

В свою очередь и ссылки с сайтов которые сами имеют большое ссылочное разнообразие (т.е. на них ссылаются много разных сайтов) будут **передавать больший вес** чем ссылки с сайтов с низким ссылочным разнообразием.

7. Независимость, разные владельцы.

Поисковики могут с помощью разных методов определять принадлежность сайтов одному и том же человеку (или компании), какая существует взаимосвязь между разными сайтами. Среди этих методов следующие (естественно это не все):

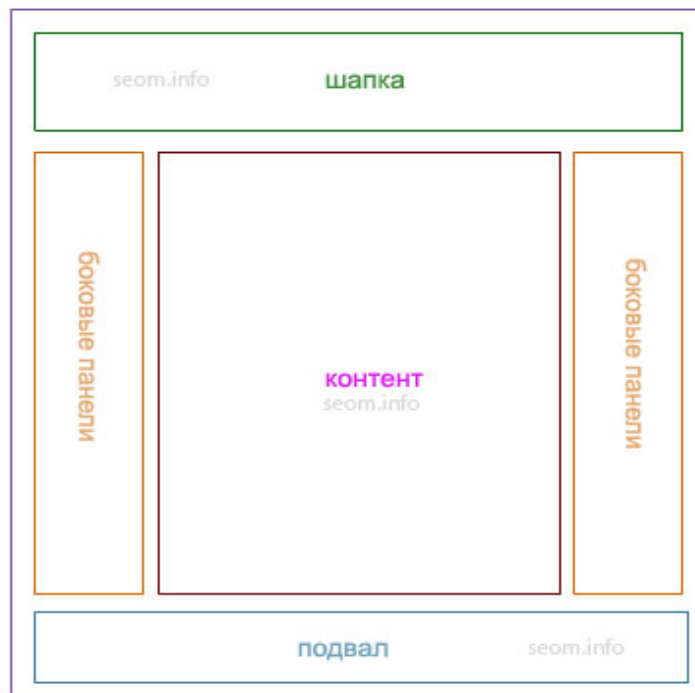
- Перелинковка сайтов
- Данные владельца при регистрации доменов.
- Общий IP адрес шаред хостинга или IP адрес C-класса.
- Одна и та же контактная информация на сайтах.
- Документы общего содержания (контракты, договора) выложенные в контенте сайта.

Если поисковики обнаруживают такую взаимосвязь между [сетью сайтов](#), они понижают вес передаваемый ссылками между ними, или вообще отымают возможность передачи ссылочного веса.

8. Положение на странице.

Microsoft был первым поисковиком который публично признался что собирается анализировать блоковую структуру страниц. (в MS Research часть в VIPS - [Vlsion-based Page Segmentation](#)).

Анализ структуры страницы



Поисковики анализируют структуру страницы, и на вес ссылки влияет ее позиция на странице или в контенте.

С тех пор **SEO** специалисты начали замечать в Google и Yahoo такой же элемент аналитики. По наблюдениям нашей компании SEOmоз, к примеру, внутренние ссылки в подвале страницы не передают меньший вес чем ссылки в шапке или боковых панелях.

Некоторые специалисты высказывают мнение что таким образом поисковики пытаются бороться с продажными внешними ссылками, т.е. что бы были непривлекательными те места куда их обычно пытаются запихнуть вебмастера: боковые панели и подвал.

Все сеошники едины в одном - самые ценные это ссылки из "**контентной**" части страницы, с таких ссылок передается и вес и трафик по ним также идет.

9. Тематическая близость.

Существует большое количество способов которыми поисковики могут определять **тематическую близость** двух отдельных страниц (или сайтов).

Раньше для этой цели **Google Labs** использовало алгоритмы которые автоматически классифицировали сайты по тематикам (медицинские, продажа недвижимости, спорт и много-много других) в зависимости от их URL имени, названия категорий и подкатегорий сайта.

Возможно и теперь они используют похожие механизмы для определения "**родственных**" сайтов внутри разных тематик. Исходя из тематической близости ссылки между сайтами могут передавать больший или меньший вес.

Лично я не всегда забочусь о тематической близости сайтов - если есть возможность получить ссылки с таких авторитетных обще-тематических ресурсов, как например **NYTimes.com**, почему бы нет, или если какой-то узкоспециализированный блог по каким-то своим причинам решил сослаться на вас, зачем пренебрегать этим.

С другой стороны поисковики используют фактор "**тематической близости**" для борьбы со спамом. Когда сайт с хорошей репутацией вдруг начинает ссылаться на какие-то тематически отдаленные подозрительные ресурсы (фарма, онлайн-казино, адалт) поисковые системы могут расценить такие действия как спам.

10. Оценка контента.

Тематическая близость может подсказать поисковикам взаимосвязь между ссылками на странице, контент и контекст ссылки играет значительную роль при передаче ссылочного веса с одной страницы на другую.

При контентно/контекстном анализе ссылок поисковики пытаются определить, насколько это возможно сделать машинным путем, почему на этой странице присутствуют ссылки.

Если это естественные ссылки, тогда возможно несколько вариантов. Они могут быть интегрированы в контент, ссылаться на близкие по тематике страницы, использовать стандартные нормы HTML структуры, использование слов, фраз, язык, и т.д.

Анализируя все эти показатели робот может с достаточной точностью **отличить естественные ссылки** от таких которые присутствуют по другим причинам: тайно проставленные (хакинг), ссылки авторских прав (они передают какой-то вес, но немного), и конечно же платные ссылки.

11. Географическое положение.

Географические данные ссылки взаимосвязаны с сайтом на котором она размещается, но поисковики, особенно Google, все больше и больше уделяют внимание географическому соответствию ссылок к тому сайту на который они ссылаются (так называемая географическая релевантность). Для географической локации сайтов поисковики используют разные определяющие факторы, среди которых:

- IP адрес [хостинга](#).
- По национальным доменным зонам (.de, .co.uk, ru и т.д.).
- На каком языке контент сайта.
- Регистрация сайта в региональных каталогах/поисковых системах/досках.
- Соответствие физическому (реальному) адресу указанному на сайте или в whois данных.
- Географическое положение сайтов которые ссылаются на ваш сайт.

С одной стороны обретая ссылки с сайтов какого-то определенного региона вы получаете возможность оказаться на хороших позициях в локальном поиске для этого региона.

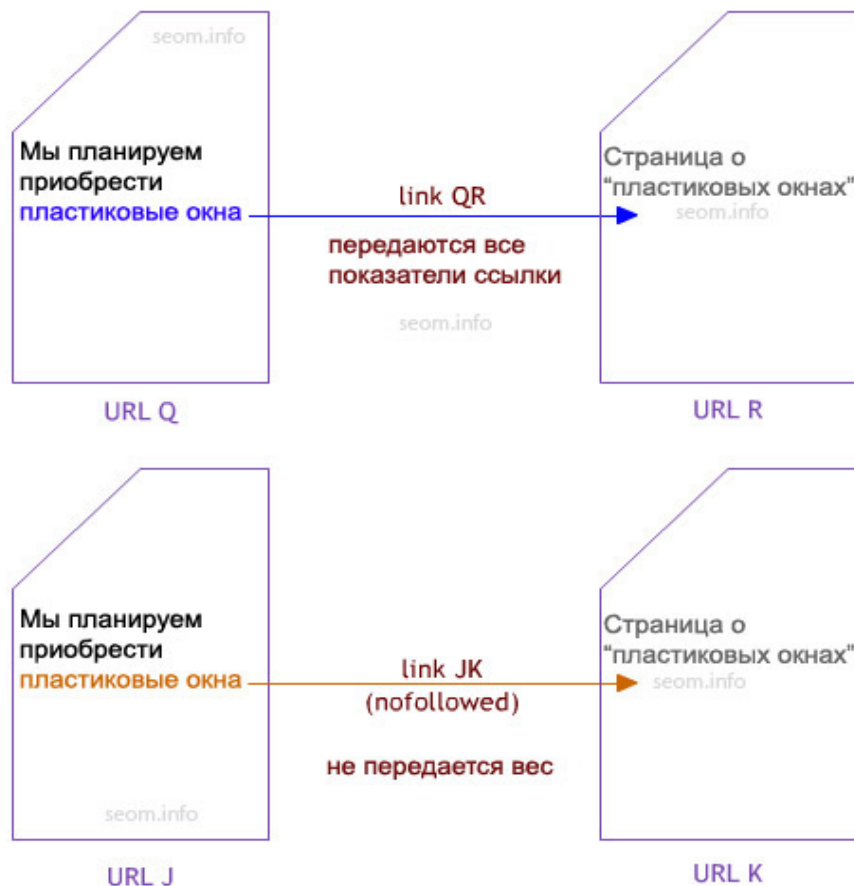
С другой стороны, если все кто на вас ссылаются локализованы только в одном конкретном регионе, вам будет сложно продвинуться в поиске для других регионов, даже если ваш сайт для этого имеет все нужные географически-определяющие факторы (IP адрес хостинга, национальное доменное имя, язык контента и т.д.).

12. Использование Rel="Nofollow".

Иногда кажется что прошло уже очень много времени с тех пор как появился тег **nofollow**, но на самом деле только в Январе 2005 г. Google объявил об использовании нового HTML тега.

Все очень просто, когда вы ссылку закрываете в тег [rel="nofollow"](#), она уже не может передавать никакого веса другим страницам. На сегодняшний день, по данным [Linkscape индекса](#) приблизительно **3%** всех ссылок в сети скрыто в теге nofollow, причем больше половины из них скрывают внутренние ссылки.

Эффект Nofollow на ссылки



Время от времени среди сеошников постаает один и тот же вопрос, всегда и все ли поисковики придерживаются правила этого правила. Общеизвестно что Google может передавать некоторые ссылочные показатели через внешние ссылки Википедии, несмотря на то что они запрятаны в теге **nofollow**.

13. Тип ссылок.

Ссылки могут быть различных форматов. Три самых распространенных:

- Прямая текстовая HTML ссылка.
- Графическая ссылка.
- Java скрипт ссылка.

Google недавно объявил что они не только научились переходить по ссылкам в Java коде, но также передают через них ссылочный вес (эта новость огорчила многих вебмастеров, который прятали на своих сайтах в Java код платные/рекламные ссылки).

Уже на протяжении многих лет, поисковые системы используют атрибут **"alt"** в графических ссылках аналогично анкорному тексту в обычных текстовых ссылках.

Как бы то ни было, не все ссылки имеют одинаковый вес для поисковых систем. Мы провели ряд экспериментов, результатом которых стали следующие данные: больше всего веса передают обычные прямые HTML ссылки с стандартным анкорным текстом, за ними идут графически ссылки с насыщенными ключевыми словами "alt" атрибутами и наконец, Java скрипт ссылки (несмотря на то что Google объявил о том что он справляется с таким типом ссылок, их механизм работы с ними еще не совершенен, по крайней мере об этом свидетельствует наш опыт).

Хотелось бы обратить внимание всех тех кто собирается наращивать ссылочную массу для своего сайта, что поисковики все еще плохо работают с "**нестандартными**" ссылками, поэтому в первую очередь нужно пытаться получить прямые текстовые HTML ссылки с правильным анкорным текстом, они будут самыми эффективными.

14. Разнообразие ссылающихся страниц.

Когда страница имеет внешние ссылки, при расчете веса передаваемого по ссылкам учитывается не только количество ссылок, а также количество сайтов на которые ссылаются.

Как мы уже отмечали выше (пункт 3), алгоритм "**Пейдж Ранка**"- вне зависимости в какой он поисковой системе, делит весь ссылочный вес страницы на количество исходящих ссылок на ней.

Кроме этого, поисковики оценивают на какое количество доменов идут все ссылки. Если, например, ссылки из контента страницы идут всего на несколько доменов с качественным релевантным контентом, тогда они могут передавать больший вес чем то же количество ссылок с разных углов страницы на разные домены некачественных сайтов по отдаленной тематике.

Также поисковик отслеживают на кого еще кроме вас ссылается та или иная страница. Получать ссылки со страниц которые кроме вас ссылаются на какие-то сайты с сомнительной репутацией это всегда намного хуже чем со страницы которая ссылается на другой качественный и авторитетный ресурс.

15. Санкции поисковых систем.

Каждый кто профессионально занимается **SEO бизнесом**, видит в своем страшном сне санкции которые могут накладывать поисковики, результат которых может быть от потери возможности передавать ссылочный вес до полного бана страницы или сайта в поисковике.

Если сайт или страница теряет возможность передавать ссылочный вес, тогда продажа ссылок с нее теряет всякий смысл.

Имейте ввиду что поисковики могут использовать самые разные приемы санкций (невозможность продвигаться по определенным запросам, понижение показателей Пейдж Ранка, и т.д.) в первую очередь это направлено против тех кто систематически пытается манипулировать результатами выдачи, но алгоритмы все еще не совершенны и под фильтры могут попасть также случайные страницы.

16. Контент/Интегрированные данные.

На сегодняшний день в сети очень популярен интегрированный контент с различных хостинг сервисов (видео, документы, фотографии, файл - хостинги и т.д.) который содержит в себе обратные ссылки на домашний сайт.

Я не думаю что поисковые системы полностью откажутся учитывать эти ссылки, но все же будут пытаться ограничивать вес и значимость таких ссылок, даже несмотря на то что эти сайты не являются спам ресурсами и очень полезны для пользователей сети.

В нашей компании [SEOmоз](http://www.seomoz.ru), мы склонны к мнению что поисковые машины сопоставляют контент сайта с ссылками размещенными на нем, для того что бы определить уровень ссылочного разнообразия и качество ссылок.

Когда поисковые машины видят один и тот же контент с одними и теми же ссылками на тысячах разных сайтов, это есть сигналом для них о понижении уровня показателя ссылочного разнообразия. Этот вопрос может быть предметом дискуссий, но поисковые системы пытаются найти и отфильтровать ссылки полученный таким способом, что бы избежать дальнейших манипуляций.

17. Хронология и история ссылок.

Время и дата появления ссылок идут последним пунктом в нашем списке (**но это никак не понижает значимости этого фактора**).

Роботы поисковых машин путешествуя в сети собирают и сравнивают информацию о том как новые и старые сайты обретают ссылки, эта информация в первую очередь нужна поисковику для борьбы со спамом, к тому частота с которой сайт получает новые ссылки влияет на уровень его авторитетности, поэтому новые сайты которые очень быстро получают большое количество ссылок могут вызвать подозрение.

Как используют поисковые системы все вышеперечисленные факторы это уже отдельная тема для дискуссий и дебатов, но все они однозначно учитываются в алгоритмах ранжирования, и влияют на позиции в серпе.

Ну и самый последний совет - избегайте одновременной покупки большого количества ссылок, так как поисковик может воспринять это как спамерские действия, а это существенно отразиться на позициях вашего сайта.

Хотя наш список содержит много пунктов, не нужно считать его догмой, используйте то что считаете нужным. Мы будем рады если вы его дополните какими то своими советами, или поделитесь с нами своим опытом.

Автор: [Rand Fishkin \(Рэнд Фишкин\)](#)

Оригинал: [17 Ways Search Engines Judge the Value of a Link](#)

([17 факторов которые учитывают поисковики при расчете веса ссылки](#))

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть II/19. 32 самых важных SEO подсказок

Автор: Сергей Кокиаров (Devaka)

Перевод зарубежной статьи “32 Most Important SEO Tips”

1. Убедитесь, что ваш сайт не является “сайтом в разработке” или в незавершенном виде с маленьким или неуникальным контентом.
2. Когда сайт будет готов, добавьте его в Google, Yahoo, Yandex, Rambler, MSN, ASK.com. Также попробуйте добавить свой сайт в другие поисковые системы, однако большинство из них основаны на этих лидирующих поисковых машинах. Также добавьте ваш сайт в достойные уважения каталоги с высоким PR, открытые директории, желтые страницы и социальные закладки, такие как del.icio.us, furl, news2 и другие.
3. Добавьте карту сайта в Google, Yahoo, Yandex, Rambler, MSN, ASK.com (обычно карта сайта представляет собой файл XML формата)
4. Предложите карту сайта в HTML формате для ваших посетителей для упрощения навигации.
5. Создавайте уникальные и богатые контентом сайты. Сторонитесь дублирования контента. Не создавайте много страниц, поддоменов, доменов, зеркал или сайтов с разными доменными именами (урлами), но одинаковым контентом.
6. Проверьте ключевые слова и убедитесь, что они соответствуют и содержаться на вашем сайте. Не стоит избыточно набивать контент ключевыми словами.
7. Используйте текст вместо изображений в вашем контенте, ссылках и важных объектах.
8. Сделайте заголовки TITLE и атрибуты ALT описательными, простыми и богатыми ключевыми словами. Сторонитесь неуместных, неподходящих и повторяющихся ключевых слов.
9. Тег TITLE должен быть максимум длиной в 60-80 символов.
10. Мета тег description должен быть размером 160-180 символов, включая пробелы (около 25-30 слов).
11. Мета тег keywords должен быть максимум 15-20 слов.
12. Оптимизируйте страницы с заголовками (H1, H2, H3, ...), чтобы они содержали основные ключевые слова вашего сайта.
13. Проверьте CSS и HTML на валидацию, ошибки и битые ссылки.
14. Если ваш сайт содержит динамические страницы (то есть URL, содержащий вопросительный знак “?”), убедитесь, что вы используете дружественные URLs (ЧПУ). Поисковым ботам сложно индексировать динамические страницы.
15. Максимальное количество ссылок на странице не должно превышать 100 штук. Не допустите того, чтобы ваш сайт поисковые системы заподозрили в линкопомойке.
16. Используйте Lynx в качестве текстового браузера для проверки вашего сайта.
17. Позвольте поисковым ботам индексировать ваш сайт без ID сессии или аргументов, которые отслеживают их путь по сайту. Использование подобной техники приведет к неполной индексации вашего сайта.
18. Проверьте, поддерживает ли ваш сервер HTTP заголовки If-Modified-Since. Они говорят поисковым машинам когда контент на сайте был обновлен с момента последней индексации вашего сайта. Это сэкономит трафик на ваш сайт, ресурсы и предотвратит перегрузку сервера.
19. Используйте Robots.txt файл для управления поисковыми роботами, которые индексируют ваш сайт. Вы можете позволить и запретить роботам индексирование, выбрать определенные директории, которые вы хотите проиндексировать. С плохими ботами или спам-ботами вам надо модифицировать файл HTACCESS для правильного и эффективного управления ботами.
20. Не пытайтесь предстваить разный контент поисковикам и пользователям.
21. Не используйте грязных приёмов, замкнутых петель для улучшения поисковых позиций.
22. Не ссылайтесь на плохие ресурсы, такие как спам, линкопомойки, фишинг-сайты, хакеров, кракеров, азартные игры, порнографию и аферистские сайты. Ссылки на них очень сильно влияют на позиции в серпе вашего сайта.
23. Не пытайтесь участвовать в ссылочных проектах, чрезмерном обмене ссылками и веб кольцах.

24. Не используйте неавторизованные программы или онлайн средства для добавления вашего сайта в ПС, проверки позиций или выполнения других автоматических запросов. Вы рискуете заработать себе статус спамера.
25. Не используйте скрытый текст и ссылки. Показывайте поисковикам то же самое, что и пользователям. Это очень сильно повлияет на репутацию сайта.
26. Не старайтесь создать страницы, содержащие спам, фишинг, аферы, вирусы, трояны, шпионское ПО или другие злобные программы.
27. Убедитесь, что ваш сайт полезен и информативен.
28. Улучшите свою ссылочную массу. Ссылайтесь с сайтов с высоким PR. Качество и соответствие ссылок более важно, чем их количество. Ссылки сильно улучшат видимость вашего сайта, популярность и его ранг. Поисковые роботы рассматривают ссылки как голоса за ваш сайт.
29. Проверьте структуру ссылок на страницах. Каждая страница должна быть доступна, переходя по ссылкам.
30. Будьте очень осторожны, покупая SEO сервисы. Некоторые используют нелегальные и сомнительные методы для улучшения позиций.
31. Не покупайте и не продавайте ссылок.
32. Не создавайте сайтов, содержащих чисто партнерские ссылки с отсутствием ценного контента, который полезен для пользователей.

Часть II/20. 44 каталога статей

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Как я обещал в комментариях к статье [Как из одной статьи сделать тысячи](#), публикую базу каталогов для бесплатного добавления статей. В нее я включил только те каталоги статей, которые действительно публикуют статьи с прямыми ссылками, а также находятся в индексе Яндекса и Google.

По рунету гуляют несколько баз каталогов статей, которые состоят из нескольких сотен каталогов, но качество у них оставляет желать лучшего. Мое мнение - лучше качество, чем количество. Хотя в целом качество каталогов статей рунета оставляет желать лучшего.



Каталоги расположены по мере уменьшения тИЦ.

<http://1ps.ru/articles/submit/>
http://www.softportal.com/articles/article_public.php
http://webrating.ru/promo/listpics/add_material_p?TYPE=ARTICLE
<http://nofollow.ru/>
<http://www.novatex.ru/pubs/add/>
<http://kazan.ru-mebel.info/links/articles/add/1>
<http://zarubezh.ru/articles/add/1>
<http://www.nedoma.ru/articles/add.php>
<http://01ru.net.ru/katalog/articles/add/1> (в данный момент заражен)
<http://full-auto.ru/articles/add/1>
<http://daisotra-spb.ru/catalog/articles/?add=1>
<http://realty-ru.com/articles/add/1>
<http://www.wilan.com.ru/stradd.html>
<http://ta4ki.info/articles/add/1>
<http://staldver.ru/catalog/articles/add/1>
<http://ab-pro.ru/katalog/articles/add/1>
<http://www.avtomobilistam.ru/news/site/docs-editing.htm>
<http://stroj-ka.net/articles/add/1>
<http://www.chasok.info/katalogi/articles/add/1>
<http://www.ekskysia.info/katt/articles/add/1>
<http://otstrel.info/katal/articles/add/1>

<http://www.bynets.org/modules/myarticles/submit.php>
<http://www.remkat.ru/articles/?add=1>
<http://www.starie.info/catala/articles/add/1>
<http://www.reklamchik.info/katalog/articles/add/1>
http://www.fitnessinrussia.com/add_article
<http://www.buderus-shop.ru/stat/add.php>
http://www.pottery.ru/index.php3?mode=1&act=add_article&parent=3416
<http://www.nwportal.ru/publisher/index.php?id=pedagogik&add=true>
<http://www.autotc.ru/article/index.htm>
<http://sport-ru.net/articles/add/1>
<http://rusrealestate.info/articles/?add=1>
<http://www.xolst.info/katol/articles/add/1>
http://news.alfakmv.ru/article_add.php
<http://www.compdocs.ru/articles/?action=addarticle>
<http://www.prbaikal.ru/node/add/story>
<http://clubs.isurgut.ru/InstituteArticles.asp?InstitutelId=44>
<http://www.footballmasters.ru/england/old/press.php?action=add>
<http://moluzao.ru/modules/myarticles/submit.php>
<http://www.1wmzlink.ru/rules.htm>
<http://articlebox.ru/>
http://www.sonrus.ru/_req.htm
<http://kalush.net.ru/articles/?add=1>
<http://www.webkorrespondent.ru/addarticle.html>

Если какой-либо каталог перестанет работать, будет удалять ссылки из статей или ставить редирект, то черкните в комментариях.

Часть II/21. Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Недавно стал в порядке эксперимента использовать пресс-релизы для продвижения сайтов. Делюсь с вами своими мыслями и решениями по этому поводу, а также предлагаю свою базу из 53 каталогов, в которые можно бесплатно добавить пресс-релиз.



Пресс-релиз - это официальное сообщение о компании, достижении, событии, мероприятии или другом поводе. Конечно, в большинстве случаев пресс-релизы используются для продвижения сайтов компаний: интернет-магазинов, сайтов турфирм, корпоративных сайтов, дизайн-студий и т.д. Думаю, сайт Васи Пупкина пресс-релизами продвигать будет невозможно - никто такие публиковать не станет. Хотя, наверное, есть варианты.

Сразу скажу о первых результатах. Уже через 3 дня после добавления пресс-релиза на соответствующие сайты (смотрите список ниже) Google проиндексировал 19 добавленных мною пресс-релизов, Яндекс - 5. Большинство пресс-релизов было опубликовано с прямой ссылкой на продвигаемый сайт.

Многие сайты, публикующие пресс-релизы (я буду их образно называть каталогами пресс-релизов), имеют высокий тИЦ и PR, большую посещаемость, являются трастовыми и уважаемыми ресурсами. Роботы поисковиков буквально живут на них. Каталоги пресс-релизов могут приносить немало целевых посетителей.

По качеству каталоги пресс-релизов намного лучше, чем каталоги статей (имею ввиду рунет). Мои эксперименты показали, что в целом публикация пресс-релиза приносит гораздо больший эффект, чем публикация статьи (имею ввиду публикация на бесплатной основе), несмотря на то, что каталогов пресс-релизов в рунете намного меньше, чем каталогов статей. Конечно, это не значит, что от публикации статей нужно отказываться. Просто нужно брать не количеством каталогов статей, а их качеством.

Итак, где же взять этот самый пресс-релиз? Для начала посмотрим, как должны выглядеть пресс-релизы. Для этого идем в [Центр пресс-релизов Subscribe.ru](http://www.subscribe.ru), где находится огромная коллекция пресс-релизов. Выбираете нужную тематику. Далее пресс-релизы будут разбиты по месяцам, датам и времени публикации. Просто кликайте и читайте пресс-релизы. Возьмите несколько пресс-релизов для образца. Затем составьте свой пресс-релиз. Конечно, я ни в коем случае не призываю копировать чужие пресс-релизы частично или полностью. Уважайте чужой труд. Можете воспользоваться методикой полного

переписывания текста, которую я описывал в статье “[Как из одной статьи сделать тысячу](#)“. Можете заказать написание пресс-релиза на [сервисах копирайтеров](#).

Грамотное продвижение сайтов пресс-релизами имеет следующие плюсы:

- увеличивается количество внешних ссылок на продвигаемый сайт и, как следствие, повышаются позиции сайта в поисковиках;
- увеличивается приток целевых посетителей на сайт;
- пресс-релизы хорошо влияют на узнаваемость компании;
- помогают продвижению бренда/продукции;
- бесплатность (при самостоятельном написании пресс-релизов. Только свои усилия и время);
- каталоги пресс-релизов не требуют обратной ссылки;
- возможно, ваш пресс-релиз будут перепечатывать другие информационные ресурсы (возможно, со ссылкой на ваш сайт).

Где опубликовать пресс-релиз?

Выкладываю свою базу сайтов, принимающих пресс-релизы для публикации. Эту базу я собирал вручную. Все сайты проиндексированы Яндексом.

Большинство каталогов пресс-релизов требуют регистрации и жестко модерируются, так что лучше не злоупотреблять и не делать из пресс-релиза прямую рекламу. Рекомендую в пресс-релизах размещать не более 1-2 ссылок на продвигаемый сайт. Пресс-релиз не должен быть большим. Я обычно ограничиваю его размер одной страницей (около 1800 знаков).

Учитывайте также, что некоторые каталоги пресс-релизов принимают только тематические материалы (например, только по IT-тематике, финансам и т.д.). Некоторые сайты принимают пресс-релизы только по e-mail.

Каталоги пресс-релизов разбиты по Google PR домена.

PR 7

<http://subscribe.ru/release/>

<http://www.ibk.ru/pr/> Инвестиции, банки

PR 6

<http://www.osp.ru/releases/add.html> IT

http://www.km.ru/pr_new/pr-edit.asp

http://korrespondent.net/add_relise

<http://lenta.ru/news2/> press@lenta-co.ru

PR 5

<http://www.pr.cnews.ru/> Hi-tech

http://www.openmarket.ru/PressRelease/add_pr.asp

<http://www.cybersecurity.ru/press/>

http://www.fubix.ru/submit_press/

<http://e-news.com.ua/press/>

<http://reclama.su/viewtopic.php?t=3>

<http://www.softkey.info/press/howto.php> IT, софт
http://www.cityindex.ru/ci/pr_add.shtml

PR 4

<http://press-release.ru/add/>
<http://www.prtime.ru/addnews.html>
<http://www.karta-smi.ru/index.php/addpr>
http://www.informburo.ru/component/option,com_facileforms/Itemid,66/
<http://www.lexim.ru/invite/releases/> Транспорт, логистика
http://www.dpgazeta.ru/press_release_print
<http://trade.spb.ru/news/addnews.htm>
http://www.tourinfo.ru/press_release/add/ Туризм
http://www.allcosmetics.ru/release/add_release.html Мода и красота
<http://www.pressroom.ru/>
<http://www.credcard.ru/admin/registration/> Банки, финансы
<http://www.gaap.ru/press/client/> Финансы
<http://re-port.ru/press/> Реклама, PR
<http://www.oborudunion.ru/add-releases.php> Машиностроение
<http://rcc.ru/Rus/?ID=11567> Химия
<http://www.ecraft.ru/invite/releases/> Промышленность
http://www.restate.ru/add_news.html Недвижимость
<http://www.press-release.com.ua/>
http://www.tourprom.ru/pressrelease_form.aspx Туризм

PR 3

<http://b2blogger.com/pressroom/>
<http://pr.adcontext.net/add/release>
http://proforum.ru/press/press_form.html
<http://www.big-news.ru/>
<http://uastar.net/page.php?al=releasehp>
<http://www.realtyinvest.ru/news/pr/add/> Недвижимость
<http://it4business.ru/about/addpr/> IT
http://www.promsearch.ru/add_press.php Промышленность, строительство
<http://www.domostroykin.ru/partners/> Строительство, оборудование
<http://chemindustry.ru/releases/releases.php> Химия

PR 2

http://newsroom.com.ua/text_addnews.html
http://press.prnews.ru/release_list.asp publish@prnews.ru
http://smartpr.ru/prserv/prs_pr_list
<http://www.rossbiz.ru/inpress>
<http://www.prbaikal.ru/node/add/story>
<http://e-moe.com.ua/node/add/press-release>
<http://www.iturs.ru/press/add>

PR 1

<http://www.cmna.ru/?ID=46496> Химия, нефтепродукты

PR 0

http://soft.mail.ru/uregistration/press_add.php softclub@soft.mail.ru
http://www.realestate-today.ru/news/add_release.html Недвижимость

Желаю успехов в продвижении сайтов с помощью пресс-релизов! А я пока займусь изучением данной темы в англоязычном интернете.

Часть II/22. 69 методов наращивания ссылочной массы прошедшего года

Автор: Александр Люстик (MyOST)



6,5 лет назад Робин Ноблз, Эрик Уорд и Джон Александр составили легендарный список из **131 способа наращивания бэклинков**.

Четыре года спустя Аарон Уолл и Энди Хаганс опубликовали **101 метод продвижения сайта**, что вдохновило на написание других материалов.

Учитывая очень серьезные изменения в поисковых машинах в наше время, я решил пересмотреть оба списка и обновить коллекцию по [способам наращивания ссылочной массы](#).

7 рекомендаций по внутренним ссылкам

1. Убедитесь, что навигация вашего сайта доступна поисковикам. Используйте навигацию в виде ссылок с текстовыми анкерами, либо картинки с атрибутом alt.
2. "хлебные крошки" (breadcrumbs) – замечательный инструмент внутренней перелинковки. Повышает юзабилити и вариацию текстовых анкоров.
3. Располагайте ссылки в тексте — это не только повышает количество переходов по ней, но так же придает вес, т. к. ссылка находится внутри текста.
4. Используйте карту сайта (sitemap). Качественная карта сайта полезна для посетителей, поисковых машин, а так же и для вас.
5. В каждом топике используйте ссылки на схожие по теме статьи вашего сайта.
6. Всегда используйте стандартные ссылки. Всегда ставьте ссылки homepage.com, а не homepage.com/index.php — очень важно иметь постоянные ссылки.
7. Выявите страницы, на которые больше всего ссылок и проанализируйте хорошо ли они оптимизированы и передают ли весь вес эти ссылки.

10 рекомендаций по "легкой" добыче бэклинков

8. Оптимизируйте уже существующие бэклинки. Свяжитесь с администраторами сайтов, где уже расположены ссылки на ваш сайт и попросите поменять анкоры 'тут или нажать тут и др.' на анкоры, содержащие релевантные ключевые слова.

9. Постоянно следите за статистикой 404. Отслеживайте те бэклинки, которые не доступны ([ошибка 404](#)). Свяжитесь с вебмастерами этих сайтов для исправления ошибок.
10. Создайте страницу, где укажите как люди могут сослаться на вас, [какие использовать URL](#), анкоры или баннеры. Постоянно обновляйте эту страницу.
11. Расскажите своей семье, друзьям, коллегам и другим о своем сайте. Некоторые из них могут оставить отзыв о сайте, а у кого есть свои сайты — бэклинк.
12. Блокируете ли вы от индексации роботами определенные части сайта с помощью [nofollow](#) или [robots.txt](#)? Выясните, ссылаются ли люди на эти части сайта. Если это так, то попросите администраторов таких сайтов поставить ссылку на другую страницу.
13. Проверьте [контент на ошибки](#). Посетителям больше нравится когда текст правильный с грамматической точки зрения.
14. Поищите сайты, на которых упоминается название вашего сайта или брэнда, но ссылки нет. Попросите установить ссылку. Проверить можно в Yahoo.
15. Поищите сайты, на которых упоминается ваши имя, но так же не ссылаются на ваш сайт. Так же используйте Yahoo.
16. Оставляйте [комментарии на блогах](#), которые посещаете каждый день. Вы все равно проводите там время! Так почему бы и не оставить комментарий?
17. Выясните сколько сайтов у компании на которую вы работаете. Если вы работаете на небольшую компанию — количество сайтов наверняка можно посчитать на пальцах. А вот если ваша компания большая, возможно узнав о всех сайтах вы будете шокированы. Так почему бы все эти сайты аккуратно не перелинковать между собой?

12 рекомендаций от "старой школы"

18. Займитесь поиском [родственных сайтов](#) введя в поиске релевантные ключевые слова. Выберите самые интересные и свяжитесь с администраторами. Подобрал сайты для главных ключевых слов не забывайте, что есть еще тонны различных комбинаций.
19. Проверьте, [какие сайты ссылаются на сайты конкурентов](#). Постарайтесь добиться того, чтобы они поставили ссылку и на вас.
20. Постарайтесь найти релевантные сайты но на [других языках](#). Возможно удастся договориться о размещении ссылки на ваш сайт.
21. Попробуйте взять интервью у эксперта вашей тематики и не забудьте создать хорошо читаемый и интересный текст.
22. Вы можете написать обзор сайтов вашей ниши или более близкой к вашей.
23. Внимательно изучите домен — это может быть сайт университета (.edu), это может быть сайт маленькой мастерской и т. д. Поэтому, [у каждого домена разный вес ссылок](#).
24. Начните рекламную кампанию, когда ваш сайт будет показываться в поисковике при поиске определенных ключевых фраз. Этот трафик может принести релевантные ссылки.
25. Используйте Google AdWords чтобы выяснить на каких сайтах показываются ваши объявления, а затем свяжитесь с администрацией сайтов напрямую.

26. Используйте PPC кампанию — смотри пункт 25.

27. Установите кто раньше ссылался на вас. Свяжитесь с ними вновь, после релиза нового интересного контента.

28. Покупные ссылки. Здесь нет ничего страшного, если вы покупаете ссылки с нескольких высоко релевантных и уважаемых сайтов — это принесет вам экстремальный трафик. Не покупайте ссылки на не релевантных сайтах — это может привести к неприятностям.

29. Пожертвования. Покупные ссылки не позволены в поисковиках, но есть способы купить ссылки под видом пожертвования.

12 мест для размещения вашего URL

30. Большинство социальных сетей пригодны только для продвижения контента, который потом принесет ссылки. Но все еще существуют сайты, которые позволяют размещать ссылку с текстовым анкором: LinkedIn.

31. Постарайтесь зарегистрировать ваш сайт в популярных каталогах: DMOZ, Yahoo Directory и Best of the Web. Перед регистрацией сайта убедитесь, что выбрали подходящую категорию.

32. Строго тематические каталоги высокого качества тоже дадут некоторый результат.

33. Не забудьте зарегистрироваться в каталогах вашего региона. Особенно это актуально для сайтов ориентированных на определенный регион.

34. Опубликуйте интересные, захватывающие, смешные картинки на Flickr с обратной ссылкой на ваш сайт.

35. Напишите статью о своем сайте с бэклинком на него в одном из каталогов статей, например в eZineArticles.

36. Релевантные, [не спам ссылки в Википедии](#) или Yahoo могут дать хороший результат.

37. Отправьте ваш RSS в важные RSS каталоги.

38. Каталоги блогов могут быть так же полезны. Зарегистрируйтесь в самых качественных из них.

39. Используйте PR сайты для публикации ваших пресс релизов. И не забывайте в них добавить ссылки на ваш сайт.

40. У вашего сайта качественный дизайн? Покажите его во всех CSS каталогах — это тоже вызовет интерес к вашему сайту.

41. Твиттер. Как только вы опубликовали статью на своем сайте, [сразу же анонсируйте ее в Твиттере](#). Статья может оказаться полезной и на вас оставят ссылку.

12 способов заставить людей писать о вас

42. Отправьте рождественские подарки или подарки на день рождения блоггерам или вебмастерам, которых вы знаете.

43. Предложите услугу или продукт за обзор сайта. Но не просите о том, чтобы на вас сослались, в большинстве случаев они сделают это сами.
44. Создайте что-то уникальное. Обзор ТОП ..., опросы, конкурсы, награды и т. д. Создайте [уникальный контент](#) и он сам привлечет бэклинки. Возможности безграничны.
45. Начните рекламу, используйте новые слова и т. д. Делайте то, в чем вы лучший, в чем вы действительно разбираетесь.
46. Ссылайтесь на других. Люди — особенно [блоггеры](#) очень быстро заметят это. Если вы сделаете это несколько раз и предложите релевантный контент на вас тоже сошлутся.
47. Если у вас есть шокирующие новости — предложите их публикацию на тематических блогах с бэклинком на ваш сайт.
48. Напишите о чем-нибудь шокирующем, тупом, странном и т. д. Люди несомненно оставят ссылку на инакомыслящего человека.
49. Создайте что-нибудь с потрясающим дизайном. Это не обязательно должен быть ваш сайт. Допустим дизайн визитки и т.д.
50. Начните оффлайн кампанию. Люди обязательно начнут говорить о вас в онлайн, а это обратные ссылки. Вы даже сможете получить ссылки типа: "вот как нужно вести онлайн и оффлайн кампании".
51. Заведите спор между участниками и раскройте карты перед победителями. Это конечно не лучший путь привлечения внимания, но он работает.
52. Создайте [бесплатные плагины или инструменты](#), которые могут быть полезны.
53. Участвуйте в [конференциях](#), где вы встретите много интересных людей и возможно о вас напишут отзывы.

12 простых бизнес тактик

54. Добавьте ссылку в ваш профиль торговой палаты.
55. ВВВ (Бюро по совершенствованию бизнеса) и любая другая ассоциация вашей сферы всегда заинтересованы в таргетинге ссылок.
56. Свяжитесь с вашими поставщиками, производителями и другими партнерами. Если у них есть страница партнеров, то они всегда разместят информацию о вас.
57. Предложите написать отзыв в случае, когда один из партнеров не хочет размещать вашу информацию.
58. Попросите ваших клиентов написать отзыв о ваших продуктах и услугах и разместить его на своих сайтах, взамен на скидку, очень быструю доставку или еще что-нибудь.
59. Наймите публициста, этот человек всегда сможет в нужное время и в нужном месте опубликовать ваш пресс релиз с максимальной выгодой и пользой.
60. Присоединяйтесь к тематическим форумам. В своем профиле, подписи или в постах вы можете указать ссылку на ваш сайт. Вы спросите почему этот пункт находится в бизнес тактиках? Потому, что форумы — это место для обсуждения, а не ссылочного спама.

61. Станьте спонсором. Тут очень много возможностей: стать спонсором конференции, спортивного клуба, форума, какого-либо события.
62. Наймите стажера. Вы можете предоставить ему работу в поиске мест для размещения ссылок. Не забывайте про сайт университета, где вы взяли этого стажера.
63. Создайте какой-нибудь супер качественный [продукт или сервис](#). Люди любят говорить о качественных вещах, которые они недавно приобрели. Им нравятся беседы о действительно хороших компаниях. Конечно вы должны соответствовать этим критериям, иначе вы получите соответственные ссылки.
64. Найдите компании, которые вышли из бизнеса. Вы можете купить их сайт или выйти на те сайты, где были расположены их ссылки и попросить о замене.
65. Вовлеките ваших коллег. У каждого из них своя специальность и группа контактов. Они так же смогут поспособствовать развитию.

4 важных соображения

66. Наймите человека, который будет строить базу бэклинков. Вы можете доверить ему вести часть своей кампании. Особенно актуально, когда вы наращивали ссылочную массу вашего сайта на протяжении нескольких лет, свежие взгляды вам не помешают.
67. Тут нужно упорство! Наращивание ссылочной массы это не потраченные несколько часов и даже не неделя раз в году. Это все не делается за один день. Это очень длительный процесс, который отнимает много времени и сил!
68. Следите за новостями. Посещайте интересные новостные блоги, чтобы всегда быть в курсе всех последних тенденций. Я не говорю только о SEO блогах — посещайте маркетинговые блоги, креативные и т.д.
69. Если вы спросите себя: "А должен ли я это все делать?", ответ возможно будет нет. Не делайте тех вещей, за которые вам попадет от мамы, стараясь объяснить. Другими словами: не делай того, к чему не лежит сердце.

0 продвинутых методов добычи бэклинков

Не существует такого понятия как продвинутые методы получения ссылок. Этот список заполнен различными методами получения ссылок и я уверен, что у вас найдется десяток своих, которые прекрасно подходят для вашего сайта.

Эрик Уорд однажды сказал, что построение ссылочной массы это — одна часть маркетинга, две части ПР и три части здравого смысла.

На мой взгляд — **10% базовых SEO знаний, 20% бизнес мышления, 30% креативности и 40% упорства.** И ничего более продвинутого и сверхъестественного!

Источник: [Link Building Strategies: 69 Solid Tactics For 2009](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть II/23. 100 новых способов получения внешних ссылок

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Оригинал: [100+ Untapped Link Building Strategies](#) Перевод: [Глобатор](#)



Примечание: все ссылки ведут на англоязычные сайты. Перевести материалы можно с помощью [переводчика Google](#).

Для бесплатного получения качественных ссылок на сайт есть множество способов. Вы, конечно же, читали про такие способы, как социальные закладки, линкбайтинг, гостевые посты, регистрацию в каталогах, пресс-релизы и т.д.

Сегодня речь пойдет не о них. Традиционные способы всем известны. Я составил более 100 малоизвестных способов продвижения сайтов, которые позволяют эффективно улучшать позиции в поисковиках и увеличивать посещаемость.

Эта статья содержит все мои секреты по получению внешних ссылок на сайт. Я рекомендую вам выделить время для того, чтобы переварить эту информацию. Заварите себе любимый чай или возьмите RedBull (смотря что предпочитаете), а также не забудьте добавить эту статью в закладки.

Первый эффективный способ получения жирных беков на ваш сайт – завести себе блог на сервисе Ebay. Можно ли получить прямые ссылки с Ebay? Конечно! Знаменитый сервис интернет-ауционов Ebay предоставляет своим посетителям возможность вести свои персональные блоги. Взгляните на блог SEO гуру [Джима Бойкина](#). Обратите внимание, как Джим грамотно ставит ссылки в постах с нужными ему анкерами. Если вы посмотрите на html код страниц, то увидите, что это прямые ссылки без nofollow. Вы также можете завести себе [персональный блог на Ebay](#) и начать публиковать посты с прямыми ссылками на свой сайт с этого уважаемого поисковыми сервисами.

Вы можете получить множество ссылок на свой блог с помощью конкурса. Проведение конкурса – прекрасный способ увеличить аудиторию вашего блога, получить хорошие беки и улучшить позиции в поисковых системах. Известные блоггеры [Джон Чау](#) and [Джон Кау](#) активно используют конкурсы для продвижения своих блогов.

Есть сервисы, с помощью которых вы можете добавить информацию о конкурсе на своем блоге:

[Contest Blogger](#)
[ThePrizeBlog](#)
[ContestHound](#)
[DisregardMe](#)
[ReviewWow](#)
[MyBlogContest](#)
[TheLinkBait](#)
[ContestBeat](#)
[Blog-Contests](#)
[TheContestWinner](#)
[MyBlogContests](#)
[AboutBlogContest](#)
[ContestBlogcat](#)
[Contester](#)
[SubmitYourContest](#)

Еще одно преимущество конкурсов – они помогают увеличить число RSS подписчиков вашего блога. Бен Кук написал полезную статью [о том, как правильно организовать конкурс на блоге](#).

Галереи CSS дизайнов являются отличным способом получения трафика и ссылок. Например, сайт [FreelanceSwitch.com](#) [получил более 25,000 целевых посетителей с CSS галерей](#). Если вы создаете красивые CSS шаблоны для сайтов, обязательно добавьте их в CSS галереи:

[CSSMania](#)
[CSSRemix](#)
[BestWebGallery](#)
[WebCreme](#)
[CSSElite](#)
[CSSDrive](#)
[CSSHeaven](#)
[CSSTux](#)
[CSSGlobe](#)
[CoolHomePages](#)

Каждый из этих сайтов может дать вам целевых посетителей на блог.

Еще один хороший источник трафика - [KillerStartups](#). Они делают обзор более 30 интернет стартапов каждый день. Показатель [Alexa ranking](#) этого сайта равен 5,255 на момент написания этой статьи. Добавить свой сайт вы можете на этой странице: <http://www.killerstartups.com/submitted/>.

Посты в виде списков являются еще одним проверенным способом получения качественных внешних ссылок на сайт. Я сейчас не говорю о создании [спусков](#) для социальных медиа вроде Digg and del.icio.us. Я имею ввиду получение внешних ссылок с помощью сервисов наподобие [Listible.com](#).

Listible – это сайт в лучших традициях web 2.0, который позволяет вам создавать свои списки интересных сайтов. Вы можете не только создавать свои списки сайтов, но и добавлять свои сайты в уже существующие списки. Конечно, это не означает, что можно спамить свои ссылки по всем спискам. В первую очередь старайтесь принести пользу таким ресурсам.

Вы также можете использовать этот способ получения внешних ссылок на свой блог на следующих ресурсах:

[Listverse](#)
[ListafterList](#)
[Listphile](#)

[OnmyList](#)
[Whatali.st](#)

Следующий способ я не хотел публиковать, но я надеюсь, что мои читатели не будут злоупотреблять им.

Во время одного из своих экспериментов я открыл новый способ получения беков с сервиса [Flickr](#). Я открыл этот способ, когда изучал обратные ссылки на сайт Glitter-Graphics.com. Если вы посмотрите беки этого сайта в [Yahoo Site Explorer](#), вы обнаружите, что многие из них идут с [Flickr](#).

Приведу пример. Эта страница с Flickr, которая содержит ссылку на указанный сайт:

<http://www.flickr.com/photos/95572727@N00/211239773>

Где же именно находится ссылка? Если вы промотаете страницу чуть ниже, вы увидите изображение бабочки. Это и есть ссылка на <http://www.glitter-graphics.com>.



Как видите, они даже добавили ключевые слова в атрибут alt.

На этом я останавлиюсь, и дальше ваша фантазия подскажет вам, как получить такую ссылку.

Публикация интересных способов для чего-либо является еще одним эффективным способом получения ссылок. Я нашел классный сайт [Cool Site of the Day](#). На нем публикуются интересные сайты со всего Интернета. Самое интересное, что вы можете бесплатно добавить туда свой сайт или блог, если считаете, что он достаточно интересен. Этот сайт может служить не только источником обратных ссылок, но и давать [тысячи посетителей](#), если сайт попадет на главную страницу.

Если ваш сайт будет выбран сайтом дня, то он окажется на главной странице и будет анонсирован в e-mail рассылке этого сервиса, которая насчитывает более 150,000 подписчиков.

Как и Digg, [Cool Site of the Day](#) дает [дополнительный эффект](#). На сайты дня часто обращают внимание журналисты с разных концов мира. Некоторые сайты даже упоминаются на сайтах BBC News, USA Today и множестве других популярных ресурсах.

Далее привожу список сайтов, подобных Cool Site of the Day, в которые вы можете добавить свой сайт или блог.

[CoolPick](#)
[AskMen](#)
[CSOTD](#)
[TopsiteoftheDay](#)
[Yahoo Picks](#)
[Blackstump](#)
[Family First](#)

Если у вас сайт развлекательной тематики, то добавьте его на следующие ресурсы:

[Leenks](#)
[I-am-Bored.com](#)
[Bored](#)
[BoredatWork](#)
[Ubersite](#)
[College Humor](#)

[Stimes](#)
[Ebaumsworld](#)

Хотите превратить посты на своем блоге в подкасты без лишних усилий? Я не вижу в этом ничего сложного. Подкасты предоставляют читателям альтернативный и интересный способ изучать ваши материалы, а также получать внешние ссылки.

Один из моих любимых сервисов, [Odiogo.com](#), позволит легко превратить вашу RSS ленту и посты на блоге в аудио файлы, готовые для прослушивания, например, на iPod. После установки их бесплатного софта вы можете [добавлять ваш новый подкаст во все директории подкастов](#), генерируя массу внешних ссылок на свой блог. Если вы создаете свой софт, вы можете получить тысячи ссылок на ваш сайт путем добавления демо версии своей программы в специальные директории. Все, что вам нужно сделать, это конвертировать демо вашей программы в так называемый [PAD file](#). Для создания PAD файла используйте бесплатный PAD генератор [PADGen](#).

Вы можете добавить свой PAD файл [в более чем 1,000 сайтов](#), где он будет доступен для скачивания тысячам желающих.

Если хотите автоматизировать этот процесс, можете воспользоваться сервисом [SubmitMySoft](#).

Использование этого метода принесет вам не только много пиаристых внешних ссылок, но и увеличит продажи вашего софта.

Кроме этого, для получения беков на свой сайт или блог вы можете добавлять и другие файлы в специальные директории, например скринсейверы, [виджеты](#), [тулбары Firefox](#), расширения Firefox, адд-оны для Internet Explorer и множество других. Будьте креативны в продвижении сайтов.

Вы можете продвигать свой сайт путем распространения электронных книг в формате pdf, видео и аудио записей (на торрент сайты).

[Добавить свои файлы на 35 самых популярных torrent сайтов.](#)

[Мишель МакФерсон опубликовала пошаговое руководство](#) по получению трафика с помощью торрент сайтов. Я рекомендую вам изучить этот способ и начать получать посетителей и беки.

Кроме этого, добавление своего контента на торрент сайты является хорошим методом для начала кампании по вирусному маркетингу.

Вы можете сделать свою электронную книгу (e-book) и добавить ее на популярные директории электронных книг:

[MindlikeWater](#)
[ebook2u](#)
[Jogena](#)
[WisdomEbooks](#)
[GetFreeEbooks](#)
[EbookPalace](#)
[EbookMall](#)
[Scribd](#)
[Published.com](#)
[Ebook88](#)
[Virtual-Ebooks](#)
[EbooksTemplateSource](#)
[Ebook Tags](#)

[Ideamarketers](#)
[EbookJungle](#)

[Продвижение сайта электронными книгами](#) – это эффективный способ получать ссылки и целевых посетителей.

Если вы создали веб-приложение, то добавьте его на следующие сайты:

[SimpleSpark](#)
[Web2List](#)
[Go2Web20](#)
[FeedmyApp](#)
[Makeuseof](#)
[Emily Chang](#)
[Find Apps](#)
[Listio](#)
[AllthingsWeb2](#)
[Search Free Apps](#)
[2.0 Websites](#)
[BuzzShout](#)
[Web2.0Searchr](#)
[NeoBinaries](#)
[Reflexz](#)

[Социальные медиа](#) являются одним из самых эффективных способов получения внешних ссылок на сайт. К сожалению, большинство интернет-маркетологов не осознают всех преимуществ социальных медиа. По оценкам специалистов, в будущем вирусный маркетинг будет одним из самых перспективных способов продвижения сайтов.

Социальные сети могут давать очень большой приток целевых посетителей на ваш блог. Вот лишь некоторые из них: [Digg](#), [Del.icio.us](#), [StumbleUpon](#), [Reddit](#), и [Propeller](#). Кроме этого, существует множество тематических социальных сетей, например, [Mixx.com](#).

Энди Хэган составил [Топ 29 Нишевых Сайтов по Социальным Медиа](#), которые дают тематических посетителей на его блог.

Вы можете использовать эти меньшие по размеру социальные сайты для попадания в топ таких крупных сайтов, как Digg и Del.icio.us. Кстати, на сайте [vandelaydesign.com опубликовано подробное руководство](#) о том, как это лучше сделать.

Довольно большой список сервисов социальных закладок вы можете обнаружить [здесь](#). Вы, скорее всего, слышали о получении ссылок с видеосервиса [Youtube](#)? Тем не менее, советую почитать [уникальный способ получения ссылок от Нейла Пателя](#).

Например, если вы разместите у себя видеоролик с Youtube, то вы можете получить обратную ссылку с этого сервиса в том случае, если ваш сайт будет в топ 5 сайтах, с которых этот ролик получает посетителей. Ссылка с этого сервиса всегда полезна, независимо от того, закрыта ли она от Google с помощью nofollow или нет. Вообще, я не придаю этому атрибуту слишком большого значения. Ключ к успеху – получать обратные тематические ссылки отовсюду, откуда возможно.

Обзоры сайтов являются еще одним способом получения внешних ссылок и объективной оценки вашего сайта.

Существует много сайтов, которые готовы бесплатно сделать обзор вашего сайта. При этом важно принять участие в жизни такого сайта до того, как вы попросите об обзоре. Прилагаю список лучших форумов, на которых можно получить обзор вашего сайта или блога:

[UK Webmaster World Forums](#)

[Anizone](#)

[DigitalPoint](#)

[NamePros](#)

[GameMakerGames](#)

[Webmaster-Talk](#)

[Webmaster-Forums](#)

[Webdev Forums](#)

[Webdesign Forum](#)

[Web designer Forum](#)

[Ozzu](#)

[Critics-Corner](#)

[Site Owners Forums](#)

[Sitepoint Forums](#)

[Warrior Forum](#)

[V7n](#)

[SeoChat Forums](#)

[Search Engine Watch Forums](#)

[DnForum](#)

[DevShed Forums](#)

[aBestWeb](#)

[KillerSites](#)

[Successful Blog](#)

[CreamAid](#)

[Site Critic](#)

[Hallway Testing](#)

Хотите обменяться обзором с другими блогами? Пожалуйста!

Для этого есть ... [ReviewBack](#). Этот сайт позволяет обменяться ревью с другими блогами. Этот сервис – альтернатива для тех, кто не хочет тратить деньги на обзор своего блога на сервисе ReviewMe.com.

Есть даже биржи обзоров блогов. Их вы найдете в этом [списке](#) от Кортни Татл.

[Комментируете ли вы на других блогах?](#) Если да, то уделите внимание тому, чтобы стать топ комментатором. На многих блогах в сайдбаре есть блок “Топ комментаторов”. Пример такого блока вы можете найти на блоге [блогге Джона Чау](#).

[Полезный список пиаристых блогов, на которых стоит плагин Топ комментаторов.](#)

Если вы пишете уроки по веб-дизайну, графике или программированию, то существуют сотни сайтов, которые с радостью разместят ваш урок со ссылкой на ваш сайт или блог:

[Good-Tutorials](#)

[Tutorialized](#)

[Pixel2Life](#)

[Photoshop Roadmap](#)

[Flash Perfection](#)

[Dzone](#)

[Rnel](#)

[Design Float](#)

[CG Tutorials](#)

[Pslover](#)

[Tweako](#)

[Tips Clique](#)

[Fstutorials](#)

[Graphics World](#)

[Tutorials Garden](#)

[Photoshop Pack](#)

[Tutorial Kit](#)

[Kaos-Tutorials](#)

[Total Tutorials](#)

Эти сайты не копируют ваш урок, а лишь анонсируют его со ссылкой на ваш ресурс. Такие сайты могут давать вам сотни и тысячи целевых посетителей.

(Подсказка: сайт Tutorialized.com имеет раздел для уроков и статей по SEO и маркетингу.)

Вы можете посмотреть на [статистику посещений с таких сайтов](#).

Поговорим о веб-дизайне. Если вы имеете опыт создания шаблонов для блогов на Wordpress, то вы можете получить [тысячи обратных ссылок на свой сайт путем создания своей темы Wordpress](#). Это лишь один из способов, которые использовал автор сайта [Carlocab.com](#) для выхода в топ поисковиков по очень конкурентному запросу “make money online”. [Wpdesigner.com](#) и [Performancing.com](#) также с успехом используют эту тактику.

Если вы можете создавать красивые темы Wordpress, то это может стать постоянным источником качественных беков на ваш сайт или блог. Даже если вы не умеете создавать свои темы, вы можете заказать их создание профессионалам.

Вы можете создать красивый дизайн для сайта в Photoshop, а затем с помощью сервиса [Wpcustomization.com](#) создать свою тему Wordpress, которая будет основана на вашем дизайне.

После того, как вы создадите свою тему для Wordpress, можете приступать к ее [пуару](#).

В этом списке вы найдете сайты, на которые вы можете добавить свою тему Wordpress:

[Wpdesigner](#)

[Wordpress Theme Viewer](#)

[Weblogs Tools Collection](#)

[Wordpress Theme Codex](#)

[JohnTp Wordpress Blog](#)

[Blogflux](#)

[ThemesBase](#)

[BloggingThemes](#)

[Wpskins](#)

[Wordpress Theme Forum](#)

[Fresheezy](#)

[EmilyRobbins Blog](#)

[WpSnap](#)

[WpThemesFree](#)

[Blogging Themes](#)

[Wordpress Wow](#)

[Wordpress Theme Base](#)

[Free Wordpress Themes](#)

[iThemes](#)

[Rock-Kitty Themes](#)
[Web2Feel](#)
[Themes-wp](#)

Вы также можете добавить свою Wordpress тему на следующие популярные форумы:

[DigitalPoint Forums](#)
[Theme Vibes](#)
[Graphic Design Forum](#)
[Easy Wordpress Forum](#)
[Bloggeries](#)
[Webmaster Talk](#)

Каждый из этих сайтов поможет распространить вашу тему Wordpress с максимальным эффектом. Приятно видеть свою тему на другом блоге.

[Mup Web 2.0](#) постепенно вытесняет статейный маркетинг. Но статейный маркетинг не умирает, он лишь меняется.

Фактически, один сайт даже превратил статейный маркетинг в социальную сеть. Этот сайт называется [Gather.com](#). Изучите его и добавьте свои статьи.

Вы также можете конвертировать свои статьи в формат PDF и добавлять их на сервисы [Scribd](#) и [FreeIQ](#).

Еще один сайт, на который я люблю добавлять свои статьи - [Work.com](#). Ссылки с него особенно хороши, если ваш сайт посвящен бизнесу или маркетингу.

[Search Engine Journal](#) опубликовал статью о том, как использовать Work.com для получения качественных ссылок.

Один из лучших способов получения ссылок – это использование [внутренней перелинковки](#) собственного сайта.

Я рекомендую прочитать [Быстрый SEO Гид от Дэна Тайса](#), чтобы узнать о том, как правильно сделать внутреннюю перелинковку на вашем сайте.

Даже путем [оптимизации структуры внутренних ссылок](#) вы можете улучшить позиции своего сайта в поисковиках.

У вас есть коммерческий сайт? Тогда вы воспользуетесь этим [списком](#) сайтов, которые вы можете использовать для продвижения своей продукции.

Википедии – это прекрасный способ для получения качественных внешних ссылок на сайт. Ключ к успеху на этих сервисах – приносить пользу сообществу до того, как будете публиковать свои ссылки.

Предлагаю вам [список Википедий](#).

Другой способ получения внешних ссылок на сайт – интервью. Возьмите интервью у других блоггеров, и взамен вы получите целевой трафик и ссылки. [Лео, автор сайта ZenHabits.com](#), с успехом использует этот способ для развития своего сайта. [Нэйл Патель дает несколько советов](#) по эффективному использованию интервью.

Не стесняйтесь просить об интервью. Большинство блоггеров не кусаются. 🙏

Крепче держитесь в кресле, потому что сейчас я расскажу об одном из самых эффективных способов получения ссылок. Я оставил его напоследок.

Этот способ известен как виджет маркетинг. Виджеты – это мини веб-приложения, которые предлагаются сторонними сервисами. Виджеты легко интегрируются на страницы сайтов, профили на социальных сетях (например, Facebook), персональные страницы iGoogle и т.д.

Благодаря легкой интеграции виджет может распространить вашу ссылку на тысячи сайтов.

Интернет стремительно наполняется виджетами. Например, Amazon.com предлагает свой виджет, чтобы покупатели могли демонстрировать свои любимые товары с этого сервиса на своем сайте. USA Today предлагает виджет, с помощью которого блоггеры показывают последние новости на своих блогах.

Почему бы вам не завести свой виджет? Если вы не умеете программировать, ничего страшного. Вы легко можете создать свой виджет на сервисе WidgetBox.com.

[Blue Hat SEO опубликовал полезную статью](#) о том, как с помощью виджета получить сотни внешних ссылок и целевой трафик.

Вы можете добавить свои виджеты на следующие сайты:

[Widgepedia](#)

[Google Widget Directory](#)

[Yahoo Widgets](#)

[WidgetBox](#)

[SpringWidgets](#)

[Widget Gallery](#)

[Snipperoo Widget Directory](#)

[RateitAll Widgets](#)

[Friendster Widget Directory](#)

[Netvibes Widget Diretory](#)

[Xanga Widget Directory](#)

Вы также можете превратить свой виджет в приложение для сервиса Facebook с помощью [App Accelerator](#). Популярные приложения Facebook могут давать тысячи целевых посетителей на ваш блог ежедневно. Только из-за одного вам стоит заняться виджетами.

Начните использовать эти способы, и вы сможете увидеть увеличение посещаемости и повышение позиций вашего сайта в поисковиках. Даже если вы будете использовать один способ каждый день, то заметите положительные изменения.

Часть II/24. 101 совет по покупке текстовых ссылок

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Вы нуждаетесь в эффективной покупке ссылок, но есть гораздо больше правил делать это, чем просто избегать бирж покупки и продажи ссылок. Собран 101 совет о том, как снизить риски покупки ссылок и увеличить их эффективность в следующий раз, когда вы подумываете об их приобретении.

Несколько быстрых ремарок, перед тем, как мы начнем:

- Некоторые из этих ссылок - "проплаченные ссылки", которые появляются с приобретением чего-то еще. Я их так же включил в инструкцию по покупке ссылок.
- Сайты, упомянутые здесь — случайные примеры; Я не говорю, что каждый из них покупает ссылки. Они взяты как наглядное пособие.
- Некоторые из методов — особенно №5 — возможно не совсем законны, поэтому, перед тем, как использовать одну из методик, вам лучше проконсультироваться с юристом и выяснить не идет ли она вразрез с законом. Здесь они упомянуты для привлечения внимания и для того, чтобы помочь вам мыслить разносторонне.
- Да, статья **написана для буржунета**, но безусловно многое актуально и для рунета, думайте, **прокладывайте параллели**. Часть материала, конечно, будет не всегда понятна, ибо мы не погружены в буржунет настолько, сколько читатели этой статьи в оригинале.

101 метод покупки ссылок

1. Покупайте ссылки с блогов (без [nofollow](#)), которые имеют твиттер и анонсируют там посты.
2. Платите за размещение ссылки в профилях веб разработчиков и дизайнеров (или профессионалов в нужной теме).
3. Платите за размещение ссылок на часть вашего контента — это гораздо эффективнее, чем просто ссылка на страницу "сделать заказ" или "купить".
4. Платите за размещение ссылок на раскрученных Твитах или StumbleUpon так, чтобы это выглядело как можно натуральнее.
5. Маскируйте вашу ссылку под [AdSense](#). AdSense вездесущ, поэтому еще один блок с рекламой будет выглядеть как и все.
6. Маскируйте ссылку под рекламу сети СРМ, тут необходим редирект. Обычный — 302, а тут нужно [использовать 301](#).
7. Можете нанять кого-нибудь для написания бесплатного шаблона для Вордпресс и поставить там свою авторскую ссылку. Не путайте с ссылкой в футере "designed by..." (разработано...).
8. Покупайте ссылки в сетях сайтов: не важно список ли это сайтов, блоггеров, постов в блогах и т. д. Здесь существует огромное количество вариантов.
9. Покупайте ссылки на популярных постах блогов, которые популярны среди вебмастеров.
10. Платите за добавление ссылки в виджет "Recent Blog Posts" (последние записи).
11. Участие в медиа сетях.
12. Купите членство в торгово-промышленной ассоциации. К примеру в "торговой палате" или в "СЕМРО" (организация фирм SEO индустрии).

13. Заплатите за упоминание о вас в новой новостной статье. Поступите как опытный специалист, связавшись с журналистом... в отличие от вашего скупого конкурента (который рано или поздно сделает это тоже).
14. Создавайте покупную ссылочную массу с помощью "[meme](#)".
15. Если вы ведете комьюнити или агрегатор (сайт, который собирает информацию о сайтах), вы можете подумать о ссылках в категориях блогов или тэгах постов. Подумайте о Technorati.com
16. Покупайте текстовые ссылки в рекламных объявлениях, где это позволено.
17. Занимайтесь [благотворительностью](#) (желательно не ради ссылок 😊).
18. Выкупайте уже [индексированный контент](#) на сайтах и ставьте редирект.
19. Сделайте [кому-нибудь подарок](#).
20. Купите ссылку [в подписях на форуме](#). А лучше 100, т. к. они все-равно продаются пачками 😊.
21. Купите ссылку в категориях сайта друга (если конечно все ваши друзья не работают в одной нише).
22. Купите спонсорскую ссылку в верхней части какого-либо журнала.
23. Заплатите блогерам, которые работают у вас, за размещение баннера или тизера с ссылкой на ваш сайт.
24. На все праздники посылайте вебмастерам поздравления. Один паркинг, с которым я работал делал это, чем постоянно напоминал о себе. Небольшие действия будут работать на вас долго.
25. Платите за интервью: один на один с блоггером, как пример.
26. Заплатите вашим блогерам за проведение и публикацию интервью взятых у других вебмастеров, которые потом в свою очередь сошлются на это интервью со словами "Эй! [Смотрите!](#) Мое [интервью тут](#)".
27. Разошлите предложения о размещении бэклинк вашим поставщикам (партнерам по бизнесу).
28. Предложите скидку вашим клиентам, если те разместят ссылку на их сайте.
29. Покупайте ссылки, ведущие на ваши бесплатные документы, например договоров и т. д.
30. Покупайте ссылки со страниц "Partners" (Наши партнеры) - речь идет не о линкопомойках, а о [нормальных страницах](#).
31. Покупайте партнерские ссылки.
32. Покупайте поддельные партнерские ссылки, которые на самом деле только название с 301 редиректом. Или те, которые изменяются плагином Вордпресс...
33. Вы можете скомбинировать 31 и 32 методы для покупки набора ссылок с каждого блога. 7000 блогов используют плагин "[Internal Link Building](#)", в большинстве случаев он автоматически перелинковывает продукты, описанные на блоге. Всякое упоминание о продукте на блоге превращается в ссылку. Заставьте поставить ссылку на вас в этот плагин.
34. Чтобы все выглядело более правдоподобно можно сделать редирект через [реально существующую директорию](#) на ваш сайт.
35. Платите людям за установку вашего виджета. Как насчет того, что будет написано: "Лучший в мире SEOшник выпил с нами на [SEO конференции](#), что подняло наш рейтинг". Кроме этого, у них вырастет конверсия трафика.
36. Купите рекламный трюк. К примеру, реплика [Криса Шермана](#) о макаронах и сыре в вашу пользу.
37. Покупайте ссылки в тех разделах из 1999-х годов типа "Мои любимые ссылки" или "Друзья сайта" и т.д. Это что-то похожее на список сайтов на блоге, но тут вы добавлены на очень интересную страницу, это будет выглядеть гораздо лучше размещения на новой странице.
38. Покупайте ссылки взаимного обмена.
39. Платите людям, чтобы те использовали ваши качественные рисунки, с ссылкой на ваш сайт. Для этого вам нужно будет создать несколько качественных картинок.
40. Прикупите несколько уникальных фотографий для их дальнейшего распространения с ссылкой на ваш сайт.
41. Повторение тактик 39 и 40 при помощи видео, аудио, слайд шоу, web-вещание или флэш вставки.
42. Покупайте что-нибудь для людей, которые в знак благодарности могут разместить ссылку.
43. Приберите к рукам плагины Вордпресс не имеющие или заброшенные своими авторами для дальнейшего обновления.
44. Спонсируйте web-трансляции или другие обучающие курсы онлайн.
45. Создайте что-нибудь необычное, а затем наймите постеров по форумам этой ниши, чтобы те привлекали к вам внимание следующими опросами: "А вы видели что-нибудь подобное?" и т. д.

Чем больше последует комментариев — тем лучше. Вы конечно можете это делать сами, регистрацией нескольких аккаунтов, но тут вас уличат в спаме.

46. На сайтах типа [вопрос-ответ](#), авторитетные пользователи могут узнать мнение у аудитории о вашем сайте. Платите таким пользователям за ответы с использованием ссылок на внутренние страницы сайта. Смешивая вашу ссылку с ссылками на другие рассматриваемые сайты, выглядит более естественно и вас не уличат в спаме в пользу какого-то сайта. Это позволяет ссылкам долго держаться в таких постах. Бонус от этого — такие страницы быстро индексируются.
47. Покупные ссылки могут быть хорошим дополнением к уже существующим ссылкам, что снизит риски. Допустим, вы получите естественный бэклинк с сайта. А почему бы вам не нанять членов этого сайта для внутреннего продвижения этой страницы, на которой есть естественный бэклинк на ваш сайт?
48. Покупайте трафик, ссылки на ваше видео в Youtube. Google никак не зафильтрует Youtube. А в поисковой выдаче от Youtube появляется от двух до четырех видео страниц.
49. Покупайте ссылки с Google Places, Knol или профильных страниц.
50. Сделайте пожертвование в \$1 миллион долларов в пользу [McGill's Law Faculty](#). Расслабьтесь, я шучу. Чек уйдет вебмастеру сайта McGill Law.
51. Сделайте вложение в местное событие, праздник и т.д. (работает и для рунета, получаются естественные ссылки с сайтов гос органов 😊 и различных региональных СМИ).
52. Купите интерактивную рекламу с заключенными ссылками (пусть даже если никак не влияют на SEO).
53. Купите ссылки для ваших конкурентов там, где вы их покупаете для себя. Но ссылку укажите на не существующий объект или страницу без редиректа этого сайта. Изначально, это будет выглядеть как обычная ссылка на один из сайтов ниши. Позднее, ссылку возможно удалят, т. к. она не рабочая. Идея заключается в том, чтобы сделать ошибку в написании фирмы и не существующая ссылка испортит репутацию.
54. Покупайте ссылки в плагине "related posts" (похожие записи).
55. Попросите блоггеров у которых вы покупаете ссылки в плагине "related posts", чтобы они там разместили ссылки на не конкурентные блоги. т. к. если ваша ссылка в плагине одна — можно быть уличенным в покупке ссылок. Это как листва, которая скрывает землю...
56. Разместите ссылку на одном из тех второстепенных сайтов из выкупленного вами места в плагине "related posts", чтобы ваши конкуренты не смогли обвинить вас в покупке ссылок.
57. Покупайте такие текстовые ссылки, которые помогут сделать ваш брэнд известным в своей нише. Если ваш брэнд станет известным до того, как попадет в бан, считайте, что вы счастливчик.
58. Покупайте рекламу, так чтобы это было в виде освещения новостей, последних событий и т. д.
59. Купите место на показе, популярном твите, просто каком-нибудь собрании.
60. Воспользуйтесь социальными сетями (например [Tsummer](#)) для поиска площадок для размещения ссылок.
61. Покупайте ссылки на ваши твитт записи. Тут нет риска чрезмерной покупки ссылок, т. к. пост на Твиттере, где расположен текст с вашего сайта с ссылкой на него, хорошо ранжируется в Google.
62. Покупайте [негативные обзоры](#) или жалобы на ваш сайт с ссылкой на него. Это лучше делать на малоизвестных блогах для разбавления общей ссылочной массы.
63. Создайте комьюнити и покупайте ссылки в профилях. (А если вы ведете комьюнити вы можете пересмотреть всех пользователей с именами такого плана как "Купить Виагру"...).
64. Для продвижения комьюнити покупайте голоса. Это хороший способ засветить ваш логотип.
65. В гипер-конкурентных нишах с запросами как "блог" + ваше ключевое слово может наткнуться на конкурентов. Если вы работаете на SEO сайт, посмотрите на статистику. Это поможет вам найти оригинальный текст, не написанный под SEO.
66. Напишите статью и заплатите людям за ее обсуждение.
67. Купите ссылку в rss записях блога, который наполняется автоматически.
68. Возможен вариант покупки ссылок в топе комментаторов, но это будет очень дорого стоить.
69. Заплатите за то, чтобы ваша ссылка была поставлена в dofollow в модулируемых комментариях блогов.
70. Купите ссылки в приоритетных новостных релизах крупных организаций. Это основано на идее покупки ссылок в важных новостях.
71. Представьте "вкусные новости" и платите людям за их интенсивное обсуждение. Смотри №32.

72. Покупайте добавление в [CSS галереи](#). Такие галереи показывают интересные сайты с точки зрения оформления.
73. Подкупайте людей на различных конференциях (возможно подмазаться к человеку за обедом, купив что-нибудь вкусненькое).
74. Выявляйте риски продажи ссылок. При этом заплатите за риск и ваши ссылки не будут стоять в nofollow, для смягчения этого риска.
75. Продавайте вещи на eBay и предлагайте благотворительную помощь. Многие сошлутся как на eBay так и на вас с упоминанием о благотворительности.
76. Покупайте большинство ссылок [без оптимизированного текстового анкера](#), т. к. большинство естественных ссылок — это название вашего сайта без какой либо оптимизации. Если вы не хотите быть уличенным в покупке ссылок вам нужно делать тоже самое.
77. Обратите внимание на вашу нишу, покупайте ссылки на тех ресурсах, где есть ссылки ваших конкурентов. Если у вас есть сайт с софтом, создайте бесплатные версии и распространите по сайтам, распространяющим бесплатный софт. Это даст вам не плохой трафик.
78. Никогда не указывайте ваш сайт в email или сообщениях. Это все неоправданные риски. Это в некоторых случаях может быть наруку вашим конкурентам.
79. Покупайте ссылки — приманки. Это когда пост расхваливает других вебмастеров в надежде, что они оставят ссылку на вас. Самый простой пример — пост о топ 100 блоггерах... Можно писать комментарии с комплиментами и т. д. А так же купите ссылки с такими словами как "Джон прокомментировал этот топик тоже и предложил кучу идей по блогосфере". Этот комплимент будет служить приманкой.
80. Создавайте контент так, чтобы проплаченные ссылки, ведущие на него стоили того: уберите раздражающую рекламу, проверьте грамматику, используйте качественную графику...
81. Покупайте ссылки, нацеленные на определенную демографическую группу. Не секрет, что каждый сайт имеет свою аудиторию. Так почему бы не купить ссылки строго тематические?
82. Пользуйтесь традиционной контекстной рекламой. Это поможет вам выявить релевантные сайты и потом напрямую связаться с ними.
83. Платите редакторам [Википедии](#) за защиту ваших статей с ссылками в Википедии. Это работает как "богатый становится еще богаче".
84. Наймите публициста или журналиста. Грамотно составленный пресс релиз или интервью дают отличный результат и окупают вложенные средства.
85. Поощряйте сотрудников на привлечение семьи в распространении ссылок. Создайте контекст распространяемый в компании для отслеживания их работы. И вы увидите эффективно это работает или нет...
86. Покупайте ссылки на страницах работников других компаний: "Джоана делает исследования, опираясь на показания вашего сайта".
87. Создайте фиктивных, заслуживающих внимания пользователей блогов, форумов с ключевым словом в имени. Такие экзотические, возможно не обычные слова как "холодильник" и т. д.
88. Найдите сезонных партнеров, связанных с вашей нишей. Допустим в предновогодние месяцы популярны производители сладостей, костюмов и т. д., соответственно их сайты имеют не малую аудиторию.
89. Будьте профессионалом. Или по меньшей мере знайте [такого человека](#).
90. Купите ссылки на SEJ ([Search Engine Journal](#)) в посте о том, как покупать ссылки... Шучу, клянусь ;D
91. А где же еще 10 советов? - объединил в другие пункты, чтобы не размазывать 😊

Подводим итоги:

Этим постом я показал, как с помощью денег добиться получения "практически" естественных ссылок (или которые выглядят естественно).

Вы можете честно добиться бэклинков, купить их либо совместить и то и другое. Вы можете просто иметь отличные отношения с блоггерами, редакторами Википедии и т. д. Или вы можете заплатить им. Ведь результат один и тот же.

Если команда вебмастеров работает над получением [ссылочной массы](#) и делает это качественно, то невозможно отличить заплатили они или получили ссылку бесплатно. [Bing](#) и Yahoo очень чувствительны к качественным ссылкам и исключают старые, не нужные, либо которые выглядят как спам.

Гэбом Голденбергом (Gab Goldenberg) - я предлагаю использовать те методы покупки ссылок которые:

- имеют [минимальные риски](#)
- передают ссылкам вес
- стоят потраченных денег повышая ранжирование сайта, трафик и узнаваемость сайта.

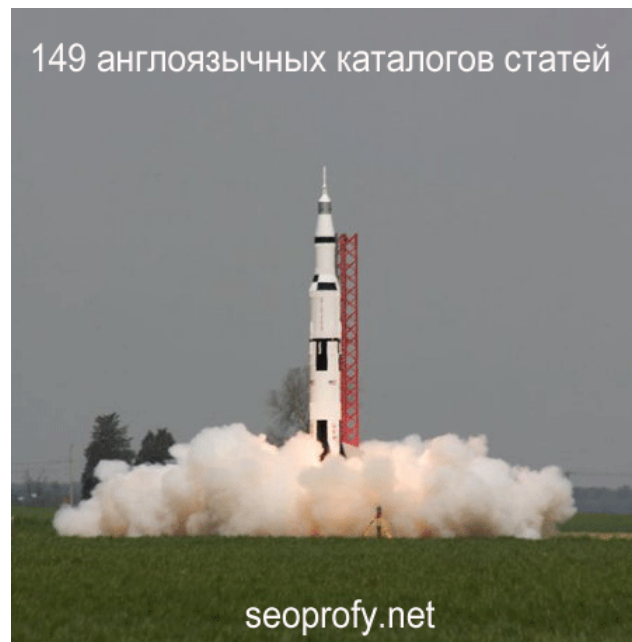
Источник: [101 Advanced Tips For The Next Time You Buy Text Link Ads](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть II/25. 149 англоязычных каталогов статей

[Автор: Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#)

Я уже раньше бросал список на [99 англоязычных каталогов статей](#), так вот этот пост продолжение, предлагаю к вашему вниманию 149 каталогов статей для продвижения сайта в англоязычном сегменте. Данный список является лишь 1/9 частью всех каталогов статей для сабмита что есть в базе. Урлы каталогов статей в алфавитном порядке, выборку по [Page Rank](#) и Alexa не делал, но почти все каталоги являются трастовыми и будут в любом случае полезны для сабмита.



Итак поехали:

1. articlesbase.com
2. articlecity.com
3. articlepool.com
4. articlealley.com
5. articlesnatch.com
6. articletrader.com
7. articletrader.com
8. deoracle.org
9. article99.com
10. articlesmagazine.com
11. biz-whiz.com
12. easyarticles.com
13. goarticles.com
14. httparticles.com
15. articlecompilation.com
16. carolinaarticles.com
17. tradelikethepros.com
18. oneunites.com
19. articles.atwshop.com
20. articles.nillus.com
21. adsflick.com
22. articlems.com
23. wikirole.com
24. piyy.com

25. 1888articles.com
26. acmearticles.com
27. amazines.com
28. articlebeach.com
29. articleblotter.com
30. articleco.com
31. articlefeeder.com
32. articleinfo.org
33. articlemanual.com
34. articlepros.com
35. articler.com
36. chinamaze.com
37. financemanual.com
38. theegarage.com
39. ideamarketers.com
40. marketingarticlelibrary.com
41. thecontentcorner.com
42. thehealthmanual.com
43. travelarticlelibrary.com
44. wellnessarticlelibrary.com
45. articlefair.com
46. bettergolfarticles.com
47. california-wine-articles.com
48. leadershiparticles.net
49. parentingarticlelibrary.com
50. retirementlivingarticledirectory.com
51. articleviral.com
52. articledestination.com
53. newagelivingarticles.com
54. hobbyarticledirectory.com
55. series-of-articles.com
56. articlesatoz.com
57. articlekingpro.com
58. articlear.com
59. h2ogoes.com
60. edarticle.com
61. marabe7.com
62. depositarticles.com
63. kawarthapublishing.com
64. newarticleseek.com
65. published-articles.com
66. internet-marketing-cafe.com
67. newezinearticles.com
68. realestateproarticles.com
69. uniquearticles.info
70. ebusiness-articles.com
71. accelant.com
72. cybershimla.com
73. artiklid.eu
74. aarrerunot.com
75. keywordarticles.org
76. articlelayout.com
77. infogalerija.com
78. suparticles.com
79. deazam.co.cc

80. articlemsskins.net
81. refer-me.com
82. play-it-forward.org
83. free-articles-directory-submission.co.cc/
84. www.saska-fitness.pl/
85. saska-fitness.pl/
86. owdir.com
87. articleside.com
88. 123articleonline.com
89. ad-matrix.net
90. article-mania.com
91. articlecell.com
92. articledepot.co.uk
93. articletrunk.com
94. articlesonlove.com
95. aword2thewise.com
96. ezine-articles.co.uk
97. freelance-articles.com
98. liberated-press-releases.com
99. neoarticle.com
100. articlenorth.com
101. articles.narrowisthepath.com
102. articles4reprint.com
103. notepad.in
104. recipes-indian.com
105. writerspenarticledirectory.com
106. articlefire.com
107. articles-galore.com
108. articlexplore.com
109. tss-articles.com
110. deeparticles.com
111. mommy-articles.com
112. articles4sites.com
113. articles2use.com
114. greeneartharticles.com
115. beautifulplussizes.info
116. articleknowledgebase.com
117. articlechair.com
118. stepsit.com
119. contentcaboodle.com
120. thinkgreenarticles.com
121. thearticlehub.com
122. askarticles.com
123. artikelpuljen.dk
124. postyourarticle.nztip.com
125. mzonearticles.com
126. smartfindsdirectory.com
127. urarticles.com
128. qualityfreearticles.com
129. ezinner.com
130. tihson.com
131. all-health-dir.com
132. articlesmart.org
133. zingarticles.com
134. itsoneworld.com

135. submittedarticle.com
136. electrictext.com
137. ezine-articles.co.uk
138. jalu-publishing.com
139. forexsubject.com
140. articlecatalog.info
141. articleseek.org
142. freebiztopics.com
143. article-hut.com
144. theonlinearticleplace.com
145. articleshut.com
146. article-trader.com
147. freearticledirectory.co.uk
148. auctionezone.com
149. articlelookup.com

Правила для сабмита в каталоги статей разные, нужно читать и не нарушать их что бы добавить статью. Если вы откроете первый в списке сайт articlesbase.com то сюда нужно попасть в первую очередь, так как его [PR](#) 6 и Alexa Rank 340 что есть ну очень круто.

Часть II/26. Как я увеличил посещаемость этого блога с 350 до 1000 человек

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Да, не думал я, что выход 4 части этой статьи будет через 4 месяца после достижения цели 😊 Вы можете прочитать [первую](#), [вторую](#) и [третью](#) части. Ну что же, приступим. Сейчас залезу на трибуну 😊



Мотивация - это сила. Это такая сила, которая дает невероятную работоспособность. Я бы сказал, что мотивация - это ракетное топливо для любого дела, в том числе блоггинга. Достижение любой цели идет более успешно, когда оно основывается на мотивации. Без мотивации все намного труднее дается.

Можно строить множество планов, придумывать идеи новых интернет проектов, представлять себя владельцем прибыльных сайтов в многотысячной посещаемостью, почивающим на лаврах... Но большинству планов не суждено сбыться по одной простой причине - отсутствие мотивации. Без должной мотивации через какое-то время человеку становится неинтересно начатое дело, и он начинает придумывать разные отговорки, лишь бы им не заниматься.

У каждого свои методы мотивации. Расскажу о своих способах мотивации применительно к продвижению сайтов. Сначала немного предыстории.

Одним мартовским утром мне в голову пришла идея о том, чтобы [до 1 июня достичь 1000 посетителей](#). Оставалось 10 недель, и в тот момент посещаемость на блоге была 350 человек в сутки. Поначалу я усомнился в реальности такой цели. Но потом в течение дня я все взвесил и пришел к выводу, что достижение этой цели вполне реально.

Положительными моментами был мой опыт увеличения посещаемости моего сайта по [Фотошопу](#), знание принципов работы поисковиков, наличие свободного времени (я мог посвящать сайту полностью все

выходные и по несколько часов каждый вечер после работы), опыт успешного использования зарубежных социальных сетей в плане посещаемости, а также социальных закладок.

Таке положительным моментом был сам сезон - конец марта - апрель - май, когда большинство интернет пользователей активно пользуется интернетом. Летом многие уезжают в отпуск, поэтому наблюдается естественное уменьшение трафика на большинстве сайтов.

Отрицательными моментами была сама величина - за короткий срок нужно было увеличить среднюю посещаемость на 650 человек в сутки (легальными способами и практически без денежных вложений, так как я не собирался вкладывать в продвижение больше сотни долларов. В итоге я потратил 60 долларов на [Блогуне](#), и это дало необходимый эффект).

К отрицательным моментам можно было отнести непредсказуемость поисковых систем (нет гарантии, что не будет введен новый алгоритм, и посещаемость с поисковиков упадет), а также трудность правильного выбора тем для постов - никогда не знаешь, какой именно пост вызовет настоящий интерес у посетителей. Времени писать неинтересные материалы у меня не было, нужно было получать максимум эффекта от каждого поста.

Для поддержания мотивации я использовал следующие методы.

Публичное заявление о своей цели

Это, пожалуй, самое эффективное средство, которое я использовал для поддержания мотивации. Когда я написал о своей цели на этом блоге, то в тот же день получил небывалое по тому времени количество комментариев от других блоггеров со словами поддержки. Это было здорово. Одновременно я понимал, что остается либо достичь цели, либо...

Впрочем, с этого момента второго пункта для меня не было. Появился, как я его называю, “глаз тигра”. Это такой уровень мотивации, причем постоянной, с которой можно достичь всего. Появилась такая трудоспособность, что я был готов работать над блогом круглыми сутками. Я был готов проснуться среди ночи и работать до утра. Как будто обычную батарейку заменили на мощный аккумулятор Energizer, который еще сам постоянно заряжается.

Публичное заявление о цели - классная вещь. Вы сжигаете все мосты, образно говоря. Остаются два варианта развития событий - либо вы достигаете цели, либо не достигаете. Появляется спортивный азарт. К тому же статистика моего блога открыта, и все желающие могли следить за ходом развития событий. Это служило дополнительной мотивацией.

Открытая статистика блога

Открытая статистика этого блога также подпитывала мою мотивацию. Когда знаешь, что посетители могут смотреть в деталях за каждым твоим шагом, успехом или неудачей в увеличении посещаемости, это здорово стимулирует. Они могут смотреть, по каким поисковым запросам приходят на мой блог, с каких поисковиков и сайтов приходят посетители, столько в среднем просматривают страниц, как меняется средняя посещаемость и многое другое.

Просмотр популярных сайтов для мотивации

Посещение интересных сайтов и блогов по интересам отлично повышают мотивацию. В плане увеличения посещаемости и качества контента для меня всегда был идеалом блог для вебмастеров [Smashingmagazine.com](#). Его авторы Виталий Фридман и Свен Леннартц создали блог поистине мирового уровня и задали новый стандарт качества материалов. Изучая объем и полноту изложения любого материала, понимаешь, сколько надо работать, чтобы полностью раскрыть тот или иной вопрос.

В плане трудолюбия ориентир для меня - мой знакомый американский вебдизайнер [Стивен Снелль](#), который давал для блога shakin.ru [интервью](#). Кстати, Стивен сейчас пишет замечательные гостевые посты для Smashingmagazine. По их качеству и объему Вы можете понять, какой это трудолюбивый человек.

Посещая эти и многие другие сайты, я быстро увеличивал свою мотивацию до максимального уровня, если он вдруг начинал снижаться.

Вера в свои силы

Период достижения цели был одновременно трудным и интересным временем. Для того, чтобы поверить в свои силы, я действовал по знакомой мне из спорта системе самомотивации. Суть ее в том, чтобы сначала самому поверить в свою цель, а затем сконцентрировать все свои силы, знания и умения на ее достижении.

Если вы сами не верите в свой успех в каком-то деле, то и никто не поверит. И наоборот, как только вы по-настоящему поверите в свои силы, все окружающие также поверят. Звучит просто, но это так.

Хорошее настроение

Если вы расстроены или обеспокоены чем-то, то не сможете полностью отдавать себя какому-либо делу. Я старался не обращать внимания на разные мелочи, чтобы сохранять хорошее настроение. Конечно, есть вещи, от которых никак не получится отстраниться и придется волноваться и переживать. Но есть масса мелочей, которые нас раздражают и сбивают настрой.

Для создания хорошего настроения можно слушать любимую музыку, покупать себе приятные мелочи и многое другое. Тут у каждого свой арсенал методов.

Даже хорошая [заставка на рабочий стол](#) может дополнительно мотивировать, я активно использовал красивые заставки.

В целом резюме такое - добиться можно всего, нужно только верить в свои силы и много работать. Чего вам и желаю.

Часть II/27. Как из одной статьи сделать тысячи

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Продвижение сайтов статьями становится все более популярным. Ссылки в статьях выглядят более естественно, так как они окружены текстом. Зачастую есть возможность задать свои метатеги title, keywords и description для страницы со статьей (при обмене статьями, платном ручном размещении статей или при работе с биржами статей), что дает гораздо больше преимуществ по сравнению с обычной ссылкой.



Одним из проблематичных моментов при продвижении сайтов статьями является то, что публикация одного варианта статьи даст гораздо меньший эффект, нежели публикация нескольких сотен вариантов этой статьи. Поисковики просто склеят одинаковые варианты статьи и будут считать, что разные сайты просто скопировали одну статью. В итоге эффект от публикации будет таким же, как и от одной статьи.

Уникальность самой статьи является очень важным моментом. Толку от публикации чужой скопированной статьи не будет.

В этой статье я подробно расскажу о методике создания уникальных статей и о том, как из одной статьи сделать тысячи.

Нам потребуется:

1. Программа [SEO Anchor Generator](#)
2. Word (для проверки на опечатки и ошибки)

Итак, нам надо написать уникальную статью. Если у вас с этим нет проблем, то этот пункт пропускаете и переходите к следующему. Если написание статей дается вам нелегко, то читаем.

Написание уникальной статьи с нуля может занять много времени и усилий, особенно если делать это нечасто. Поступаем следующим образом: находим статью по нужной тематике и полностью переделываем ее. Полный рерайт, так сказать.

Для поиска статей вводим в поисковике запрос вида *статья стройматериалы, турция отели обзор, кондиционеры статья* и т.д. Соберите несколько статей по своей тематике и выберите из них одну-две наиболее подходящие.

Теперь полностью переписываем статью (полный рерайт). Можно и лучше заменять не только отдельные слова, но и фразы и предложения, а также менять местами/удалять/дописывать абзацы. При этом

пользуйтесь синонимами слов из своего словарного запаса (быстрее всего), либо подсказками в ворде или скачайте базу синонимов с интернета.

Готовый вариант статьи внимательно проверьте на предмет опечаток или ошибок (можно в ворде). Статья должна иметь логическую структуру и быть читабельной. После этого оптимизируйте текст под нужное ключевое слово и поставьте 2-3 ссылки с ключевиками в текст статьи (о том, как это сделать, в интернете есть масса материалов, поэтому на этом останавливаться не буду).

Ссылок можно и больше, но я использую 2-3. Несколько раз проводил эксперименты и пришел к выводу, что это количество ссылок с теле статьи оптимально для ссылочного ранжирования.

Ссылки ставьте либо на главную продвигаемого сайта, либо на внутренние страницы, в зависимости от того, какого эффекта хотите добиться.

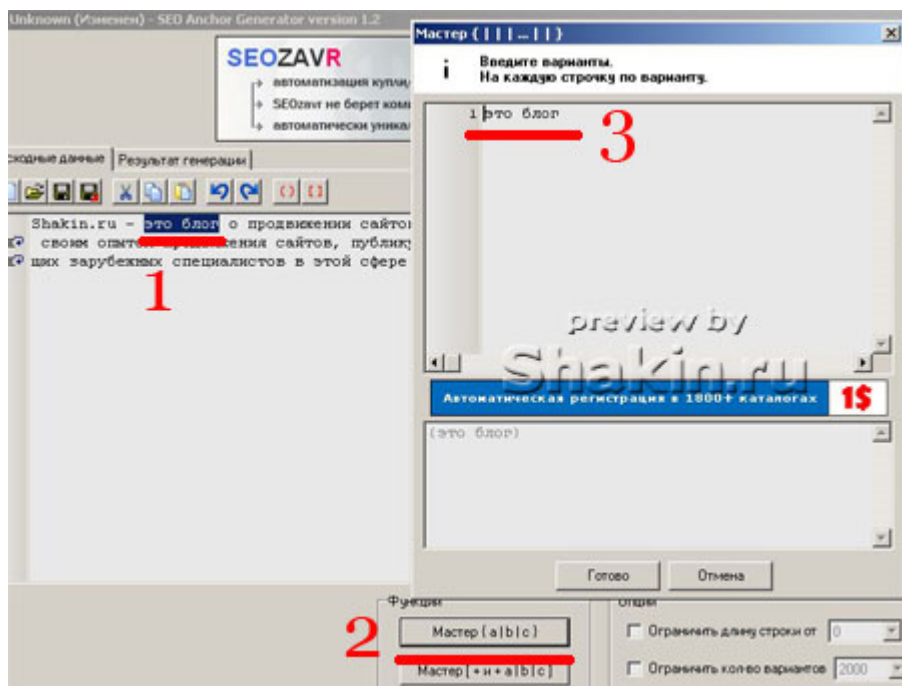
Теперь нужно удостовериться, что получившаяся статья полностью уникальна. Для этого идем на antiplagiat.ru, проходим по ссылке “Проверить текст” и вставляем нашу статью в форму. Если получившийся отчет показывает 100% уникальность, то все ок, если нет - дорабатываем нужный кусок текста. Для того, чтобы полностью убедиться, что статья уникальная, можете выборочно проверить предложения из статьи в поисковиках, поместив их в кавычки. Есть еще англоязычный сервис soryscape.com, но там нужно вводить адрес страницы с текстом.

Переходим к размножению нашей статьи. Для этого открываем полезную программу [SEO Anchor Generator](http://seoanchorgenerator.ru), открываем вкладку “Исходные данные”, удаляем текст, который там по умолчанию и вставляем нашу статью. Если вы никогда не пользовались этой программой, рекомендую немного почитать советы по работе с программой на сайте разработчика, чтобы иметь представление о том, как это работает.

В качестве примера я составил небольшой текст:

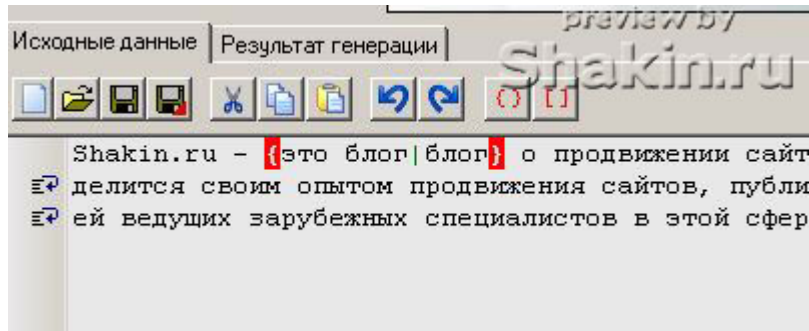
Shakin.ru - это блог о продвижении сайтов и веб-дизайне. Этот сайт работает на движке Wordpress. На нем Глобатор делится своим опытом продвижения сайтов, публикует сайт-шоу со скриншотами красивых сайтов, а также делает переводы статей ведущих зарубежных специалистов в этой сфере.

Первый кусочек, который я изменю, будет “это блог”. Выделяем его мышкой и нажимаем волшебную кнопку “Мастер {a|b|c}”. Появится окно, в котором мы увидим выделенные слова. Ставим курсор после этих слов и жмем Enter, чтобы спуститься на строчку ниже. Каждое новое слово или фраза, которые мы будем добавлять, должно находиться в новой строчке в окне этого мастера.



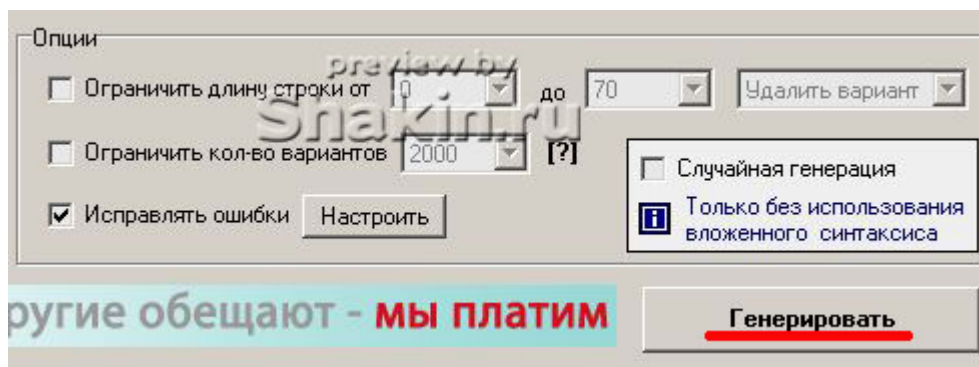
В новой строке пишем аналогичную фразу с использованием синонимов, которые пришли на ум. При этом важно, чтобы при добавлении новой фразы смысл предложения не менялся. Я напишу просто “блог”. Можно вводить много вариантов таких фраз типа “ресурс”, “интересный сайт”, “полезный блог” и т.д. Я на практике убедился, что достаточно к каждому слову или фразе добавить один вариант, чтобы на выходе получить несколько тысяч вариантов статьи. Поэтому на составление множества синонимов для каждого слова тратить время не советую.

Жмем “Готово”. В тексте нашей статьи появились вот такие красные фигурные скобки:

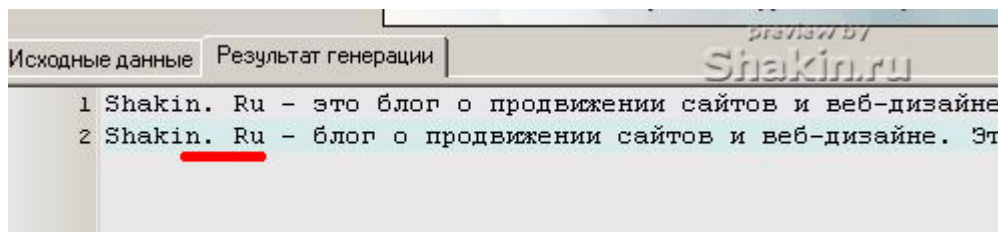


Все слова, которые находятся внутри скобок и разделены знаком “|”, будут перемешаны при генерации вариантов статьи, и для каждого варианта будет взято по одному слову.

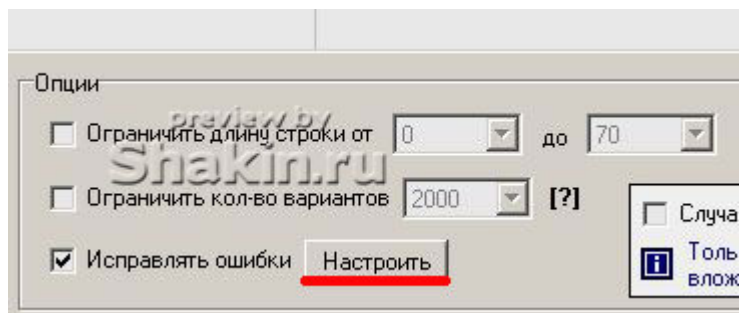
Чтобы увидеть, как это работает, нажмите кнопку “Генерировать”.



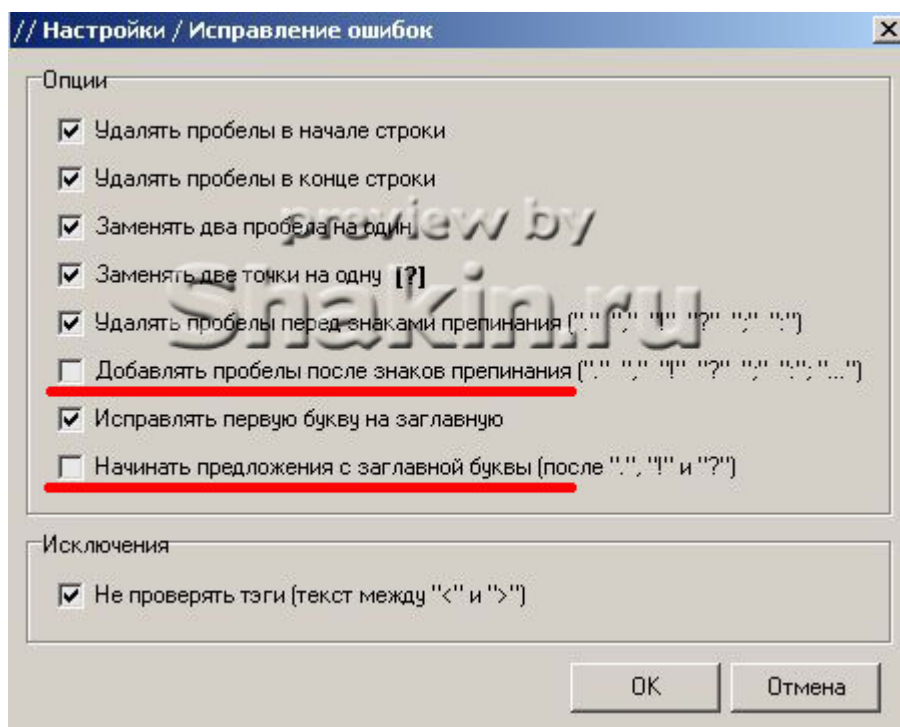
Получилось два варианта статьи. По умолчанию в программе стоят такие настройки, что при генерации получается пробел после точки и следующая буква начинается с большой буквы. Вы можете увидеть это на скрине:



Чтобы исправить это, идем в обратно в закладку “Исходные данные” и заходим в “Опции - Настроить”.

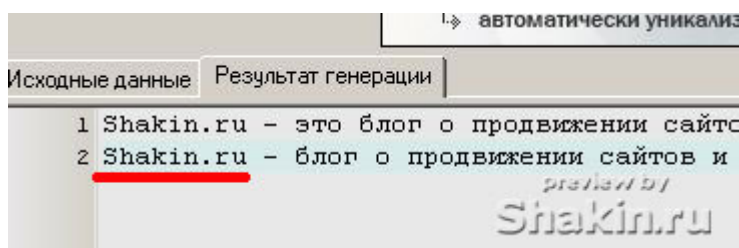


Убираем галочки в нужных пунктах, ждем “Ок” и снова “Генерировать”.

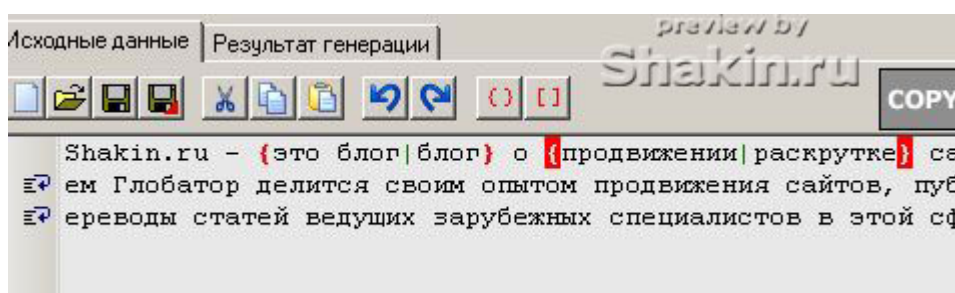


Можно вообще убрать галочку “Опции - Исправлять ошибки”, но потом полученные варианты статьи нужно тщательно проверить на опечатки и ошибки.

Теперь все нормально:



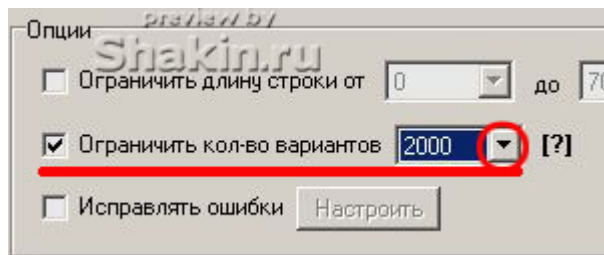
Таким же образом подбираем следующую фразу или слово. Я выбрал слово “продвижении” и добавил “раскрутке”:



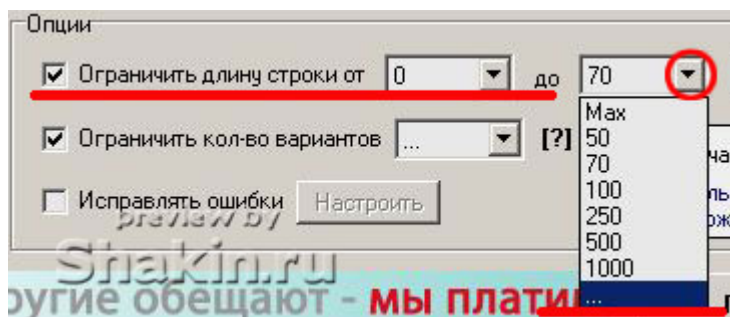
Аналогично заменяем все подходящие слова или фразы. Вот что у меня получилось:

Shakin.ru - {это блог/блог} о {продвижении/раскрутке} {сайтов/веб-сайтов} и веб-дизайне. {Этот сайт работает на движке Wordpress/Этот блог работает на платформе Wordpress}. На нем {Глобатор/автор} {делится своим опытом продвижения сайтов/пишет статьи о раскрутке сайтов}, публикует {сайт-шоу со скриншотами красивых сайтов/обзоры красивых сайтов со скриншотами}{, а также делает переводы статей/и переводит статьи} ведущих {зарубежных/мировых} {специалистов в этой сфере/блоггеров}.

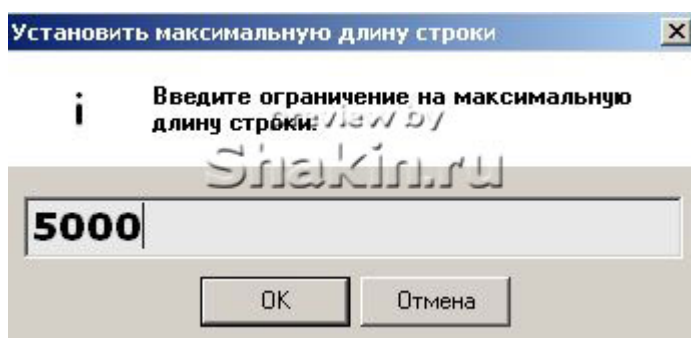
Из моего образца текста (я называю это формулой для генерации) получилось 1024 варианта. Из обычной статьи в 2000-5000 знаков получается несколько десятков тысяч вариантов. Такое количество статей попросту не требуется, поэтому рекомендую ограничить число генерируемых вариантов в программе:



Можно еще ограничивать минимальное и максимальное количество символов при генерации. Для этого ставим галочку “Ограничить длину строки” и в выпадающем меню выбираем многоточие:



И выставляем нужное количество символов (для примера я взял 5000):



После генерации советую сохранять не только полученные варианты статьи, но и получившуюся формулу для генерации. Меня это много раз выручало.

Этих приемов достаточно, чтобы генерировать тысячи статей. Эта методика также подходит для генерации названий и описаний сайтов для регистрации в каталогах.

Часть II/28. Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Это заключительная часть цикла статей **Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год**. Вы можете ознакомиться с [первой](#) и [второй](#) частями.



**Как увеличить
посещаемость
с 0 до 3600 посетителей
в сутки за 1 год
- часть третья** Shakin.ru

Далее я рассмотрю оставшиеся методы продвижения сайта и увеличения посещаемости, которые я использовал для своего сайта [Уроки Photoshop на globator.net](#), чтобы увеличить посещаемость до 3600 посетителей в сутки за 1 год.

Форум

Форум - прекрасное средство увеличения посещаемости. На форуме посетители сайта могут общаться между собой и задавать интересующие их вопросы.

Форум эффективно служит для формирования целевой аудитории сайта, так называемого активного ядра посетителей. Это особенно важно для тематических сайтов.

Хватит общих фраз, преимущества форума вы и так знаете. 😊 Далее расскажу о том, что и как я сделал, чтобы организовать и развить форум для увеличения посещаемости.

В декабре 2006 года назрела необходимость создания форума на сайте. Посетители в гостевой книге активно об этом просили. Посещаемость сайта к тому моменту составляла около 2000 посетителей в сутки (сам сайт globator.com появился 31 марта 2006 года).

Я начал собирать информацию о форумных движках. Остановился на 3 движках - [phpBB](#), [Invision Power Board](#) и [VBulletin](#). В итоге выбрал бесплатный phpBB. Подробно на описании возможностей форумных движков останавливаться сейчас не буду. Если такая информация интересует, то отпишите в комментариях, и я напишу подробную статью на эту тему.

Затем перешел на другой тариф хостинга (мой начальный тариф был без поддержки PHP и MySQL). Немного помучился с установкой и изучением phpBB на локальном компьютере, а затем установил его на сервер (я не программист, поэтому далось это не сразу).

Итак, форум был готов к приему посетителей. Скажу сразу, что у моего форума был большой плюс на старте - на сайте было около 2000 посетителей в сутки. Мне достаточно было поставить ссылку на форум на видном месте в меню сайта, и посетители начали с первых дней форума активно на нем общаться.

Мне даже не пришлось создавать фантомов (клонов самого себя), чтобы имитировать беседу людей на форуме. Хотя фантомы - очень распространенный метод по первоначальному развитию форума. Админ создает с десяток аккаунтов, и создает беседу на своем форуме до тех пор, пока не начнут приходить реальные посетители.

Также сейчас стали модными услуги по наполнению форумов. Можно нанять целую команду, которая будет активно общаться на вашем форуме с оплатой за каждый пост. Подобные предложения можно найти на [форуме оптимизаторов](#). Все это делается для имитации общения и привлечения реальных посетителей на форум. Хотя я не одобряю такие методы - все должно быть естественно.

С большим количеством посетителей форум практически сразу начал жить своей жизнью. Я считаю, что для организации форума важно выбрать подходящий момент. Если сайт нулевой и никаких посетителей нет, то особого смысла в форуме я не вижу. Надо сначала наполнить сайт интересным и оригинальным контентом, чтобы было достаточно материала для посетителей. Не будет интересного материала - не будет посетителей.

При организации форума очень важно не делать много разделов и подразделов. Обычно у начинающего владельца форума появляется эйфория, и ему хочется охватить на своем форуме как можно больше тематик. Ему кажется, что посетители сразу начнут общаться на его форуме. И он делает пару-тройку десятков разделов, которые в итоге будут пустыми.

Если посетитель приходит на форум и не видит там общения, то он в 99% случаев не станет писать в таком форуме. Это особенность человеческой психологии. Сделайте 2-3 раздела форума и добавляйте новые лишь по мере увеличения посещаемости и количества тем. Лучше иметь пару-тройку разделов, где будет более-менее оживленное общение, чем много пустых.

Поэтому для владельца форума очень важно делать так, чтобы каждый посетитель захотел вернуться на форум. А вернется он в том случае, если ему помогут советом, подскажут, где и как найти ту или иную информацию. Он вернется также в том случае, если найдет полезную для себя информацию.

Я отвечал на все вопросы посетителей, был с ними вежлив и доброжелателен. Люди сразу чувствуют атмосферу, которая царит на форуме. Ни в коем случае нельзя отписываться вместо нормального ответа фразами вроде “Вопрос уже много раз задавали, пользуйтесь поиском”. Это могут позволить только развитые форумы.

Очень важно создать очаг общения на форуме. Не ищите модераторов на стороне. Хотите сделать хорошо - делайте сами. Все модерирование форума вам придется делать самостоятельно (я говорю о молодых форумах). И каждый день. Это позволит вам видеть все моменты развития форума и делать необходимые корректировки. Впоследствии появятся активные форумчане, которые могут стать модераторами.

На форуме важно избрать “золотую середину” между анархией и тоталитарным режимом. Например, есть режим “Дикий Запад” (как я называю такую политику на форуме), это когда ~~шериф~~ админ особо не вмешивается в общение ~~простых ковбоев~~ форумчан, не позволяя ссор и ругательств, но за грубые нарушения правил форума виновный ~~получает нулю в лоб~~ публично банится (либо его аккаунт удаляется).

Если будете жестко банить посетителей за флуд и небольшие нарушения, то вы потеряете большую часть потенциальных посетителей. С другой стороны, если позволять любой флуд, ссоры и нецензурную лексику, то ваш форум быстро превратится в неуправляемый хаос, где вас никто не будет слушать.

Чтобы избежать этого, создайте раздел “Оффтопик”, где посетители смогут общаться на свободные темы. Составьте правила форума и подробно опишите, что можно, а что нельзя. Полезно сделать раздел “Предложения”, где форумчане смогут писать свои пожелания и предложения по работе форума и сайта. Обратная связь с посетителями - великое дело.

Где-то мне попадалась мудрая мысль: “Вместо того, чтобы писать что-то на чужом форуме, лучше создайте свой и пишите в нем”. Конечно, это подходит не всем (не каждому человеку нужен форум), но вебмастеру, который создает свой форум, эта фраза очень пригодится. Сократите общение на других форумах до необходимого минимума, а основное время посвятите своему форуму.

Чтобы не быть голословным, приведу свой форум, о котором я вел речь - PlanetaPhotoshop.ru.

Конкурсы

Проведение конкурсов является отличным методом увеличения посещаемости. Конкурсы поддерживают интерес посетителей к вашему сайту и стимулируют их возвращаться на ваш сайт вновь и вновь.

Необязательно делать конкурсы с ценными призами. У начинающих владельцев сайтов финансы часто ограничены.

В этом случае советую провести конкурс с символическими призами. Можете придумать звания, медали, грамоты. Можете предложить поставить ссылку со своего сайта на сайт победителя. Можете предложить в качестве приза сделать подробный обзор сайта или блога победителя. Можете предложить победителю свои услуги (например, регистрацию в каталогах, консультацию по продвижению сайтов и т.д.). В поисках идей для призов можете посетить другие сайты по вашей тематике, на которых проводятся конкурсы.

Можете взять у победителя интервью и опубликовать его на всех страницах сайта. На своем сайте globator.net я с самого первого конкурса сделал это доброй традицией. Теперь все победители конкурсов дают интервью, которые я публикую в правой колонке на всех страницах сайта. Людям всегда приятно, что их ценят и публикуют интервью с ними.

Конечно, ничто так не подогревает интерес к конкурсу, как ценные призы. Постарайтесь найти спонсора для своего конкурса. Подумайте, какие компании могут быть заинтересованы в проведении конкурса на вашем сайте. Если вам трудно определиться с такими компаниями, то дам свой проверенный временем совет: просто наберите те поисковые запросы, по которым продвигаете свой сайт, в яндексе и гугле. В правой колонке на странице результатов поиска вы найдете (в большинстве случаев) компании, которые платят за переходы посетителей по этому слову. То есть этим компаниям нужны такие посетители, которые заходят на ваш сайт. Это и есть потенциальные рекламодатели для вашего конкурса. Зайдите на их сайты и найдите e-mail для обратной связи. Приведу пример своего письма:

“Здравствуйте!

Я администратор такого-то сайта, на котором столько-то посетителей. Тематика сайта такая-то. Если Вам интересна аудитория моего сайта, то могу предложить Вам проведение конкурса на моем сайте.

С уважением,

Ваше имя”

В теме письма упомяните адрес сайта потенциального спонсора. Это поможет избежать того, что ваше письмо попадет в спам.

Приведу пример проведения конкурса на сайте Уроки Фотошоп на globator.net. Я подумал, что наиболее подходящий спонсор для тематики моего сайта - это компания Wacom, производитель графических планшетов. Я написал им письмо с предложением о сотрудничестве. И они согласились провести на моем сайте конкурс “[Нарисуй свою мечту](#)“. В качестве призов компания Wacom предоставила 3 графических планшета. Конкурс вызвал отличный подъем посещаемости.

Интервью

Проведение интервью эффективно помогает увеличивать посещаемость сайта.

Можете брать интервью у известных людей, можете брать интервью у владельцев сходных по тематике сайтов. Можете провести конкурс и взять интервью у победителя.

Интервью - это здорово. Когда вы берете интервью, то ваша основная задача состоит в том, чтобы составить вопросы, которые будут интересны не только тому человеку, у которого вы берете интервью, но и посетителям вашего сайта. Важно, чтобы интервью было по тематике вашего сайта.

Когда вы публикуете интервью, то человек, у которого вы взяли интервью, не раз зайдет на ваш сайт полюбоваться своими ответами. Кроме этого, он расскажет своим близким и друзьям о том, что он дал интервью на вашем сайте. С помощью интервью вы получите не только дополнительных посетителей, но, возможно, и ссылки на свой сайт (с сайтов и блогов).

Если вам трудно придумать вопросы для интервью, то рекомендую заглянуть на сайт Interviewme.ru, на котором собрано много интересных интервью. Можете почерпнуть оттуда идеи для интервью. Не копируйте вопросы. Старайтесь придумывать свои. Поверьте, это гораздо интереснее. Вы можете ознакомиться с [интервью](#) на этом блоге.

В целом хочу сказать следующее. Для того, чтобы увеличить посещаемость сайта, не нужно ничего сверхъестественного. Посвятите максимум времени своему сайту, активно наполняйте его уникальным контентом, черпайте всю возможную информацию по тематике вашего сайта, а также по его продвижению. Придумывайте новые пути развития своего сайта.

В идеале для максимального эффекта нужно заниматься одним сайтом. Максимум 3 сайтами.

Знаете, что самое важное для продвижения сайта и увеличения посещаемости? Самое важное - нужно стать фанатом своего сайта. Даже не просто фанатом, а маньяком. Как определить, когда вы станете маньяком? Определяется это просто. 😊 Когда в середине ночи вы поймаете себя на том, что увлеченно пишете очередную статью для своего сайта и даже не замечаете усталости (прямо как я сейчас 😊), хотя утром не выспитесь и будете, как зомби, вот тогда вы станете настоящим маньяком.

Вы должны больше всех верить в успех своего сайта и ни на секунду не сомневаться в себе. С таким настроем у вас все получится. Я нисколько не сомневаюсь, что к 1 июня достигну [1000 посетителей на этом блоге](#).

Посетители вашего сайта начнут заряжаться вашим фанатизмом. Они поймут, что ваш сайт - это не однодневка, это сайт по-настоящему увлеченного человека. А у увлеченных людей всегда найдутся единомышленники.

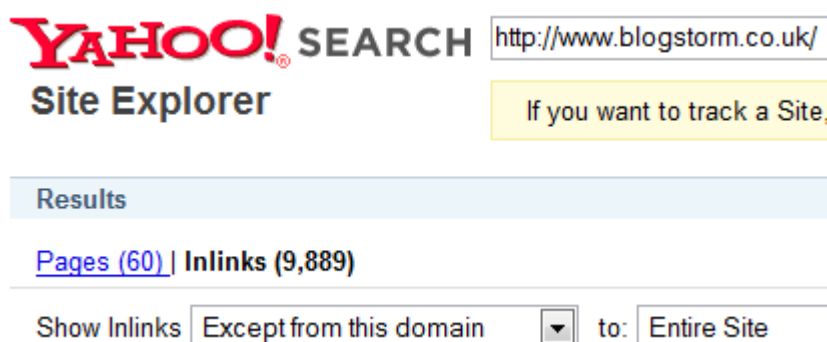
Часть II/29. Как получить 10000 ссылок за 3 недели

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Продвижение сайта является непростым делом. Масса времени и усилий, потраченные на новый проект, не всегда приносят ожидаемое количество посетителей. В таких случаях возникает чувство, что вы просто зря потратили время.

В этой статье я опишу методы, которые позволили получить 10000 ссылок на мой блог всего за 3 недели.

Вы можете взглянуть [на количество ссылок, которые я получил за 3 недели](#) (на момент написания статьи их было почти 10000). Этот эффект я получил, используя описанные в этой статье методы.



Первым делом нужно изучить целевую аудиторию, на которую ваш сайт ориентирован. Я занимаюсь интернет маркетингом в течение нескольких лет и стал достаточно известным на тематических форумах и блогах, а также завел нужные знакомства в этой сфере. Вы должны хорошо ориентироваться в тематике своего нового проекта. К примеру, на память назвать 50 популярных сайтов по этой тематике.

Хорошим подспорьем при запуске нового сайта являются связи с партнерами по бизнесу, клиентами, поставщиками и прессой, что при правильном подходе может дать определенный трафик и внешние ссылки на ваш сайт, но мне пришлось начинать практически с нуля.

Качественный контент

Для успеха вашего сайта вам нужен действительно качественный и уникальный контент. Рекомендую вам заняться [линкбайтингом](#) - получением внешних ссылок на ваш сайт. На блоге BlogStorm я с самого начала хотел иметь качественный и интересный контент. Для начала я написал подробную обучающую статью по системе статистики [Google Analytics](#). Кроме этого, я стал записывать все свои идеи для будущих статей. Это хорошо помогает, когда при написании новой статьи нет никаких мыслей.

В результате моя статья о Google Analytics стала популярной и получила много ссылок с других блогов. Это значительно ускорило дальнейшее продвижение моего блога BlogStorm.

Взаимодействие с другими блоггерами

Как только мой блог BlogStorm стал развиваться и получать ссылки с нескольких популярных блогов, я решил обратиться к другим блоггерам с просьбой написать о моем блоге в своих постах. Я считал, что они заинтересуются. Каково же было мое удивление, когда в течение нескольких часов после этого я не получил ни одного ответа. Я подумал, что такая система не работает. Я долго работал над своим сервисом [tracker tool](#), но никто не хотел писать о нем на своем блоге.

К счастью, в течение следующей пары дней я стал получать отзывы с таких популярных блогов, как TechCrunch и ProBlogger и в итоге получил [множество других положительных отзывов](#). Нет ничего лучше,

чем упоминание о вашем блоге на другом блоге, и я благодарен всем блоггерам за то время, которое они посвятили написанию обзора моего блога и за то, что они поставили ссылки на него.

Социальные сети

Рекомендую вам разместить на своих страницах кнопки добавления в социальные сети. Также советую зарегистрироваться в разнообразных социальных сетях и изучить их, чтобы вы знали, как их можно использовать для продвижения своего сайта. В случае со своим блогом BlogStorm все, что я сделал, это проголосовал за него в **StumbleUpon** и **Digg** после того, как кто-то добавил мой блог в эти сети. Главное - это иметь на сайте действительно полезный и уникальный контент, который будет сам продвигать ваш ресурс. Иногда вы можете уехать на несколько дней и потом обнаружить тысячи внешних ссылок на ваш сайт.

Использование тематических форумов

После того, как мой блог получил неплохой рост, я продолжал писать интересные статьи и начал использовать форум **Digital Point** для получения трафика. На форумах вебмастеров много потенциальных посетителей для моего блога. Не советую использовать спамные методы, этим вы только навредите своему блогу и репутации.

Я создал сообщение на форуме о том, что я хочу бесплатно поделиться своим сервисом. В результате я получил около 500 ответов и личных сообщений с просьбами о более подробной информации.

В таких случаях то, что вы предлагаете, должно быть действительно полезным и качественным. В противном случае вы получите противоположный эффект. Если это нужный и полезный сервис, то вы получите много целевых посетителей, которые будут возвращаться на ваш блог вновь и вновь.

Глава III. Продвижение ссылками

В этом разделе поговорим о ссылках. Методы получения входящих ссылок, покупка, способы размещения и составления анкоров, обмен и т.д.

Часть III/1. Искусство покупки ссылок

[Автор: Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#)

[Брайен Чеппэл](#) в своей недавней статье [подробно описал](#) действия, связанные с покупкой ссылок, которые могут как выдвинуть ваш сайт в топ поисковых систем, так и погубить его.

Давайте на некоторое время забудем об этическом аспекте покупки ссылок и сабжевых заявлениях Мэтта Катса и перейдем к сути.

Итак, список того, что вам делать не стоит:

- не покупайте ссылки группами или блоками;
- не покупайте ссылки в подвале сайта;
- не покупайте ссылки на нерелевантных сайтах;
- не покупайте ссылки только в блогах;
- не покупайте ссылки только в подписях на форумах;
- не покупайте ссылки только на сайтах из зоны .edu;
- не покупайте ссылки только на сайтах из зоны .gov;
- не покупайте ссылки только на линкофермах;
- не покупайте ссылки на сайтах, составляющих крупную сеть и сидящих на одном IP;
- не покупайте ссылки только у брокеров;
- не покупайте ссылки на сайтах, где полно ссылок на ваших конкурентов;
- не используйте одинаковый [якорь](#) для всех ссылок;
- не ссылайтесь только на главную страницу сайта;
- не покупайте ссылки только в сайдбарах;
- не придавайте огромного значения тулбарному PR;
- не отягощайте якоря ссылок стоп-словами;
- не сообщайте Мэтту Кэту о том, когда и на каких сайтах вы накупили ссылок.

Теперь о том, что вам определенно нужно сделать:

- покупайте ссылки в теле страницы (в тексте);
- покупайте ссылки на проиндексированных страницах;
- покупайте ссылки на страницах с недавно обновленным кэшем;
- покупайте ссылки на сайтах, близких по тематике с вашим сайтом;
- покупайте ссылки на старых трастовых сайтах;
- покупайте ссылки на длительный срок. (Время от времени проверяйте, не выпала ли страница с вашей ссылкой из индекса.)
- связывайтесь с владельцами сайтов напрямую и договаривайтесь с ними о покупке ссылок;
- ссылайтесь на внутренние страницы;
- распределяйте покупку ссылок во времени, так чтобы наращивание ссылочного веса выглядело максимально естественными;
- для определенного числа ссылок используйте в качестве якоря URL страницы;
- покупайте ссылки на совершенно новых страницах, которые еще не успели проиндексировать поисковики;
- покупайте ссылки на популярных страницах — так вы получите не только ссылочный вес, но и трафик;
- разнообразьте все, что можно разнообразить: якоря ссылок, скорость наращивания ссылочного веса, расположение ссылок на страницах...

Несмотря на все попытки Google платные ссылки до сих пор остаются весьма эффективным способом продвижения сайтов, поэтому используйте его с максимальной отдачей. Однако будьте очень осторожны,

если ваш сайт молод — Google с превеликим удовольствием отправит его в песочницу за малейший прокол.

Часть III/2. Как правильно покупать ссылки на блог? Часть 1

[Автор: Александр Борисов \(boricov\)](#)

Сегодня мы с вами будем учиться правильной покупке ссылок на свой блог. Как и обещал пишу пост на эту тему, вы уже наверное заждались.



Сегодня у нас будет только теория, практика будет немного по позже, но даже из нее (теории) вы узнаете не мало важной и полезной для себя информации.

Практическую часть покупки ссылок я вообще хочу оформить в видеоуроках, чтобы вам было более все понятно. Для того чтобы не пропустить выход 2 части статьи по данной теме — советую [подписаться на обновления блога](#).

И так! Начнем. Для начала как обычно небольшое вступление для новичков. Я уверен, что многие вообще просто не рассуждают, что такое покупка и продажа ссылок. Для них слова биржа ссылок, биржа статей и все прочее — темный лес. Я раньше тоже вообще ни чего не знал по этой теме, сейчас набрался знаний и опыта от различных профессиональных SEOшников.

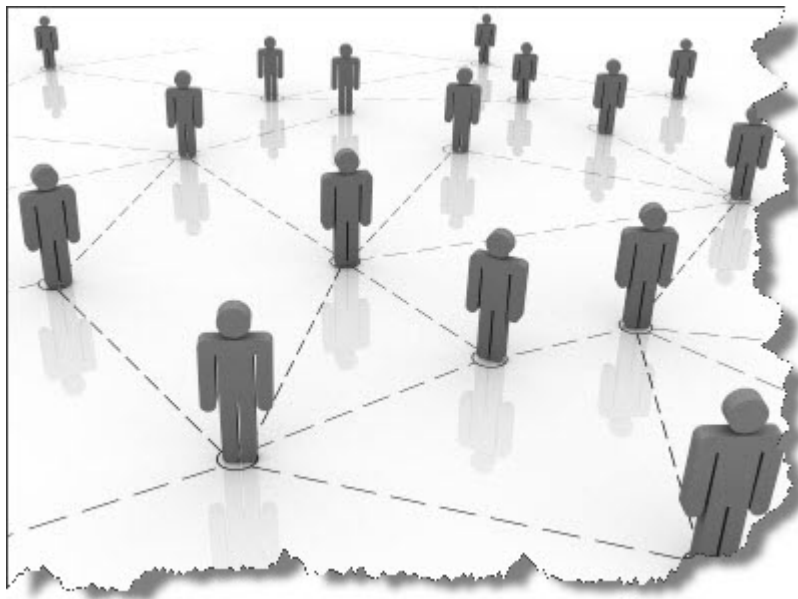
Давайте начнем с того, что поймем, для чего вообще нужно покупать ссылки? Вот смотрите, конкретный пример. У вас блог на кулинарную тематику. Вы написали статью в блог, допустим, на тему — «как мариновать огурцы» и хотите чтобы ваша статья в результатах выдачи google и yandex была в первых рядах (ТОП-1-3-5) когда пользователь набирает в поиске запрос — «как мариновать огурцы».

Вопрос — как вам попасть в этот топ? Да, само собой, вы должны предварительно [проанализировать конкурентов](#) своего блога, написать хорошую, интересную, объемную статью по всем базовым правилам [seo оптимизации статьи](#) на тему маринования огурцов, заточив ее под этот поисковый запрос, улучшить до 100% [релевантность страницы](#), в каких-нибудь социальных сетях и форумах [сделать анонсы вашей статьи](#) и т.д. Но! Иногда этого мало чтобы занять первые позиции выдачи поисковых систем.

Согласитесь, ведь не вы один в интернете можете написать пост на тему маринования огурцов. Сотни других людей ведут свои кулинарные блоги в сети и наверняка на них есть статейка(и) на подобную тему, заточенная под этот поисковый запрос — «как мариновать огурцы».

Почему же интересно google и yandex кого-то ставят в ТОП выдачи, а кого-то нет? Почему одни статьи, ДАЖЕ ЕСЛИ НАПИСАНЫ НЕ КАЧЕСТВЕННО И ХУЖЕ ЧЕМ У ВАС, стоят в ТОПе, а другие КЛАССНЫЕ И ИНТЕРЕСНЫЕ, остаются за бортом этого ТОПа и висят на 3-5-10 страницах выдачи?

Отвечаю — значит на первых ссылаются (хорошими ссылками) другие сайты (блоги) в сети, а на вторых нет, а если и ссылаются то меньше или не качественными (плохими) ссылками. Если сайт «А» ссылается на сайт «Б», то это говорит поисковым системам о том, что на сайте «Б» есть что-то интересное раз на него ссылается сайт «А». Следовательно сайт «Б» пойдет вверх в выдаче поисковых систем (но не всегда, читайте далее...).



Каждая ссылка на вашу статью, это некий голос, передача частички авторитета вашей статье. Какой вывод можно сделать из этого? Чем больше сайтов ссылаются на нашу продвигаемую статью — тем лучше. Да это так, но есть больше НО.

В сети интернет есть сайты (ссылки с них) как ХОРОШИЕ так и ПЛОХИЕ. Вам нужно сделать так, чтобы как можно больше именно ХОРОШИХ, качественных сайтов ссылалось на вас (вашу продвигаемую статью).

Раньше, лет 6-8 назад поисковым системам было абсолютно пофигу какой ресурс на вас ссылается, плохой (ГС), хороший (СДЛ), не важно... Главное чтобы ссылка стояла, сегодня же все по другому. Сейчас количество ссылок не главное, главное — это их качество. Вот вам простой пример. В каком случае у вас будет больше шансов устроиться на какую-то работу в своем городе (определенную должность), если вас порекомендует Вася Пупкин с пекарни или же сам мер города? Ответ очевиден...

Так же сейчас происходит в интернете. Ссылается на вас ХОРОШИЙ сайт, соответственно ваш ресурс идет выше в выдаче. Ссылается на вас ПЛОХОЙ ресурс, следовательно никуда ваш ресурс не продвигается или идет, но медленно. Иногда бывает вообще сайты понижаются в выдаче за плохие ссылки... Да, да, вы не ослышались, можно и вниз идти. Ну если на вас ссылается ресурс находящийся под фильтром поисковых систем или ресурс к которому применены какие-то санкции, то какой-же он может передать авторитет вашему блогу? Правильно, никакой, только вред...

Ссылки ссылками это понятно, но у ссылок есть еще и анкоры ведь так? Для самоваров объясню — анкор — это текст ссылки.

как мариновать огурцы

<http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html> — ссылка

как мариновать огурцы — анкор ссылки

Если вы хотите продвигаться в ТОП, по все тому же запросу «как мариновать огурцы», то вам необходимо сделать так, чтобы другие сайты ссылались на вашу статью с такими же анкорами, а так же похожими анкорами. Пример: мариновка огурцов, маринование огурцов, как правильно мариновать огурцы, маринуем огурцы и т.д. То есть анкеры нужно разбавлять. Если вы постоянно будете покупать ссылки с одинаковыми анкорами, то это даст сигнал поисковым системам, что вы продвигаетесь не естественно, специально хотите выйти в ТОП по этому запросу или еще хуже — вы спаммер.

Кроме всего выше написанного, большую роль в продвижении играет еще и естественность ссылок. Чем естественней ссылка, которая ведет на ваш ресурс (продвигаемую статью) — тем лучше. Вся информация, которая сейчас будет написана ниже, все это взято из Мадридского доклада Яндекса от 2009 года. Все эти фишки действуют по настоящее время и будут действовать еще долго, по любому...



В общем грузить заумными речами и словами я сейчас вас не собираюсь, не стоит забивать голову не нужным хламом при продвижении обычного блога. Вот профессиональные оптимизаторы, которые продвигают коммерческие сайты (поисковые запросы), пусть парятся, а нам со своими скромными бложиками в эту кашу лезть не нужно.

Ну значит к делу. В общем яндекс сейчас очень хорошо и четко определяет хорошие и плохие ссылки, SEO-ссылки и естественные, ведущие на ваш ресурс. То есть, купили вы допустим ссылку на каком-то сайте (блоге) или кто-то сам по себе поставил на ваш ресурс ссылку — яндекс определит какая это ссылка. А именно: ПЛОХАЯ или ХОРОШАЯ, SEO-ссылка или естественная.

Для этого в арсенале яндекса есть различные классификаторы и алгоритмы. Ну в это дело мы углубляться не будем.

Яндекс смотрит в первую очередь на тематику сайта, у которого вы купили ссылку. Если тот сайт тематики forex и на нем стоит ссылка с анкором «как мариновать огурцы» на ваш блог КУЛИНАРНОЙ ТЕМАТИКИ, то считайте вы выкинули деньги на ветер. Эффект от такой ссылки будет минимальным или нулевым, а еще хуже — ваш блог пойдет вниз в выдаче. Если на той странице где стоит ссылка на ваш блог, стоят еще и другие продажные ссылки на сайты ДРУГИХ ТЕМАТИК, то это еще хуже.

Далее Яндекс смотрит на анкор ссылки, он определяет ее коммерческую составляющую. Выписка из доклада Яндекса: «Текст дорогой платной ссылки всегда содержит ключевые слова и выражения из семантического ядра сайта». Если в [семантическом ядре](#) вашего блога у вас есть «как мариновать огурцы», и вы купили на другом сайте ссылку с анкором «как мариновать огурцы», то вполне вероятно, что эту ссылку Яндекс засчитает не естественной ссылкой, а SEO-ссылкой, но не факт конечно!

Вы главное не переживайте, SEO-ссылка не считается спам ссылкой. Наличие ведущих на ваш ресурс SEO-ссылок — это нормально, главное не перебарщивать. Могу дать вам один очень хороший совет. Когда вы покупаете ссылки — не всегда указывайте анкеры, а если и указывайте, то не коммерческий. Большая вероятность, что все такие ссылки будут засчитаны поисковиками как естественными, что очень хорошо скажется на продвижении вашего ресурса.

Вот пример нескольких таких естественных ссылок:

```
<a href="http://site.ru/marinovka-ogurcov.html">http://site.ru/marinovka-ogurcov.html</a>  
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">читать далее</a>  
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">источник</a>  
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">тут</a>  
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">подробнее</a>  
<a href="http://site.ru/kak-marinovat-ogurci.html">http://site.ru</a>
```

Что мы видим? В анкорах ссылок нет коммерческой составляющей. Наверняка такая ссылка даст понять Яндексу, что вы ее не купили, это просто какому-то вебмастеру очень понравился ваш пост и он решил поставить сам ссылку на вас. То есть ссылка такая будет засчитана как ЕСТЕСТВЕННАЯ и даст очень хороший эффект вашему сайту (если она стоит на ХОРОШЕМ сайте — учтите это).

Если вы покупаете ссылку на каком-то сайте, но не обязательно постоянно указывать нужный продвигаемый вам анкор или похожий на продвигаемый, можно и НУЖНО применять те, которые я вам показал выше.



Кстати хочу заметить вот такой момент. Представьте, что на ваш блог ведет 30 ссылок и все они засчитаны Яндексом как SEO-ссылки. Далее на ваш блог появляются 2-3 естественные ссылки. Это хорошо! Но велика вероятность того, что и эти 2-3 ссылки засчитаются Яндексом как SEO-ссылки так как основная масса ссылок до этого состояла из SEO-ссылок. Думаю это понятно. Вывод — поддерживайте естественность ссылок ведущих на ваш блог.

Далее Яндекс смотрит на посещаемость сайта, на котором вы купили ссылку. Посещаемость должна быть не менее 150 чел. в сутки. Так же он смотрит на показатель Alexa Rank сайта, он должен быть менее 1 000 000, Яндекс смотрит на наличие сайта в каталогах Яндекса и DMOZ, количество бэклинков (ссылок ведущих на этот сайт), на показатель ТИЦ, возраст сайта и прочие мелкие детали... В эти детали входят и поведенческие факторы — поведение посетителей на сайте.

Если страницы с вашими купленными ссылками стоят мертвым грузом, то считайте что эффект от таких ссылок минимальный.

Да, я знаю. Я вас расстроил. Многие наверное уже поняли, что на покупали когда-то кучу говносссылок. Ну ни чего страшного. Я сам более 5000—7000 рублей вложил в это дело. Вы главное не расстраивайтесь. Не все так плохо как вам кажется. Все равно какой-то эффект есть от купленных ссылок как ни крути... Знайте — лучше купить одну ссылку и дорогую с ХОРОШЕГО САЙТА, чем 30 дешевых говносссылок с ПЛОХОГО.

На каких сайтах ни в коем случае не стоит покупать ссылки?

а) сайты сделанные специально для продажи ссылок. Боже упаси вас покупать на таких дерьмосайтах ссылки. Посмотрите сколько их сейчас развелось в сети. Школота клепают свои сателлиты как кролики размножаются, лишь бы себе на бутерброд заработать.

б) Сайты попавшие под АГС фильтр или на грани попадания под АГС.

в) Не модулируемые каталоги статей и ссылок.

Так! Давайте теперь чтобы вам было по легче все то, что я написал, переварить, мы все подытожим.

Какой сайт считается плохим:

- минимальные показатели ТИЦ (10-30)
- отсутствие в каталогах Яндекса и DMOZ
- посещаемость менее 20 чел. в сутки
- показатель alexa rank более 1 000 000
- малое количество обратных ссылок (менее 30-50)

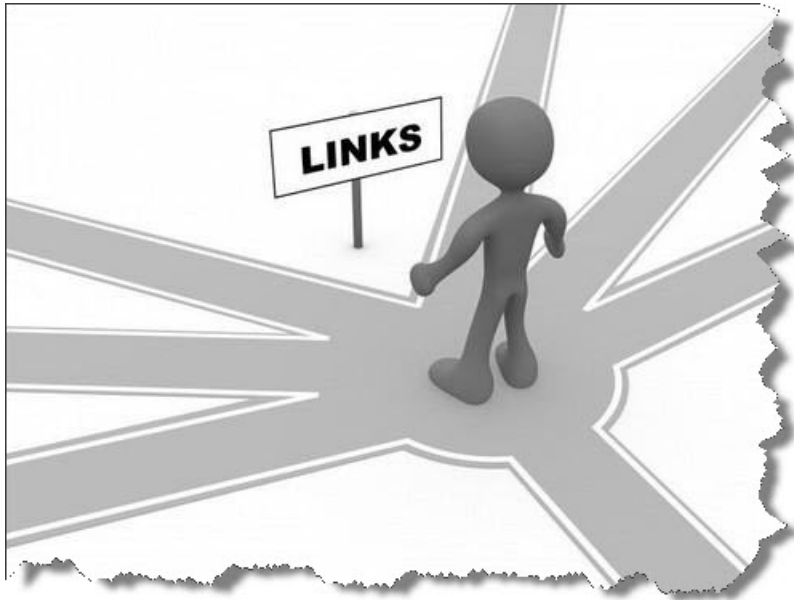
Все вышеперечисленные показатели сайта можно проверить визуально (посещаемость), а так же при помощи различных программ и онлайн сервисов. Вот допустим [pr-cy](#). Отдельно Alexa rank можно проверить [здесь](#).

ВНИМАНИЕ!!! Да, такой сайт плохой, но это не говорит о том, что ссылки с него не будут работать. Будут, но не так как с хорошего сайта.

Какой сайт считается хорошим:

- показатель ТИЦ от 110
- наличие в каталогах Яндекса и DMOZ
- посещаемость от 150 чел. в сутки.
- alexa rank — менее 1 000 000
- возраст домена (очень важно) не меньше 12 месяцев
- количество обратных ссылок не менее 200.

А вот ссылка с такого сайта, с такими показателями будет работать отлично. Проверено на собственном опыте.



Во второй части поста, мы с вами рассмотрим практику покупки ссылок, куда пойти, куда нажать, как оценить качество сайта, на котором мы будем покупать ссылку и т.д. А на сегодня пока все! Прочитайте данный пост еще раз до конца для закрепления изученного материала.

Напоследок вот вам список моих советов:

Совет №1. Если вы хотите зарабатывать на блоге, то без покупки ссылок вам не обойтись. Высоко конкурентные запросы нужно продвигать, бесплатно этого не сделать. Те кто думает «Я все смогу сделать бесплатно», ошибаются. Хотите мне доказать обратное, доказывайте, главное не умрите за компьютером...

Совет №2. Покупайте ссылки только на ХОРОШИХ сайтах и блогах.

Совет №3. Разбавляйте анкеры у купленных ссылок. 50% ссылок, и даже больше, должны быть естественными.

Совет №4. Покупайте ссылки только на сайтах вашей тематики (ни в коем случае не другой). Так же можно покупать ссылки на хороших сайтах тематики Новости и СМИ.

Совет №5. Покупайте ссылки равномерно и постепенно. Не стоит в один день покупать по 20-30 ссылок. Если поисковые системы заметят на вашем ресурсе ссылочный взрыв, то наложат на него определенные санкции, что плохо скажется на развитии сайта (блога).

Совет №6. Постоянно пополняйте ваш ресурс новый контентом. Если на вашем блоге всего 20 статей, а на него ведут 200-500 ссылок, то это вызовет подозрение у поисковых систем.

Совет №7. Покупайте ссылки на тех ресурсах, на которых мало исходящих ссылок. При покупке ссылки ставьте условие — одна внешняя ссылка на странице.

Ну вот и все наверное. Заканчиваю пост. Надеюсь что вы взяли для себя много полезного и интересного. Многие наверное в чем-то не согласятся со мной и это их право. Одно я знаю точно — ссылки нужно покупать с умом и не вестись на дешевые ценники. Посмотрите как пачками сайты попадают под фильтры, вылетают из индекса ПС или просто сами по себе вымирают. Ведет человек сайт пол года, год, потом говорит, — «Да ну его нахрен весь этот заработок в интернете» и бросает сайт... Вместе с сайтом умирают все купленные на нем ссылки...

Часть III/3. Как влияют плохие ссылки на позиции сайта

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



В связи с тем, что к экспериментам и наблюдениям из опыта замечен особый интерес, я буду стараться чаще публиковать их в своем блоге. **Сегодняшнее наблюдение касается действия ссылок, купленных через биржи и агрегаторы.**

Оптимизаторы давно спорят о том, **могут ли негативные внешние факторы повлиять на позиции.** Одни уверены, что большое количество плохих ссылок может загнать сайт под фильтр, другие – что это абсурд, так как таким образом можно было бы травить конкурентов и разработчики поиска такого не допустили бы.

Считаю, что частично правда есть в обоих утверждениях. Согласно моим наблюдениям, **ссылки с говносайтов могут плохо сказаться на позициях сайта**, но только при определенных условиях (расскажу о них в выводах в конце статьи).

Итак, наблюдение.

Пару месяцев назад нам поступил новый клиент – перешел от другой известной компании (позиции какое-то время держались, но потом резко опустились за пределы пятой сотни). После детального аудита мы выявили проблемы с внутренней оптимизацией и отправили клиенту ТЗ по их устранению, которое на данный момент еще не реализовано.

Также мы проанализировали ссылочную массу, которую “нарастили” наши предшественники – **практически вся ссылочная масса состояла из ссылок, купленных через биржу и один из известных агрегаторов. Качество ссылок – ниже среднего.** Когда к нам переходит клиент от других оптимизаторов, мы обычно просим не снимать все ссылки сразу, а делать это постепенно и закладываем расходы на их поддержку в бюджет кампании. Но в данной ситуации **качество ссылок было настолько средним, что было решено отказаться от их поддержки и снять все ссылки сразу.**

Ссылки были сняты больше месяца назад, их количество в индексе начало падать со второй недели после снятия. На сегодняшний день ссылочная масса уменьшилась более, чем на 60%. Вот какие изменения позиции мы наблюдали после сегодняшнего апдейта (**напоминаю, что по внутренней оптимизации еще ничего не делалось**):

| 14.05 | 15.05 | 16.05 | 17.05 | 18.05 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| — | — | — | — | 17 |
| — | — | — | — | 44 |
| — | — | — | — | 22 |
| — | — | — | — | 5 |
| — | — | — | — | 33 |
| — | — | 439 | 385 | 19 |
| — | — | — | — | 6 |
| — | — | — | — | 49 |
| — | — | — | — | 13 |
| — | 52 | — | 283 | 59 |
| — | — | 365 | 305 | 40 |
| — | — | — | 133 | 21 |
| 32 | 32 | 32 | 293 | 40 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 2 | 2 | 2 | 1 | 11 |
| 0 | 1 | 2 | 5 | 1 |

Выводы:

Плохие ссылки могут “тянуть” сайт вниз, но только при определенных условиях:

- **плохих ссылок должно быть намного больше, чем хороших** (все несколько сложнее, но для понимания широкого круга читателей я немного упрощаю);

– **другие факторы ранжирования у сайта должны быть слабыми.**

Иными словами, если у вашего сайта сильная ссылочная масса, высокая активность пользователей и хорошая внутренняя оптимизация, можете не бояться, что конкурент навредит Вам, закупив плохие ссылки. Если же все факторы у вас слабые, то и вредить вам никто не станет – вы и так не будете в топе и конкурентам будет глубоко пофиг на ваш сайт.

Но если вы сами покупаете без разбора только ссылки с ГС (или с разбором, но разбираетесь плохо), то вы можете сами загнать свой сайт в в самый низ результатов выдачи.

Вообще, резко менять позиции сайта, воздействуя только на какой-то один фактор, очень сложно (практически невозможно). Ситуация с нашим сайтом – это скорее исключение, чем правило. Но это отлично показывает, как можно навредить своему сайту, закупая дешевые ссылки через биржи и

агрегаторы. Значит ли это, что лучше не пользоваться биржами? Отнюдь нет, но нужно уметь ими пользоваться, а также не забывать, что бывает еще такой тип ссылок, как [обзоры](#) и [статьи](#).

Часть III/4. Понимание методов выявления ссылочного спама

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)

Одним из самых разочаровывающих аспектов наращивания ссылочной массы является незнание ценности ссылки.

Опыт и некоторые данные помогут вам в оценке ссылки, но знать, насколько ссылка будет полезна вам невозможно. Практически невозможно узнать и то, помогает ли вам ссылка вообще.

Поисковики не считают все ссылки. Они понижают вес большого количества ссылок и учитывают многие другие факторы вашего ссылочного профиля при оценивании [естественности](#). Это все делается для повышения релевантности и выявления спама.

Понимание основ определения ссылочного спама поможет вам лучше понять как оценивать ссылки и то, как поисковики подходят к проблеме спама. Все это может вылиться в разработку более продвинутых методик [наращивания ссылочного профиля](#).

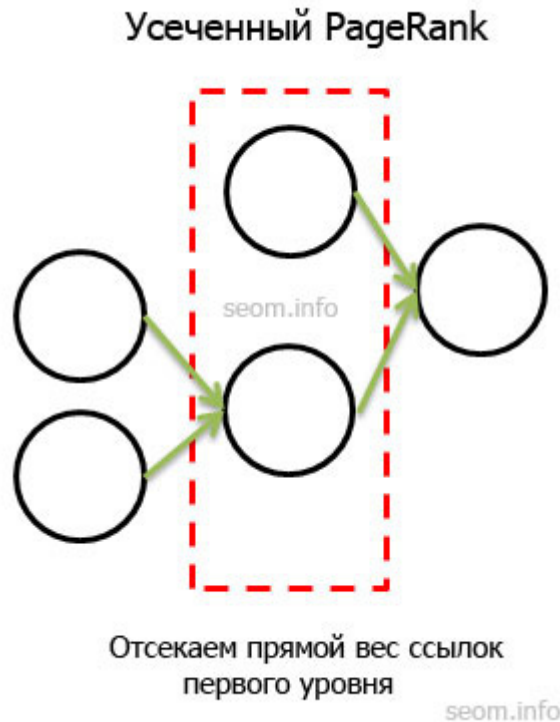
Сегодня я хотел бы поговорить о нескольких интересных концепциях анализа ссылочного спама, которые возможно используют поисковики при оценке вашего ссылочного профиля.

Отказ от ответственности:

Justin Briggs: Я не работаю на какой-либо поисковик, поэтому я не делаю конкретных выводов по тому, как поисковики оценивают ссылки. Поисковики могут использовать некоторые методики, указанные в данном посте, или не использовать их вообще.

Конечно же они используют гораздо больше методов определения спама, чем я могу описать в данном посте. В данном посте будут только самые интересные, на мой взгляд, методы определения ссылочного спама.

Усеченный PageRank



Усечение PR – это расчеты, которые отсекают прямой вес ссылок первого уровня. Хотя такие "наивные" методы, как [продвижение статьями](#), и приносят продвигаемой странице PR, было бы гораздо лучше, если бы ссылки на вас ставились со страниц, на которые также ведет большое количество ссылок. Таким образом, вы получите ссылочный вес с дополнительных уровней.

Если на вас ссылается спамная страница, то вам передастся усеченный [PR](#), который значительно меньше обычного. Соотношение усеченного PR к нормальному может стать сигналом тому, что ваш ссылочный профиль является спамным.

Собственный / Доступный вес

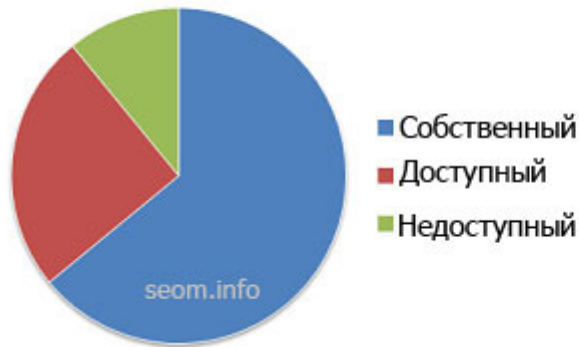
Все ссылки можно разделить на три большие группы:

- Ссылки со своего собственного контента – [ссылки со страниц, которые были отнесены поисковиками к вашему сайту](#) (по IP, whois и т.д.)
- [Ссылки с доступного контента](#) – ссылки с контента, в который легко добавить ссылку, не находящегося в вашей собственности ([блоги](#), [форумы](#), каталоги статей, [каталоги ссылок](#), гостевые книги, [гостевые посты](#) и т.д.)
- Ссылки с недоступного контента – ссылки с независимых ресурсов.

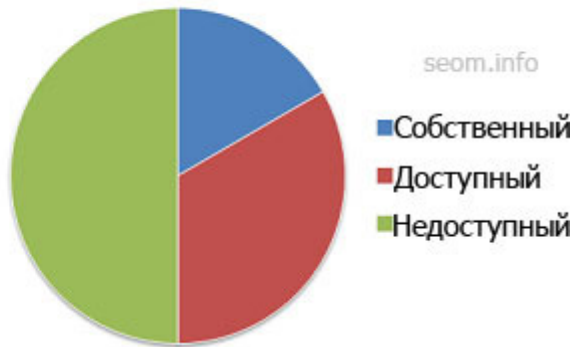
Ссылки с любого из этих источников **не могут быть ни плохими, ни хорошими**. Ссылки с собственного контента являются идеально естественными. Однако ссылка с недоступного контента может быть платной, поэтому ссылки с этой группы ресурсов не всегда хорошо.

Ценность вашего ссылочного профиля может меняться в зависимости от соотношения групп сайтов, ссылающихся на вас.

Контент первого сайта



Контент второго сайта

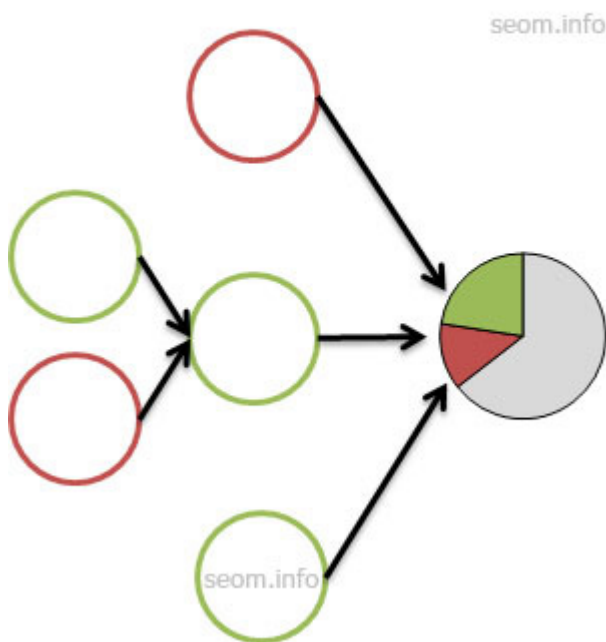


Такой вид анализа двух сайтов показывает существенную разницу в ссылочном профиле, все остальные факторы одинаковы. Ссылки, ведущие на первый сайт – это ссылки с контента, который он напрямую контролирует или имеет доступ, чтобы поставить их.

Однако второй сайт имеет существенное количество ссылок с уникальных и независимых ресурсов. Все остальные параметры сайтов одинаковы, но вот второй имеет меньше шансов быть уличенным в спаме.

Относительная масса

Относительная масса ссылок



Относительная масса – это процент содержания ссылок определенного [типа в ссылочном профиле](#). Пример ниже показывает концепцию относительной массы.

Анализ относительной массы может также помочь в определении спамности страницы. На схеме выше мы видим красные круги – это спамные страницы.

Целевая страница теперь имеет определенную порцию веса со спамных сайтов. Если соотношение таких сайтов будет велико, то ваша страница может испытать откат позиций, а вес ссылок будет снижен.

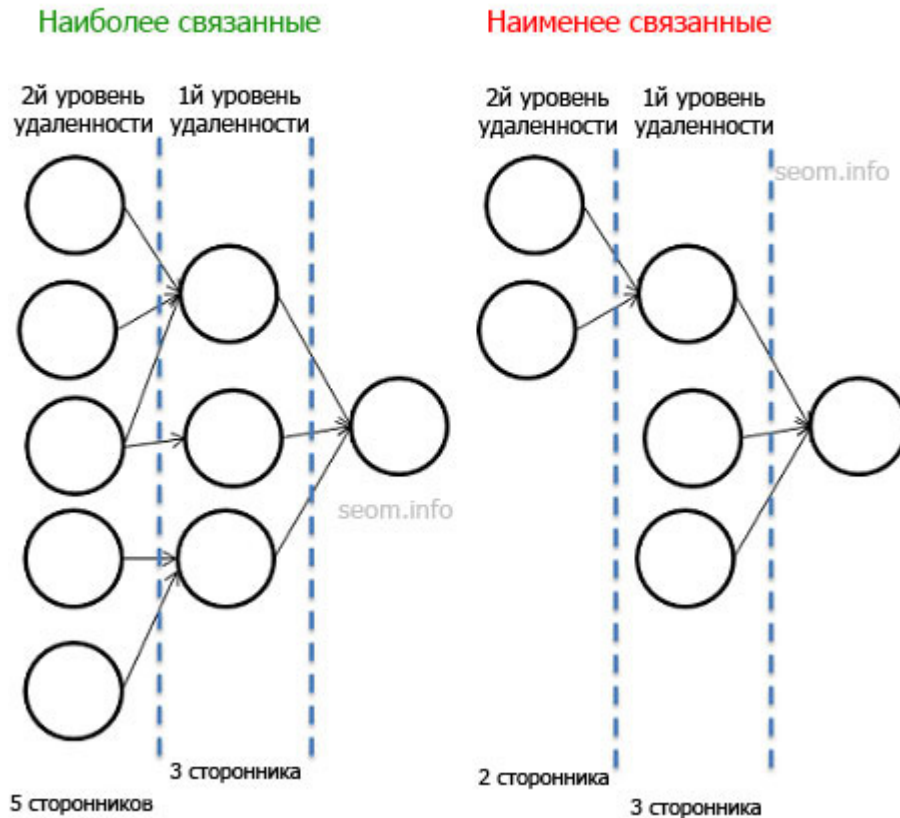
Такой тип анализа также можно отнести к методам выявления спама: определение ссылок с комментариев, каталогов, каталогов статей, взломанных ресурсов, собственных страниц, определение платных ссылок и т.д.

Подобный алгоритм может как "прощать", так и "наказывать", когда относительная масса ссылок с доступного уровня значительно превышает количество ссылок с недоступного.

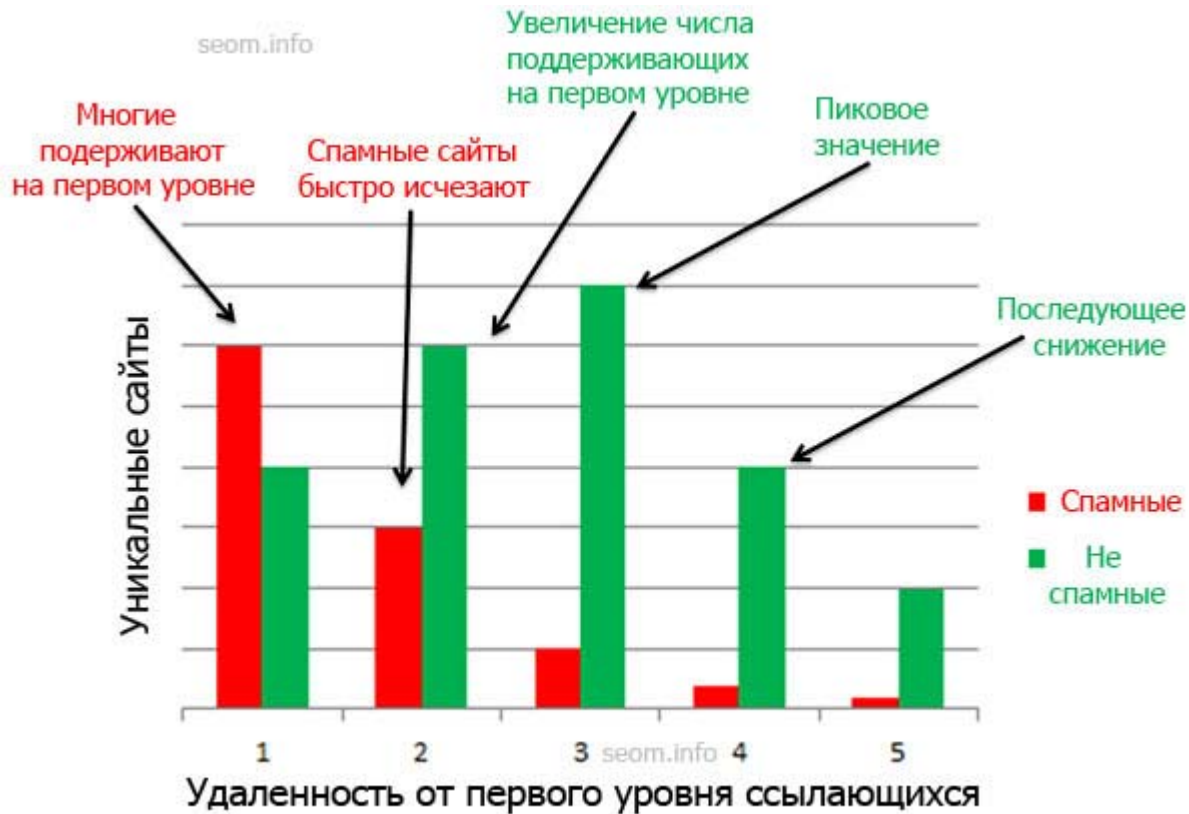
Подсчет ссылающихся сайтов / Скорость появления ссылок

Еще один метод оценки ссылок – это подсчет количества "поддерживающих" вас сайтов и скорости их появления.

Подсчет ваших сторонников



Данная гистограмма распределения сайтов четко демонстрирует разницу между спамными и высококачественными сайтами.



Количество "поддерживающих" у хорошо связанных сайтов растет очень быстро, а вот количество спамных сайтов обычно бывает велико на первых уровнях.

Количество спамных сайтов увеличивается мгновенно и точно с такой же скоростью уменьшается, при дальнейшем углублении. Такое распределение может показать, что сайт использует спамные методы [наращивания ссылочной массы](#).

Выявить спамные профили очень просто, ведь если вы прибегаете к продвижению при помощи спамных сетей, то все эти домены будут повторяться вновь и вновь на разных уровнях.

PRO-совет: я думаю, что [разнообразие и уникальность доменов](#) сильно связаны с ранжированием. Анализ количества поддерживающих вас сайтов и анализ усечения PR дадут вам идею о получении ссылок с как можно большего количества уникальных доменов.

TrustRank, Анти-TrustRank, SpamRank и т.д.

[Модель TrustRank](#) описывалась уже много раз и является одной из базовых метрик наподобие mozTrust. Основной идеей тут является то, что ссылающийся на вас сайт может иметь значения как **Траста**, так и **Спама**, которые передаются через ссылки.

Чем ближе вы к этому сайту, тем у вас больше шансов получить такую же оценку, что имеет он. Чем ближе он к спамному сайту, тем у вас больше шансов попасть в разряд спамных. Чем ближе он к разряду трастовых, тем больше у вас шансов быть отнесенным к трастовому.

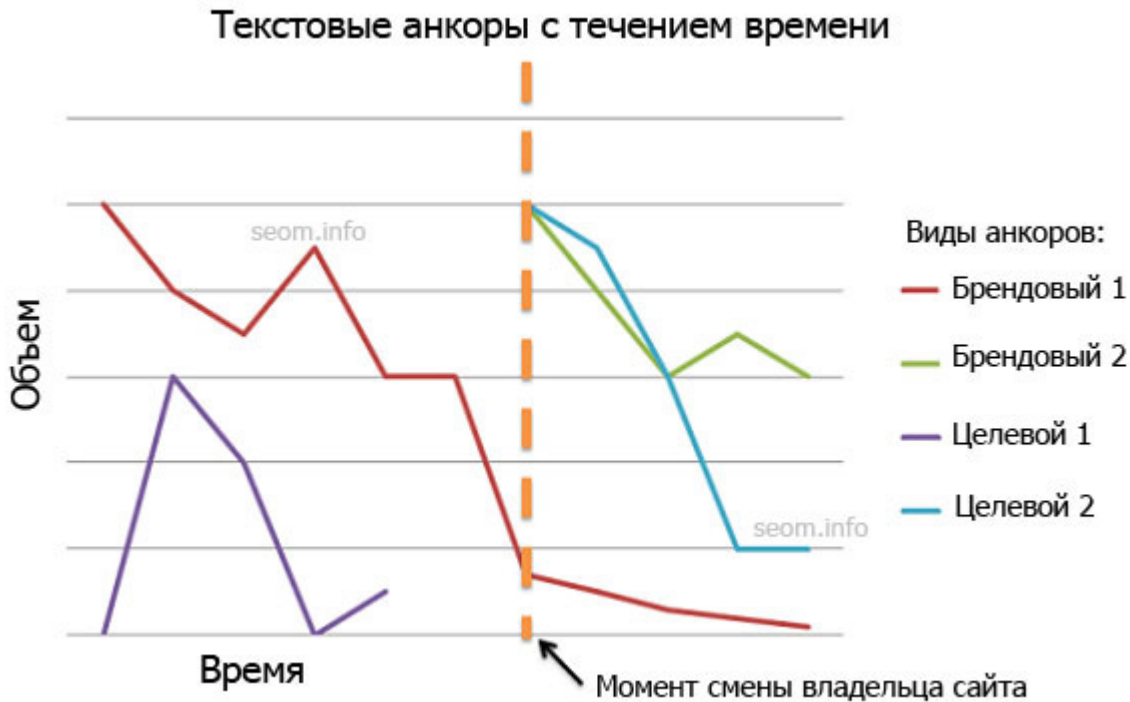
Я не хочу сейчас углубляться в детали, но скажу, что все сводится к 4 простым правилам:

- Добивайтесь ссылок с трастового контента.
- Не размещайте ссылки на спамном контенте.
- Ссылайтесь на трастовый контент.
- Не ссылайтесь на спамный контент.

Такой тип анализа использовался на SEO форумах против спамеров. Поисковый робот [заходил](#) на топовые SEO форумы, просматривал ссылки и создавал набор трастовых доменов.

Текстовый анкор vs. Время

Мониторинг [текстовых анкоров](#) со временем может дать интересные взгляды на то, как можно определить потенциальные манипуляции. Ниже приведен пример домена, который был куплен специально для передачи ссылочного веса (и спама).



У данного домена есть история текстовых анкоров, как брендовых, так и не брендовых. Как видно, старый анкор практически упал на ноль, а вместо него появилось совершенно 2 новых анкора.

Такой анализ текстовых анкоров в комбинации с подходами к определению спама могут указать на момент смены владельца домена. Ссылки, которые были у домена до этого момента смены владельца могут быть переоценены.

Пики роста ссылочного профиля

Сайты, у которых наблюдается резкий рост количества [бэклинков](#) в определенный промежуток времени, могут потерять их вес.

Поисковик может легко проверить был ли этот рост вызван реальным событием или распространением вирусного контента, или это была какая-либо ссылочная манипуляция.

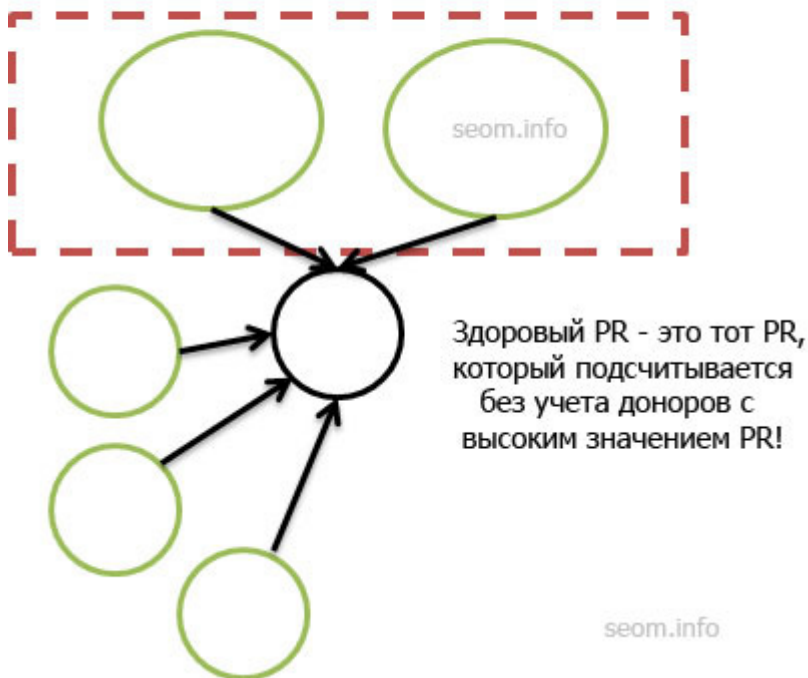


Вес ссылок, которые появились во время пика роста (произошло отклонение от их обычного появления), может быть уменьшен. Размеренный и естественный ссылочный профиль редко пробивает свои рекордные пики роста.

Здоровый и правильный PR

"Здоровый" PR – это PR, который подсчитывается без учета доноров с высоким значением PR.

"Здоровый" PR



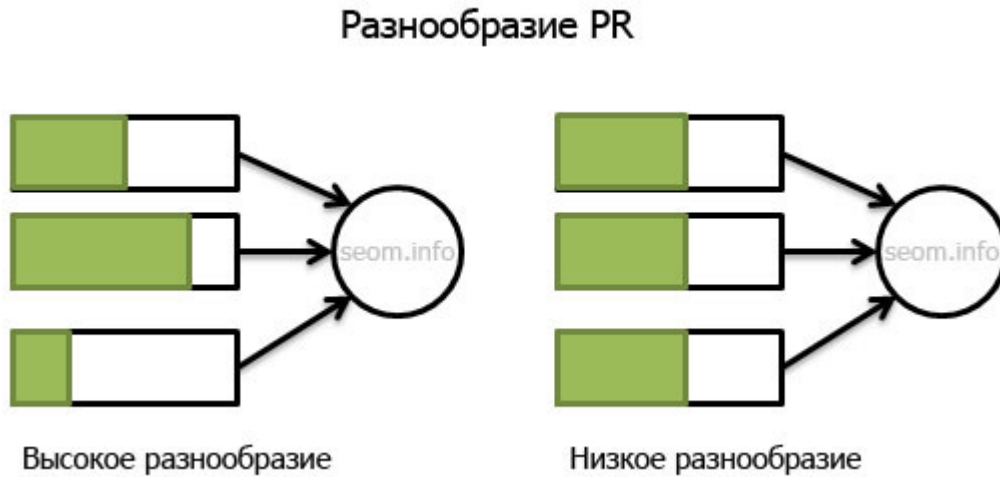
Мы можем наблюдать снижение эффекта от самых влиятельных доноров в вашем ссылочном профиле.

На изображении выше мы видим, что 2 самые сильные ссылки были отключены, а передаваемый ими PR был снижен.

Сильные сайты всегда имеют здоровые ссылочные профили, которые **не нуждаются в поддержке нескольких сайтов с высоким PR**. Вычисления "здорового" PR – это один из способов снижения эффекта от редких влиятельных сайтов.

Разнообразие PR

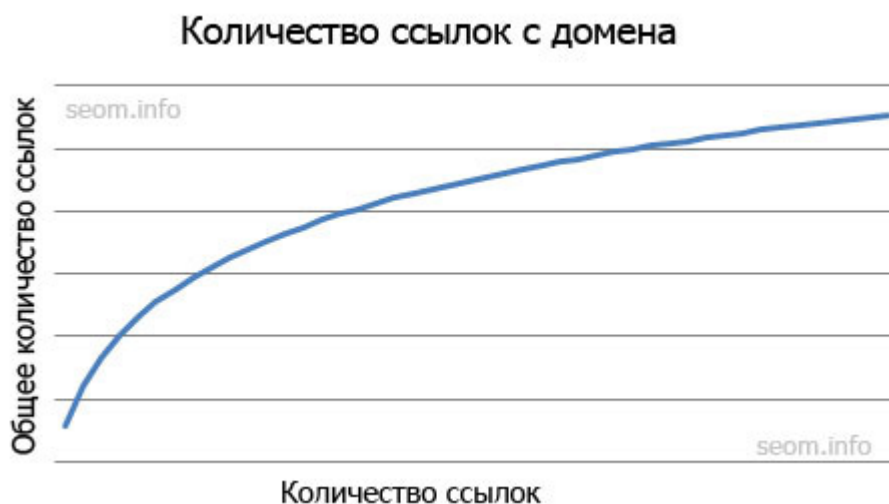
Разнообразие значений PR доноров может также быть использовано в определении спамности сайта. Естественный ссылочный профиль должен иметь ссылки со страниц с самыми разнообразными значениями PR. Ссылочные профили спамных сайтов однотипны.



Итак, если вы используете какой-либо инструмент или [биржу ссылок](#), чтобы купить 15 ссылок со страниц, имеющих PR 4 под определенный текстовый анкор, тогда вы значительно снижаете разнообразие PR вашего ссылочного профиля и рискуете быть уличенными в манипуляциях.

Количество ссылок с домена

Одним из способов снижения рисков попадания под фильтр поисковика за манипуляции со ссылками, является [приобретения нескольких разнообразных ссылок](#) с одного домена. Очень часто люди приобретают сквозные [ссылки в блогроле](#) или в [футере](#). Однако такие ссылки в такого количества страниц совсем ни к чему.



[Первая ссылка](#) с домена на ваш сайт всегда играет первую роль. Дополнительные ссылки с этого же домена продолжают увеличивать передаваемый вес, но только в определенное место вашего сайта, а не на весь домен.

Разные ссылки с одного домена разбавят ваш ссылочный профиль, увеличив ссылочное разнообразие на один домен. Переход с 1 ссылки на 3 с данного домена даст больший эффект, чем переход со 101 ссылки на 103.

PRO-совет: Многие тактики наращивания ссылочной массы со временем теряют свою эффективность. Для того, чтобы хорошо ранжироваться, вы не должны придерживаться какому то одному определенному набору стратегий и вы не должны забывать о разнообразии ссылок, ведущих с одного домена. Избегайте стратегии, когда вы приобретаете одну ссылку с одного домена.

Алгоритмы выявления ссылочного спама

Все алгоритмы анализа ссылочного спама имеют свои погрешности. Используя комбинацию методов определения спама, поисковики максимизируют свою точность.

Анализ веб-спама имеет больше погрешностей, чем, скажем, определение email спама, где почта попадает либо в папку "входящие", либо в папку "спам". Поисковикам нет смысла создавать два четких определения "спам" или "не спам". Проводя анализ, поисковики просто могут понижать сайт в выдаче или повышать.

Данные методы анализа также предназначены и для определения эффективности тех или других стратегий продвижения. Целью данного поста было не указать на те ссылки которые работают или нет, а демонстративно показать проблемы тех или иных тактик наращивания ссылочной массы.

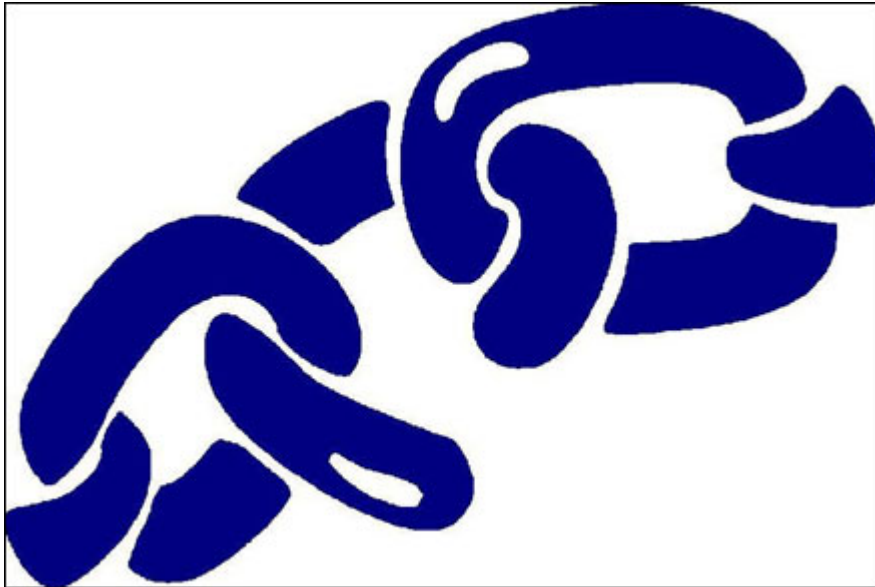
Источник: [Justin Briggs - Better Understanding Link-based Spam Analysis Techniques](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/5. Непот фильтр: особенности и методы определения

Автор: Сергей Сосновский

В этой статье [словаря](#) я хотел бы поговорить о **непоте** – еще об одном фильтре [поисковых систем](#). Какими особенностями он обладает, как определить его наличие на том или ином сайте. Все это будет довольно подробно разобрано в данной записи.



Как и в случае [фильтра АГС](#), все карты и 100% точная информация находится в руках поисковиков (в частности яндекса, так как именно на его примере будет разбираться работа фильтра). В общем случае непот – это фильтр, который занижает до нуля вес исходящих ссылок.

Особенности фильтра

Как известно, входящие ссылки на сайт достаточно сильно влияют на его ранжирование в поисковых системах. Каждая проиндексированная ссылка передает какое-то количество веса веб-проекту, на который она ссылается. Непот-фильтр занижает до нуля этот вес. Другими словами, теперь сайт, на который наложены санкции **не передает вес по ссылкам** на другие проекты.

В непоте оказываются документы, то есть отдельные страницы. Хотя может быть, что и весь ресурс будет находится под этим фильтром. Иногда складывается такая ситуация, что с одной страницы вес от ссылки передается, а уже с другой нет.

Выше я написал, что на сайт накладываются санкции. А так ли это на самом деле? Если веб-ресурс оказывается под непотом, то **конкретно на нем это никак не отражается**. Он не теряет позиции в поисковых системах, не теряет количество проиндексированных страниц и так далее, то есть продолжает жить своей жизнью. Тут обратная сторона медали. Проблемы получают проекты, на которые ссылается занепоченный сайт. Ссылка размещена, а толку от нее нет.

Фильтр непот, несмотря на то, что был создан еще в конце 20 века на западе, в России активизировался с бурным развитием ссылочных бирж типа sape.

Почему мой сайт попал под непот?

В первую очередь фильтр борется с ссылками, которые поставлены не из-за целесообразности и полезности, а из-за какой-то выгоды: нетематический обмен ссылками, их продажа и так далее. В связи с этим алгоритмы поисковых систем стараются вычислить документы, на которых они размещены и не учитывать их при ранжировании. Если на практике ручной даже нетематический обмен (конечно, небольшими объемами), не приводит к наложению непота, то продажа ссылок в автоматических системах (например, в той же sare), увеличивает эту вероятность. Если вы долго продаете ссылки и вас не тронул АГС, то проверьте свой сайт на этот фильтр. Большая вероятность того, что он там находится.

Как определить, что сайт под непотом?

Точной схемы определения не существует, но большую вероятность дают следующие шаги.

- 1) Имеется 2 страницы разных сайтов, которые проиндексированы в яндексе. Можно взять и без индекса, но тогда в конце [эксперимента](#) они точно должны там оказаться.
- 2) На сайте, который необходимо проверить на непот, размещается ссылка с уникальным анкором, например, что-то неопределенного вида “jhkljjswe” или нового слова “кардиблестность”.
- 3) Далее необходимо подождать, чтобы ссылка проиндексировалась (от 1 недели до месяца).
- 4) Если при [поисковом запросе](#) в яндексе по этому уникальному анкору выдается только сайт, на котором размещена ссылка, то это говорит о том, что этот ресурс под непотом.

Здесь не надо забывать, что 2 страницы должны быть проиндексированы в поисковой системе и должна быть уверенность, что размещаемая ссылка также в индексе.

Как выйти из под фильтра?

Непот – скорее всего, автоматический фильтр. Сайт автоматически под него попадает, также автоматически он и снимается. Если ваш проект продает ссылки, то уберите их и подождите некоторое время. Возможно, он снимется сам.

Кстати проверку на наличие сайта в непоте делает биржа размещения статей навсегда [miralinks](#). Это не обязательно, но желательное требование к ресурсам, которые находятся в их каталоге.

Если делать вывод, то можно сказать, что фильтр для сайта, на которого он наложен безвреден. Он приносит некоторые проблемы проектам, которые купили (приобрели, разместили) ссылки на нем.

Часть III/6. Как быстро Google снимает фильтры с сайта

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, в эфире мой новый перевод титров на русский язык для видеоматериалов с англоязычного канала Google для вебмастеров [GoogleWebmasterHelp](#). Другие переводы видео вы можете посмотреть в рубрике [Google](#) на shakin.ru. Например, [Важны ли ключевые слова в названии домена](#).

В сегодняшнем видео Мэтт Каттс, руководитель Google Webspam team, рассказывает о том, как быстро Google снимает фильтры с сайта.

Как быстро Google снимает фильтры с сайта



Вопрос: Сегодня вопрос от Уолтера Чавеса, который спрашивает: “Привет, Мэтт. Существует ли такой момент, как постоянное наказание от Google? Например, если на сайте были сделаны необходимые изменения в соответствии с рекомендациями Google, то будут ли сняты санкции во всех случаях?”

Мэтт Каттс: Отличный вопрос. Для того, чтобы ответить на него, позвольте мне немного пояснить об автоматических и ручных алгоритмах наложения фильтров.

Мы подтверждаем, что команда Google Webspam готова действовать вручную при наложении фильтров, например, если мы получаем жалобу о поисковом спаме, о материалах для взрослых или подобных вещах.

Но, конечно же, мы также анализируем эту информацию и пытаемся использовать ее для улучшения наших алгоритмов. Инженеры написали классификаторы для различных видов контентного спама, перенасыщения ключевыми словами и для различных редиректов на JavaScript, то есть для всех подобных вещей.

Если на Ваш сайт был наложен фильтр, независимо от того, какие характеристики послужили причинами этого, то, возможно, это было перенасыщение ключевыми словами или другие факторы. В этом случае Вы можете изменить Ваш сайт.

Через некоторое время после его повторного посещения, индексации поисковым роботом и повторной обработки нашим алгоритмом, в большинстве случаев, Ваш сайт сможет восстановиться и повысить свои позиции.

Что касается ручного наложения фильтра, насколько я знаю, за время работы над ним мы достигли всего того, что хотели реализовать, по сути, в этом плане у нас сейчас тайм аут. Таким образом, если у Вас на сайте был скрытый текст, и Вы получили санкцию за наличие скрытого текста, то после, скажем, тридцати дней, действие фильтра может закончиться.

В случае, если на сайте Вы делаете что-либо более серьезное, например, клоакинг или какие-либо вредоносные действия, то наложение фильтра будет более длительным, но, в конечном итоге, он тоже имеет свой период действия. Мы стараемся сделать алгоритмы такими, чтобы у Вас была возможность исправить ситуацию в случае наложения фильтров, или если на своем сайте Вы допустили нарушения, то в конце концов фильтры могут быть сняты.

Конечно, в любой момент Вы можете отправить запрос на пересмотр. Если фильтр на Ваш сайт был наложен вручную, то мы рассмотрим Вашу заявку. Если мы выясним, что Ваш сайт соответствует нашим рекомендациям, то мы можем снять фильтр и Ваш сайт незамедлительно восстановится и Вам больше не нужно будет волноваться по этому поводу.

Позвольте мне упомянуть, что если Вы отправляете запрос на пересмотр, по крайней мере, в настоящий момент, мы проверяем, был ли наложен фильтр вручную. К примеру, если мы получаем жалобу о том, что такой-то сайт нарушает наши рекомендации, то мы обязательно проверяем, соответствует ли это действительности.

Но если санкции на сайт наложены нашими автоматическими алгоритмами, а не вручную, в результате обнаружения каких-либо нарушений, то обычно Вы не сможете исправить ситуацию по отношению к алгоритму без изменения сайта. Алгоритм будет просто продолжать свою работу, и Вам будет необходимо исправить ситуацию на Вашем сайте, чтобы алгоритмы не определяли его как использующего поисковый спам.

Если Вы отправляете запрос на пересмотр, то Вам нужно иметь это в виду. В настоящее время ситуация обстоит именно таким образом и имеет отношение к фильтрам, наложенным вручную.

Это был мой перевод видео Мэтта Каттса.

[Глобатор](#)

Часть III/7. Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов

[Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo](#)

Материалы этой рубрики вызывают наибольший интерес у посетителей сайта, если судить по количеству комментариев, либо просто сама тема **получения бесплатных обратных ссылок** на сайт, таким способом, является довольно спорной и многие спешат выразить свое мнение на этот счет.



Мнения по поводу такого способа **бесплатного продвижения сайта** встречаются самые полярные. От полного отрицания пользы бесплатных обратных ссылок с профилей или блогов трастовых сайтов до угроз за то, что я палю рабочую тему. В общем, я и сам на сто процентов не уверен в абсолютной пользе всех тех обратных ссылок на сайт, о получении которых я рассказывал.

Что дают бесплатные обратные ссылки с жирных (трастовых) сайтов

Но тем не менее, если рассматривать мой блог в качестве примера, то можно сказать, что положительный результат есть и он, как говорится, на лицо. Если вы помните, то я уже неоднократно писал о том, что эти бесплатные **обратные ссылки с жирных сайтов** в первую очередь нужны именно для [наращивания трастовости собственного проекта](#).

Тут, в принципе, все очевидно - ссылки с трастовых сайтов передают немного траста и вашему сайту (читайте об этом подробнее здесь - [Траст и авторитетность сайта в поисковых системах](#)).

Вопрос, зачем нужен траст сайту, мы обойдем стороной, ибо об этом вы можете прочитать, перейдя по предшествующей ссылке. Вкратце можно резюмировать, что чем выше будет траст вашего проекта, тем выше будет его посещаемость при прочих равных условиях.

Если рассматривать мой блог в качестве примера эффективного использования такого метода бесплатного продвижения, как **обратные ссылки с жирных (трастовых) сайтов**, то однозначные выводы сделать будет трудно.

Да, в последние несколько месяцев у меня наблюдается существенный рост посещаемости (сейчас [посещаемость доходит до 3500 тысяч уников в сутки](#), что уже стало сравнимо с посещаемостью [блога](#)

[Глобатора](#), который у меня довольно давно выступает в качестве ориентира, на который мне хотелось бы равняться).

Но я не могу сказать, что это однозначно заслуга **бесплатного метода продвижения сайта** путем получения жирных ссылок с сайтов, которые я здесь описываю. Дело в том, что начиная с августа этого года я довольно плотно занялся поисковой оптимизацией текстов своих старых статей, которые были написаны без учета нужной плотности ключевых слов.

О том, каким идеалам должна соответствовать правильно оптимизированная под поисковики статья я уже довольно много писал. В теории все довольно просто и если резюмировать, то нужно добиться оптимальной частоты использования в тексте ключевых слов, заключить часть из них в различные теги акцентирования (Title, Strong, Em, H1-H6) и выдержать при этом оптимальную длину текста.

В общем, можете сами ознакомиться с теми аспектами, которые по-моему нужно учитывать при **проведении внутренней поисковой оптимизации**:

- [Внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO\)](#)
 - [Внутренняя оптимизация сайта](#)
 - [Почему так важна внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO оптимизация\)](#)
 - [Внутренняя поисковая оптимизация \(SEO\): подбор и выделение ключевых слов, проверка тошноты страницы](#)
 - [Боремся с дублированием контента на сайте](#)
 - [Внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO\): внутренняя перелинковка под низкочастотные поисковые запросы](#)
 - [Что влияет на релевантность \(соответствие\) текста поисковому запросу, как попасть в ТОП выдачи поисковых систем](#)
 - [Как определить оптимальную частоту употребления ключевого слова \(из поискового запроса, по которому продвигается статья\)](#)
 - [Какая длина текста будет достаточной для достижения максимальной релевантности \(соответствия\) поисковому запросу](#)
- [Работа с внутренними факторами продвижения и основные моменты оптимизации контента сайта](#)
 - [Тег заголовка страницы Title, как основной фактор внутренней оптимизации контента сайта](#)
 - [Тег Description \(описание страницы\) - использование его поисковыми системами в качестве сниппета](#)
 - [Использовать заголовки \(H1 - H6\) для структурирования текста и выделения ключевых слов](#)
 - [Использовать теги выделения STRONG и EM для усиления ключевых слов и другие моменты поисковой оптимизации контента](#)

При выполнении всех этих условий статья сама (без использования внешней поисковой оптимизации в виде покупки обратных ссылок с нужными анкерами) за счет только грамотной внутренней оптимизации текстов и серьезной внутренней перелинковке страниц всего сайта, способна выйти в топ поисковой выдачи. Но, правда, на данный момент такое возможно только для **низкочастотных и сверх низкочастотных поисковых запросов**.

Но, т.к. статей много и заточены они будут сразу под несколько низкочастотных поисковых запросов, то результат должен быть очень существенным. Во всяком случае пока тот темп роста посещаемости, который наметился, только подтверждает правильность моих действий по продвижению своего блога бесплатными методами (пока не купил еще ни одной ссылки на блог, но учтите, что времени и сил бесплатное продвижение отнимает очень много).

Но я не зря упомянул чуть выше о том, что кроме поисковой оптимизации текстов статей нужно еще охватить глобальной **внутренней перелинковкой все страницы сайта**. Дело в том, что бесплатные обратные ссылки с трастовых (жирных) сайтов не всегда получается проставить на внутренние страницы сайта. Чаще всего у вас будет возможность проставить ссылку только на главную страницу.

Но в этом нет ничего страшного, ибо [статический вес](#) бесплатной обратной ссылки, проставленной с профиля или блога жирного ресурса на главную страницу вашего проекта будет успешно и равномерно перераспределен между всеми страницами сайта за счет всеобъемлющей внутренней перелинковки.

Да, хочу упомянуть, что под усилением внутренней перелинковки страниц при оптимизации старых статей имеется следующее. Я просто добавляю в старые статьи ссылки на материалы, которые появились позже них и ссылка на которые была бы уместна по тексту. Раньше добавить эти ссылки не было возможность, в силу того, что ссылаться-то было еще не на что. Таким образом, **усиливается перелинковка всего сайта**.

Раньше ссылки вручную могли быть проставлены (автоматические методы перелинковки я тоже использую) только из более новых статей в более старые, а вот после поисковой оптимизации текстов старых материалов, появились ссылки из более старых материалов в более новые, что есть гуд, по-моему.

Но вернемся к нашим баранам. В результате внутренней перелинковки, страницы со статьями (оптимизированными под поисковые запросы текстами) тоже получают свою долю статического веса от **бесплатных обратных ссылок с жирных сайтов** и смогут за счет этого еще немного подняться в поисковой выдаче.

Ну и, конечно же, растущий за счет бесплатных обратных ссылок с жирных сайтов траст вашего собственного ресурса тоже внесет свою лепту в то, что ваши статьи смогут подняться в поисковых выдачах по тем или иным вопросам.

Поэтому, эффективность использования такого метода **бесплатного продвижения сайта**, как обратные ссылки с трастовых сайтов, можно оценивать на примере моего блога только в комплексе с предпринимаемыми усилиями по поисковой оптимизации текстов статей и усилением внутренней перелинковки страниц.

Переиндексация в панели для вебмастеров Яндекса и улучшение определения авторских прав Яндексом

Кстати, хочу поделиться с вами некоторыми наблюдениями, которые, правда, на данный момент, возможно, потеряли свою актуальность, но возможно, что все еще вернется не круги своя. Дело в том, что в ходе моей планомерной работы над текстами старых статей для повышения их привлекательности в глазах поисковых систем, я заметил, что Google практически сразу реагирует на изменения, внесенные в тексты статей (увеличился поисковый трафик именно с Google), а вот Яндекс у было все по барабану.

Причем, на протяжении пары месяцев поисковый трафик с Google рос по мере оптимизации текстов статей, а вот трафик с Яндекса оставался на прежнем уровне. Но, относительно недавно, я узнал, что в [панели для вебмастеров Яндекса](#) появился замечательный инструмент, позволяющий отправить на переиндексацию до 5 страниц вашего сайта за сутки.

После того, как я прогнал через **инструмент переиндексации Яндекса** все уже оптимизированные мною страницы, начался довольно резкий **рост поискового трафика с Яндекса**. Причем, сейчас Яндекс мне дает уже даже больше посетителей, чем Google, хотя последнее время был замечен существенный перекося в сторону трафика с Google.

Получается, что Google сам умеет оперативно отслеживать все производимые изменения на страницах сайтов, а вот Яндекс у явно в этом нужно помогать. Плохая же новость заключается в том, что этот замечательный инструмент для переиндексации из панели вебмастеров Яндекса исчез.

Правда, есть один обнадеживающий момент. На официальном [блоге Яндекс.Поиск](#) под новостью о появлении этого инструмента переиндексации стоит пометка, что "21 октября работа инструмента была временно приостановлена по техническим причинам". Обнадеживающим является слово "временно", хотя, как известно, у нас нет ничего более постоянного, чем временное.

Так что будем надеяться, что все образуется в лучшем виде, ибо этот инструмент переиндексации Яндекс и особенно вебмастерам нужен позарез. Да, и раз уж речь зашла о блоге Яндекса, то уместным будет сказать и еще об одном нововведении Яндекса, которое он намерен внедрить в ближайшее время или же уже внедрил - "**Улучшение определения авторства Яндексом**".

В общем, Яндекс теперь будет пытаться определить автора той или иной статьи и удалять из индекса все дубликаты, растиражированные ушлыми вебмастерами. Новость безусловно хорошая с учетом, если все будет работать как надо. Но меня терзают смутные сомнения, что авторы уникальных статей могут пострадать от этого нововведения даже больше, чем это было до этого.

Все зависит от того, как Яндекс будет определять авторство. Если по тому, чья именно статья появилась в индексе раньше, то это чревато воровством контента у совсем молодых сайтов, обладающих еще низкой трастовостью и авторитетом у поисковиков. Индексация новых материалов на таких молодых проектах, в особенности Яндексом, оставляет желать лучшего.

У меня год назад Яндекс индексировал новые статьи только через несколько суток. Правда, сейчас новые материалы индексируются Яндексом через минут 20, но моему блогу уже более года. В связи с этим возможны ситуации, когда не чистые на руку вебмастера, имеющие уже хорошо индексируемые ресурсы, будут безнаказанно воровать уникальный контент у молодых проектов.

Для этого достаточно будет отслеживать анонсы новых материалов на различных соцзакладках и социальных сетях, куда вебмастера с молодых проектов обязательно будут их выкладывать, надеясь на ускорение индексации статей поисковыми системами.

Поэтому, в связи со всем выше сказанным, наверное, будет целесообразно **откладывать анонсирование новых материалов** (особенно авторами молодых проектов) до их полной индексации поисковыми системами и безоговорочного присвоения вам авторства на данные материалы. В противном случае статья именно с вашего сайта может быть вообще удалена из индекса Яндекса, если ее успеет опубликовать у себя автор какого-либо более быстро индексируемого ресурса.

Возвращаясь к эффективности обратных ссылок с трастовых ресурсов в продвижении сайта хотел бы отметить, что эти **халявные ссылки с профилей и блогов жирных сайтов**, по идее, особо не должны влиять на [показатель ТИЦ](#) сайта, ибо по своему определению ТИЦ должен расти только за счет обратных ссылок с тематических ресурсов.

Но на практике у меня наблюдается довольно приличный **рост ТИЦ** с того момента, как я стал использовать в своем продвижении бесплатные обратные ссылки с трастовых сайтов (об их трастовости я косвенно сужу по значению показателя ТИЦ, хотя это позволяет сделать только сравнительную оценку траста). Рост ТИЦ довольно таки планомерный (по 10 за один апдейт) и это при том, что каких-либо других способов получения обратных ссылок на свой блог я за это время не использовал.

Бесплатные жирные обратные ссылки с трастовых сайтов

1. **Medlinks** - большой медицинский портал, имеющий **ТИЦ=3800**, в связи с чем этот ресурс можно считать весьма жирным и трастовым. И он нам особенно интересен тем, что с него можно получить не просто бесплатную обратную ссылку открытую для индексацию поисковыми системами, а **обратную ссылку с нужным нам анкором**, что еще больше повышает ее ценность

для поискового продвижения.

Сайт: <http://ktonanovenkogo.ru/>

Возраст: 37

Пол: Мужской

Стаж пользователя Интернет: 10

Адрес (страна, город и т.д.): Москва

Краткая информация о пользователе:

Веду блог [KtoNaNovenkogo.ru](http://ktonanovenkogo.ru/) - советы по созданию сайтов, фо

Alexa: 30 251 | medlinks.ru Google: n/a Yandex: 3 800 | 6

- Детскому андр
- Дерматовенер
- Детскому хиру
- Диетологу
- Кардиоаритм
- Логопеду
- Наркологу
- Невропатолог

Как обычно, сначала регистрируемся (<http://www.medlinks.ru/user.php> - в комментариях мне советовали не ставить прямых ссылок, поэтому я не премину воспользоваться этим советом). Сразу же в форме регистрации заполните поле "Краткая информация о себе", вписав туда текст обратной ссылкой с нужным анкором (бесплатная обратная ссылка может вести на любую страницу вашего сайта, а не только на главную).

Для [вставки ссылки в текст используйте Html код](#), например, так:

```
1 Веду блог <a href="http://ktonanovenkogo.ru/">KtoNaNovenkogo.ru</a> - советы по  
созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов
```

Поле с адресом домашней странички при регистрации можете не заполнять, ибо эта ссылка все равно будет закрыта от индексации поисковыми системами (см. скриншот выше, где открытая для индексации обратная ссылка подсвечена светло-коричневым цветом с помощью замечательного плагина [Seobar](#)).

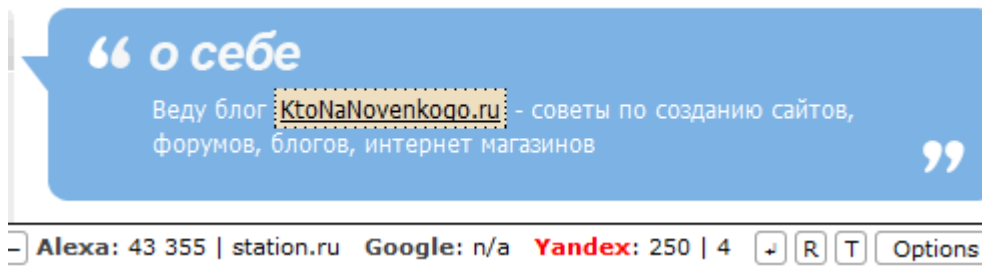
Чтобы узнать публичный URL странички своего профиля, где будет красоваться открытая для индексации поисковиками **абсолютно бесплатная жирная обратная ссылка**, вам нужно будет заменить мой логин Dima73 в приведенной ниже ссылке на свой, который вы задали при регистрации:

```
1 http://www.medlinks.ru/user.php?op=userinfo&uname=Dima73
```

Прогоните этот URL по аддурилкам [Яндекса](#) и [Google](#). Кстати, аддурилка Яндекса полезна еще и тем, что в случае, если данная страница закрыта от индексации поисковыми системами в [файле robots.txt](#), то вам будет об этом сообщено (что-то вроде губозакаточной машинки получается).

2. **Rusnovosti** - новостной портал с **ТИЦ=4000**, что само по себе очень даже круто, но, к сожалению, страничка с вашим профилем будет иметь **ТИЦ=250**, но это ведь тоже не мало, тем более, что у вас будет возможность проставить **бесплатную обратную ссылку с анкором**.

Для начала регистрируемся (<http://rusnovosti.ru/registration>), после чего перейдите по ссылке "Отредактировать свой профиль", авторизуйтесь и заполните поле "О себе", добавив туда текст с ключевыми словами и обратную ссылку на свой сайт, используя возможность встроенного визуального редактора.

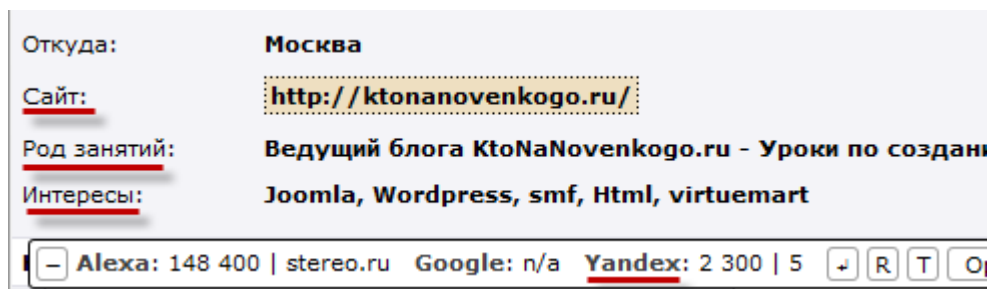


URL странички с вашим профилем вы можете получить, заменив мой логин Dimon76 на свой в приведенной ниже ссылке:

1 <http://rusnovosti.station.ru/community/members/Dimon76/default.aspx>

Ну и, как обычно, прогоните этот URL по аддурилкам (формам для добавления URL - от слов "add url") [Яндекса](#) и [Google](#).

3. **Stereo** - довольно известный ресурс с информацией об аудио- и видеоаппаратуре, у которого **ТИЦ=2300**. С его профиля можно будет получить открытую для индексации поисковыми системами обратную ссылку, правда, без анкера, но мы компенсируем это добавлением околоссылочного текста.



Регистрируемся ([_http://www.passport.stereo.ru/registration](http://www.passport.stereo.ru/registration)), а затем переходим по ссылке "Управление учетной записью" и в самом низу окна заполняем поля "Дополнительная информация", куда вводим в соответствии с приведенным выше скриншотом обратную ссылку на свой сайт и вписываем околоссылочный текст (для придания тематичности странички вашего профиля).

URL странички с бесплатной обратной ссылкой вы можете узнать, посетив эту страницу ([_http://www.stereo.ru/forum/](http://www.stereo.ru/forum/)) и перейдя по ссылке со своим логином, расположенным в самом низу окна. Ну, и аддурилки вам в помощь, что гарантирует то, что поисковики обязательно обнаружат и проиндексируют ваш халявный беклинк.

4. **Spravedlivo-online** - **ТИЦ=230**. Традиционная **бесплатная обратная ссылка из профиля** без анкера, но с околоссылочным текстом. Регистрируемся ([_http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/index.php?register=yes](http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/index.php?register=yes)), подтверждаем регистрацию и авторизуемся, после чего попадаем на страничку редактирования данных профиля.

WWW-страница:

Пол: Мужской

Профессия: Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - советы блогов, интернет магазинов. Рассматриваю таких платформах как: Joomla, SMF, WordPress. Рассматриваю тонкости работы с HTML

Alexa: 389 762 | spravedlivo-online.ru Google: n/a Yandex: 230 | 4

Здесь в области "Личные данные" в поле "WWW-страница" вводите обратную ссылку на свой проект, а в поле "Профессия" - добавляете околоссылочный текст. Чтобы найти URL странички с обратной ссылкой, вам нужно пройти на эту страницу ([_http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/](http://www.spravedlivo-online.ru/communication/forum/)) и перейти по ссылке со своим логином, расположенным в самом низу. Аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#) - для того, чтобы уж наверняка проиндексировалась обратная ссылка.

5. **Paleo - ТИЦ=750.** Из профиля можно будет получить открытую для индексации поисковиками **бесплатную жирную обратную ссылку с анкором**, что очень даже не плохо для продвижения. Как обычно регистрируемся ([_http://www.paleo.ru/forum/index.php?action=register](http://www.paleo.ru/forum/index.php?action=register)), подтверждаем регистрацию и авторизуемся.

ТИЦ:

Email:

Сайт:

Текущий статус: ☒ Online

Alexa: 287 439 | paleo.ru Google: n/a Yandex: 750 | 5

Далее переходите в настройки профиля и вводите в самые нижние поля название своего сайта (анкор бесплатной обратной ссылки) и его URL. Адрес публичной странички своего профиля с бесплатной обратной ссылкой вы сможете найти на этой странице ([_http://www.paleo.ru/forum/](http://www.paleo.ru/forum/)), щелкнув в самом низу по своему логину в поле "Последний пользователь".

6. **Formulakino - ТИЦ=550.** Обратная ссылка будет безанкорная, но мы попытаемся это несколько сгладить добавлением околоссылочного текста. Итак, регистрируемся ([_http://www.formulakino.ru/forum/ucsr.php?mode=register](http://www.formulakino.ru/forum/ucsr.php?mode=register)), потом подтверждаем регистрацию из письма и авторизуемся.

Род занятий: Веду блог KtoNaNovenkogo.ru- советы по созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов
joomla, smf, seo, wordpress, html, css, VirtueMart, хостинг,
Интересы: домены, вебмастер, начинающий, web-мастер, webmaster, php, mysql

Сайт:

Alexa: 68 995 | formulakino.ru Google: n/a Yandex: 550 | 4

Переходите в личный отдел ([_http://www.formulakino.ru/forum/ucsr.php](http://www.formulakino.ru/forum/ucsr.php)) и выбираете из левой колонки пункт "Профиль". Заполняете поля "Род занятий" и "Интересы" околоссылочным текстом, а в поле "Сайт" вставляете свою обратную ссылку.

URL публичного профиля вы можете найти внизу этого окна (_http://www.formulakino.ru/forum/) в поле "Зарегистрированные пользователи". Убедитесь, что **халявная обратная ссылка** присутствует и прогоните этот URL по аддурилкам [Яндекса](#) и [Google](#).

7. **Secnews - ТИЦ=1100. Бесплатная обратная ссылка** получится безанкорная, но с околоссылочным текстом. Регистрируемся (_http://www.secnews.ru/forum/index.php?register=yes), после чего нас автоматически авторизует на сайте.

Форум Личные данные Информация о работе

Дата рождения: нет информации

WWW-страница: http://ktonanovenkogo.ru/

Поп: нет информации

Профессия: нет информации

Место жительства: нет информации

Интересы: Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - советы по созданию сайтов, блогов, интернет магазинов
Подробно и доступно рассказывается обо всем, что может начинающему вебмастеру в его работе над сайтом, форумом, интернет-магазином. Рассматривается создание проектов на различных платформах как: Joomla, SMF, WordPress, VirtueMart. Разбираются тонкости работы с HTML, CSS, php, mysql.

[-] Alexa: 628 978 | secnews.ru Google: n/a Yandex: 1 100 | 5 [v] [R] [T] [C]

Заходите в профиль и жмете по надписи "Изменить профиль". В поле "WWW-страница" вводите URL вашей обратной ссылки, а в поле "Интересы" вводите околоссылочный текст. Найти URL публичной странички своего профиля вы сможете здесь (_http://www.secnews.ru/forum) в поле "На форуме за последние 10 минут".

На сегодня все, но тема **бесплатного получения халявных обратных ссылок с жирных сайтов** будет продолжена в последующих статьях рубрики [Жирные обратные ссылки](#).

Часть III/8. Обратные ссылки с профилей трастовых ресурсов за бесплатно

[Автор: Дмупий KtoNaNovenkogo](#)

Сегодня будет очередная статья из серии [получения бесплатных обратных ссылок](#) на свой сайт с трастовых ресурсов. Как вы, наверное, уже знаете и понимаете, что вероятность легитимного получения [открытой для индексации поисковыми системами обратной ссылки](#) с трастового ресурса практически равна нулю (исключения только подтверждают правило). Никто не согласится на халяву размещать вашу обратную ссылку, да и не везде можно будет даже купить желанный бэклинк.



Вообще, в рунете довольно трудно получать добровольно предоставленные открытые для индексации обратные ссылки за бесплатно. Причем, я говорю про обратные ссылки с любых ресурсов, а не только с трастовых. Вы, наверное, много раз слышали утверждение о том, что для получения **естественных бесплатных обратных ссылок** достаточно будет писать качественные, уникальные и полезные статьи. Халявные бэклинки после этого должны будут политься на вас, как из рога изобилия.

Бесплатное продвижение сайтов в рунете возможно?

Ни фигя подобного, доложу я вам. Во всяком случае, в рунете я даже намека на такое явление не замечаю. Мне кажется, что все материалы, которые в изобилии встречаются в сети, где проповедуется такая истина, являются переводами буржуйских статей. Причем, исповедуют веру в способность качественного контента существенно увеличивать ссылочную массу, как правило, именно начинающие вебмастера.

Но, к сожалению, получение бесплатных обратных ссылок за счет написания качественных статей возможно только в буржунете, и практически совсем не работает в рунете. У нас обратные ссылки являются ходовым товаром, который способны раздавать бесплатно лишь единицы. В рунете основным способом продвижения является покупка бэклинков в биржах типа Sape или в [биржах ссылок "навсегда"](#).

В буржунете же биржи ссылок, по сравнению с рунетом, выступают далеко не на первом месте при продвижении сайтов. **Обратные ссылки** с таких бирж в буржунете стоят не сопоставимо дороже, чем в

рунете. Связано это, скорее всего с тем, что [лидер мирового поиска \(Google\)](#) очень плохо относится к покупке ссылок, стремясь к получению наиболее релевантной поисковой выдачи.

Поэтому пробиться в Google.com за счет покупных ссылок с бирж будет очень и очень проблематично. В рунете же, продажные обратные ссылки по прежнему очень хорошо работают для коммерческих проектов (для [некоммерческих покупки обратных ссылок в Sape](#) будет напрасной тратой денег).

В общем, буржуи опережают нас на несколько лет в плане используемых [методов поискового продвижения](#), но и мы когда-нибудь придем к таким же результатам. Но до тех пор, пока ссылки можно будет с успехом и практически безнаказанно со стороны поисковых систем продавать через биржи типа Sape или биржах ссылок "навсегда", получение халявных *обратных ссылок открытых для индексации поисковиками* нам не видать, пусть даже вы напишите шедевр, а не статью.

А вот когда [обратные ссылки будет реально опасно продавать](#) из-за опасения серьезных санкций со стороны поисковых систем, то и проставлять открытые бэклинки на качественные материалы станет не западло, ибо это уже не будет входить в противоречие с желанием [монетизировать свой проект](#).

Скорее всего открывать для индексации обратные ссылки на полезные ресурсы и материалы со временем станет правилом хорошего тона в рунете, так же как это имеет место быть в буржунете. Ну а пока остается уповать на тех отдельных вебмастеров, которые уже сейчас готовы пойти в разрез со стремлением заработать и открывающих обратные ссылки для индексации поисковиками. В общем-то, такие люди несомненно заслуживают уважения.

В связи со всем вышесказанным могу сделать неутешительный вывод - **продвигать сайт бесплатными методами** в рунете на данный момент невероятно сложнее, чем в буржунете. Остается очень мало инструментов внешней оптимизации, которые можно реально применить для бесплатного наращивания ссылочной массы. К числу этих инструментов можно отнести и получение бесплатных обратных ссылок с профилей трастовых сайтов - то, о чем я пишу на страницах рубрики [Бесплатные обратные ссылки](#).

Да, обратные ссылки с профилей будут иметь несоизмеримо меньший [статический вес](#) в глазах поисковых систем, нежели те же самые ссылки проставленные с основных страниц ресурса. Это, наверное, понятно всем и ожидать чудес сверх эффективности от бесплатных бэклинков с профилей было бы не правильно. Но, повторяюсь, что к сожалению, в условиях продвижения сайта в рунете найти что-либо более эффективное и при этом бесплатное практически не возможно.

Увы и ах, но даже многие профессиональные SEO конторы не брезгают *получением бесплатных обратных ссылок* с профилей, и даже некоторые из них делают основную ставку именно на такой способ продвижения. Все дело в том, что массовая закупка обратных ссылок в Sape и ей подобных биржах не всегда может привести к желаемому результату в продвижении, и зачастую снятие обратных ссылок купленных в Sape приводит не к падению сайта в поисковой выдаче, а наоборот, к росту позиций.

Этот парадокс объясняется скорее всего тем, что несмотря на принятые догмы, **обратные ссылки с ГС сайтов** могут обладать отрицательным весом (уменьшать статический вес страниц акцепторов), поэтому массовое снятие ссылочной массы, закупленной в биржах ссылок (а там ведь практически одни ГС) может привести к росту позиций. Некоторые оптимизаторы как раз в основном занимаются именно тем, что потихоньку отсеивают из закупленной ссылочной массы откровенные ГС, обратные ссылки, с которых могут привести к понижению позиций в поисковой выдаче.

Но все выше сказанное вовсе не должно вас привести к мысли, что все плохо и безнадежно. Просто я хотел, чтобы вы трезво смотрели на вещи и не ждали чудес от этих бесплатных бэклинков. Бесплатные обратные ссылки и с профилей трастовых ресурсов нужны - в этом нет сомнений, но во-первых, вам придется потрудиться для их получения (бесплатно не означает не трудозатратно).

А во-вторых, эти халявные бэклинки принесут вам должный результат в продвижении проекта только в том случае, если контент вашего сайта уникальный и хорошо оптимизирован под поисковые запросы, а

так же очень важно иметь разветвленную систему [внутренней перелинковки](#) для того, чтобы обратные ссылки с профилей, ведущие в основном на главную страницу, без проблем передавали статический вес страницам со статьями, которые вы будете бесплатно продвигать по [низкочастотным поисковым запросам](#).

Такая схема [бесплатного продвижения сайта](#) работает и проверена на данном блоге в течении полутора лет. За прошлый год у меня был [десятикратный рост посещаемости](#) - с 400 до 4000 посетителей в сутки.



Именно тогда я активно стал искать и получать бесплатные обратные ссылки с трастовых ресурсов, а так же вплотную и всерьез занялся [внутренней поисковой оптимизацией](#) всех статей (включая старые) и ручным усилением внутренней перелинковки (ранее я просто игнорировал возможность затачивания статьи под поисковые запросы, считая себя выше этого - глупый был).

Некоторые вебмастера не верят, что такой посещаемости можно достичь только за счет бесплатных методов продвижения. Думаю, что при желании это не сложно будет проверить, но можете поверить мне на слово - все **обратные ссылки были получены бесплатно** (из них пару десятков в результате обоюдного обмена).

Да, уникальный контент рулит не только в буржунете, но и в рунете, особенно, если его хотя бы немного заточить под какие-либо низкочастотные поисковые запросы (не поленитесь разобраться в этом, хотя бы опираясь на материалы рубрики [Поисковая оптимизация сайтов \(SEO\)](#), ибо результат вас приятно поразит).

Ребят, поймите, что нет ничего постыдного и зазорного во внутренней поисковой оптимизации текстов. Почему-то в рунете считается зазорным иметь целью получить достойную оплату за свой труд - видно это отрывка былых социалистических идеологий. Но любая работа должна оплачиваться, да и не только в деньгах дело.

Судите сами. Написали вы действительно нужную статью, материалы, которые каждый день безуспешно пытаются найти сотни людей в рунете. Ну и что хорошего будет в том, что вы останетесь гордым и не опуститесь до [оптимизации текстов под тот поисковый запрос](#), который вводят эти самые страждущие знаний и ответов на свой вопрос (ну не совершенны еще поисковые машины, чтобы без вашей подсказки понять, о чем идет речь в вашей статье).

Вам будет плохо от того, что [посещаемость сайта](#) не позволит получить достаточную денежную (а почему нет) компенсацию за свой труд, а куча людей останется без быстрого и подробного ответа на свой вопрос. По-моему, это уже не гордость, а глупость чистой воды.

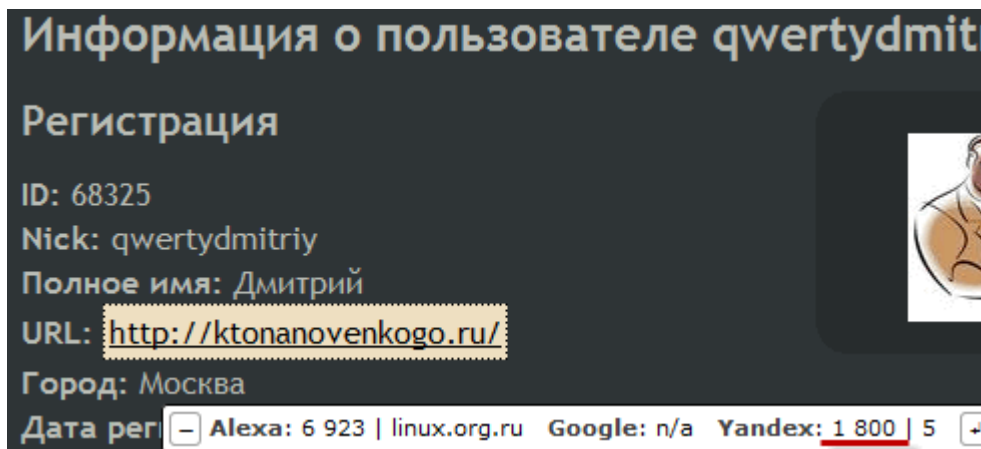
Сам не раз сталкивался с ситуацией, когда попадал на страницу с подробным ответом на мой вопрос, но такими окольными путями, что и сам повторить их не смог бы, а вот из поисковой выдачи ссылки на эту статью не было именно из-за **пренебрежения элементарной поисковой оптимизацией** (ну, не подсказал автор поисковикам суть своей публикации с помощью повторения в разных [морфологических формах в тексте статьи](#) фразы предполагаемого поискового запроса). Аж зло берет в таких случаях, честное слово.

Ведь все мы в идеале работаем над общим делом - повышаем доступность к информации по тому или иному вопросу. Так почему же дав этот ответ мы стесняемся во все горло прокричать (как зазывала на рынке) о появлении нового материала. Интеллигенты ...?

В общем, я считаю, что в [поисковой оптимизации текстов](#) нет ничего зазорного, особенно если вы сами считаете, что написанный вами материал может кому-то помочь в разрешении какой-либо проблемы. В конце концов, почитайте советы самих поисковых систем по тому, как правильно писать и оформлять материалы для того, чтобы они были видны тем, кто именно их и ищет. ИМХО.

Получение обратных ссылок бесплатно

1. **Linux -Тип=1800.** Уже ставшей традиционной обратная ссылка из профиля с трастового сайта. Ссылка будет без анкера, но даренному коню, как говорится, в зубы не смотрят. Будем благодарны и за это, тем более, что для передачи статического веса наличие или отсутствие анкера никакой роли не играет.

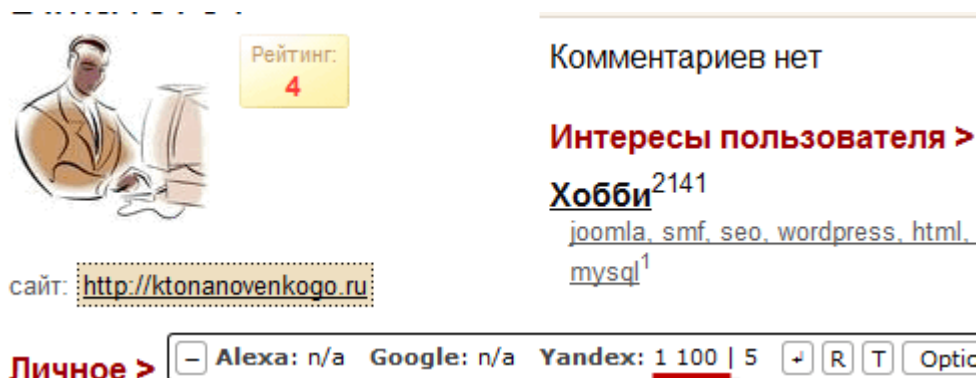


Сначала нужно будет, естественно, зарегистрироваться ([_http://www.linux.org.ru/register.jsp](http://www.linux.org.ru/register.jsp)). Сразу укажите обратную ссылку на свой ресурс, а в поле "Дополнительная информация" введите околоссылочный текст, для придания некой тематичности данному бэклинку. Дождитесь письма, перейдите по ссылке подтверждения и авторизуйтесь, не забыв ввести код из письма.

Справа, в самом верху окна щелкните по своему логину, в результате чего вы попадете на публичную страницу своего **профиля с бесплатной обратной ссылкой** на свой ресурс. Как вы можете видеть на приведенном выше скриншоте, данная обратная [ссылка будет открыта для индексации поисковыми системами](#) (см. материал про [Seo плагин для Opera](#)).

Добавьте Url этой страницы в аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#). Кстати, если Яндекс не скажет вам, что добавляемая страница закрыта для индексации в [файле robots.txt](#), а плагин SEObar для Opera выделяет вашу обратную ссылку светло-коричневым фоном, то считайте, что проблем с индексацией этого халявного бэклинка поисковыми системами у вас не будет.

2. **Rodgor - Тит=1100.** Зарегистрироваться можно на этой странице - [_http://www.rodgor.ru/register](http://www.rodgor.ru/register). После авторизации переходите в раздел "Редактировать профиль", щелкнув по одноименной надписи в верхнем правом углу страницы. На вкладке "Контакты" заполняете поле "Домашняя страница" (ваша обратная ссылка), а на вкладке "Интересы" можете добавить в "Хобби" ключевые слова по тематике вашего ресурса.



Рейтинг: 4

Комментариев нет

Интересы пользователя >

Хобби²¹⁴¹

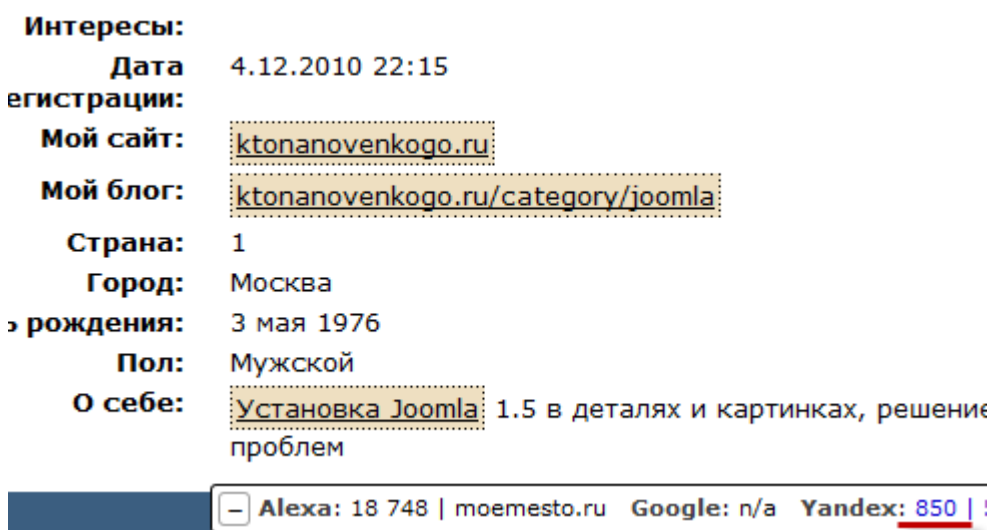
[joomla](#), [smf](#), [seo](#), [wordpress](#), [html](#), [mysql](#)¹

сайт: <http://ktonanovenkogo.ru>

Личное > ☐ Alexa: n/a Google: n/a Yandex: 1 100 | 5 ☐ R ☐ T ☐ Optic

URL страницы с публичным профилем, на котором будет красоваться бесплатная жирная обратная ссылка можно узнать, щелкнув по своему логину в правом верхнем углу страницы. При желании, вы можете прогнать данный урл по аддурилкам [Яндекса](#) и [Google](#).

3. **Moemesto - Тит=850.** Жирную обратную ссылку можно получить с нужным вам анкором. В общем-то, при желании из одного аккаунта можно будет проставить до трех халявных бэклинков, но сначала потребуется зарегистрироваться ([_http://moemesto.ru/register/?from=auth](http://moemesto.ru/register/?from=auth)). После регистрации вас автоматически авторизует и можно будет приступать к добавлению обратных ссылок, зайдя в настройки своего профиля ([_http://moemesto.ru/setup/profile/](http://moemesto.ru/setup/profile/)).



Интересы:

Дата регистрации: 4.12.2010 22:15

Мой сайт: ktonanovenkogo.ru

Мой блог: ktonanovenkogo.ru/category/joomla

Страна: 1

Город: Москва

рождения: 3 мая 1976

Пол: Мужской

О себе: [Установка Joomla](#) 1.5 в деталях и картинках, решение проблем

☐ Alexa: 18 748 | moemesto.ru Google: n/a Yandex: 850 | 1

Обратные ссылки вы можете добавить в поля "Мой сайт" и "Мой блог", а так же в поле "О себе", используя [Html код ссылки через тег А и его атрибуты](#). Например, так:

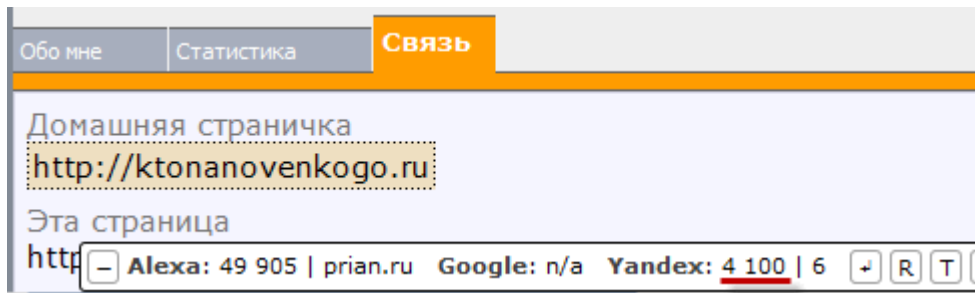
¹ Веду блог [KtoNaNovenkogo.ru](http://ktonanovenkogo.ru/) - советы по созданию сайтов, форумов, блогов, интернет магазинов

URL страницы с жирными обратными ссылками вы можете получить, просто заменив логин в этой строчке на свой:

¹ <http://moemesto.ru/DmitriyI/info/>

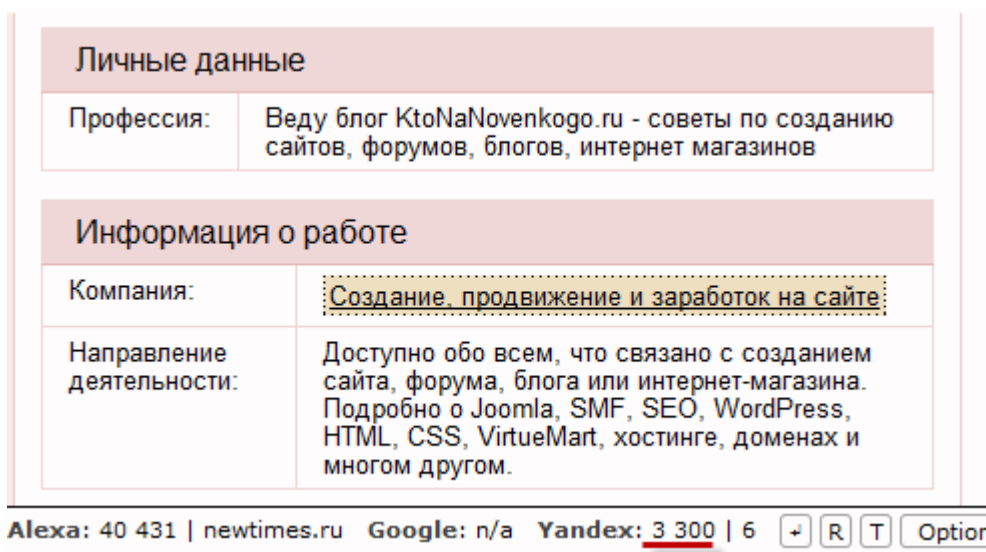
4. **Prian - Тит=4100.** Бесплатная обратная ссылка без анкора, но зато с довольно жирного ресурса. Нужно будет зарегистрироваться ([_http://prian.ru/forum/register.php](http://prian.ru/forum/register.php)), дождаться письма и перейти

по ссылке подтверждения. После авторизации, переходите в редактирование профиля (<http://prian.ru/forum/profile.php?>) и добавляете обратную ссылку в поле "URL домашней страницы".



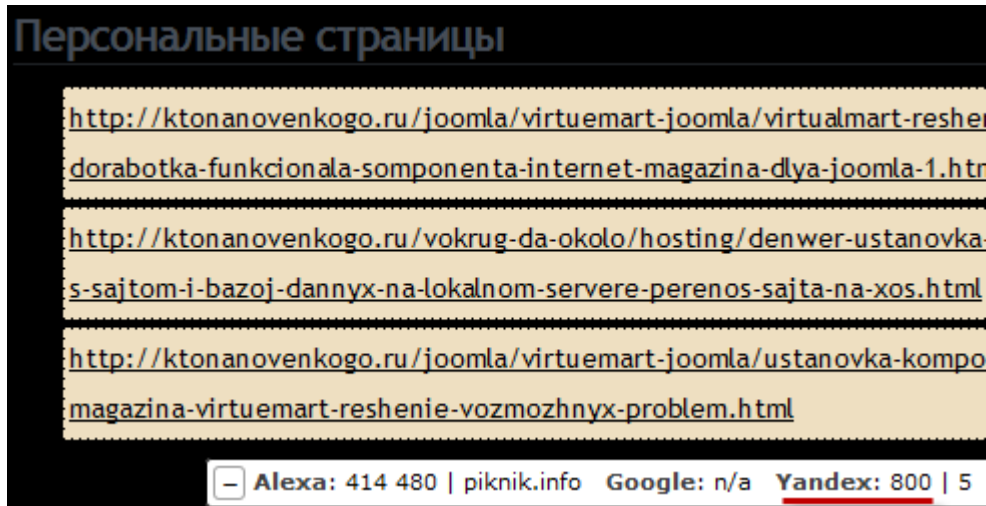
В поля из области "дополнительная информация" можно будет, при желании, добавить околоссылочный тематический текст. Переходите на главную страницу, в самом низу которой находите свой логин с URL публичной страницы профиля, который потом прогоняете по аддурилкам поисковиков.

5. **Newtime - ТИЦ=3300.** Еще один жирный ресурс, с профиля которого можно будет получить **бесплатную обратную ссылку с нужным анкором**, что просто замечательно. Для начала неплохо было бы зарегистрироваться (http://newtimes.ru/communication/forum/index.php?register=yes&PAGE_NAME=profile&UID=10004), перейти по ссылке подтверждения из письма и авторизоваться на ресурсе.



Потом заходите в свой профиль и щелкаете по надписи "Изменить профиль". На вкладке "Информация о работе" вставляете обратную ссылку в поле "WWW-страница", а в поле "Компания" вводите анкор для этого бэклинка. Сохраняете произведенные изменения и прогоняете страницу профиля по аддурилкам поисковиков.

6. **Piknik - ТИЦ=800.** Можно получить несколько жирных бесплатных обратных ссылок на любые страницы своего ресурса (длина ссылок не ограничена). Как обычно, начинаем все с регистрации (<http://piknik.info/register>), причем, можно сразу же заполнить поле "Кратко о себе" околоссылочным тематичным текстом, а в поле "Список ссылок" - добавить обратные ссылки по одной на строчке.

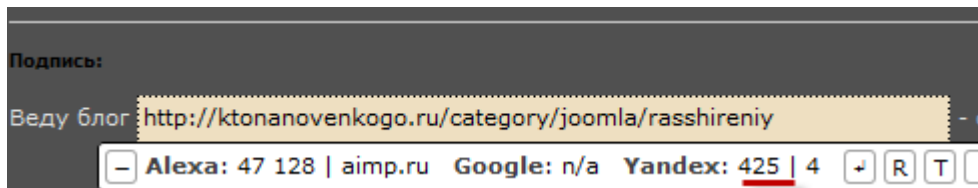


Url страницы публичного профиля вы можете получить, просто подставив свой логин в эту строку:

1 <http://piknik.info/users/Dima19731>

Ну и по аддурилкам, наверное, прогнать можно будет для верности.

7. **Aimp - Тиц=450.** Рядовая бесплатная обратная ссылка без анкора. Как всегда регистрируемся (<http://www.aimp.ru/forum/index.php?action=register>), после чего вас сразу же авторизует на ресурсе. Потом переходите на страницу изменения профиля и в поле "Подпись" добавляете обратную ссылку и околоссылочный текст.



Далее идете на главную страницу и в самом низу находите свой логин, после чего копируете URL публичной страницы профиля и прогоняете его по аддурилкам. Все, бесплатная обратная ссылка у вас в кармане.

Часть III/9. Вечные ссылки, трафик, околоссылочный текст

Автор: Александр Люстик (MyOST)



В последнее время просто дикие споры случаются по поводу того, что больше рулит, вечные или не вечные ссылки, те по которым идет трафик или по которым не идет, учитывается левая или правая часть околоссылочного текста...

Наверно стоит пройти по каждому из пунктов, причем захотелось об этом поговорить именно в свете появления "усредненного" варианта, который объективно является "серединой", той самой, можно сказать что золотой. Попутно затрону стандартные вопросы, которые задают пользователи.

Вечные, полувечные, изувеченные ссылки.

Это стандартный вопрос, что рулит, сапоссылки или "вечные", к вечным я отношусь крайне субъективно, возможно, т.к. за ними нет контроля и часть из них умирает или снимается, поэтому их использование полностью зависит от тематики и бюджета заказчика.

Вечная – это инструмент маркетинга, не более того, мы прекрасно понимаем, что гарантировать ее нахождение хотя бы года 2-3 никто не в состоянии, может измениться владелец сайта, может просто снести ссылку, а может и сам сайт просто умереть, но при этом ссылка все равно будет называться "вечной".

Почему так? – маркетинг, если не называть вечной, то кто такие деньги будет платить?

Даже самая популярная биржа "ссылок навсегда" дает только 3 месяца гарантии, т.к. объективно дашь больше – материальных потерь не избежать.

Поэтому нужно очень четко расставлять приоритеты, в зависимости от бюджета и тематики продвигаемого сайта.

Трафик, поведенческие факторы у ссылок.

Нужны ли "ссылки навсегда"? – конечно нужны, они позволяют создавать ту самую трастовую подушку для сайта, которая во многих тематиках будет решающей. Да и сокращается зависимость от разного рода не стабильных элементов, сбоев и прочего, если говорить о биржевых ссылках.

Я не говорю, что биржевые ссылки потеряли свою эффективность, просто она снижена. Именно поэтому [Mainlink](#) начал работать с поведенческими факторами у ссылок, а не просто продавать ссылки. У многих площадок, качественных площадок, появились дополнительные показатели, вебмастера тоже хотят пометить свою площадку как качественную, а без поведенческих факторов уже не так легко это сделать.

Вот так и адаптируются, **подстраиваются некоторые биржи ссылок под новые условия игры**, которые "рисует" поисковая система.

Да, существуют разные виды вечных ссылок, от обычных постовых, до размещаемых в статьях. Но между "навсегда" и "сапоссылками" до сих пор существовала пропасть, т.е. дорого и сразу или дешево и подневно. А то что реально было нужно рынку – практически не существовало.

Как продвигенец я хочу видеть всего несколько факторов, которые мне нужны:

- Качественный рекламный текст, в котором запечатана ссылка.
- Большой объем гарантий, в контексте срока.
- Расположение не в "жоппе мира", чтобы работал поведенческий фактор у ссылок, чтобы по ним осуществлялись переходы, а значит – чтобы ссылка работала!

И черт побери, но наконец-то эти потребности услышали, Сергей респект, спасибо и прочие благодарности. **Ссылки навсегда из тематических объявлений с рассрочкой платежа!**

Объективно – лежит на поверхности данный формат, но почему его начали реализовывать только сейчас?

Ведь совершенно точно, что каждый хочет, что бы по ссылкам еще и переходили, т.к. получается почти **контекстная реклама с SEO эффектом** (разумеется без таргетинга и с меньшим охватом площадок)!

На мой взгляд – это прорыв, т.к. осуществляется полный контроль этих ссылок, а процесс продвижения удешевляется, отсутствует такой формат, что пришел заказчик, на него накупили вечных ссылок на весь бюджет, а он ушел через 3 месяца. В результате **ВСЕ** бюджет потрачен и заказчика нет, отсрочка платежа в этом аспекте очень помогает контролировать расходную часть и распределять ее более равномерно.

Кроме того, рассрочка **на 6 месяцев**, т.е. вся сумма за эту вечную ссылку в объявлении будет выплачена за срок в 2 раза превышающий "гарантии" которые сейчас есть на рынке, в 3 месяца! Оплата ссылки идет постепенно, **в течении 180 дней**, а не "загоном" всего бюджета в первый месяц. Если в течении этого времени нужно будет изменить объявление или урл – его тоже можно заменить.

Самое главное, что расположено объявление не в подвале, а как раз "под контекст" маскируется, что в совокупности с тематическим размещением будет приносить трафик, а **ссылка по которой идет трафик – будет работать**. Модерация площадок двойная, собственно [Mainlink](#) + [Rookee](#), 2 совершенно разные модеррующие стороны, это хорошо.

Покупка этих ссылок возможна только через Rookee, в интерфейсе и будет осуществляться полный контроль за ссылками, но не все и сразу найдут где покупать, в Руках все построено на сценариях, соответственно покупку этих объявлений нужно настраивать в сценариях.



Затем назначать бюджет, на различные виды ссылок. Но описывать подробней методику я не буду, сами прочтете в [блогге рук](#), где и о других [нововведениях](#) и написано.

Околоссылочный текст. Левый, правый, средний.

Относительно недавно получился бодрый срач на эту тему, с одним из участников сообщества на Я.Ру. Со взаимным киданием в друг-друга разных субстанций 😊

Но результат таков, что я выложил несколько примеров. О том как работает околоссылочный текст для естественных ссылок, об этом я уже говорил и не раз, даже [на видео](#) про [Key Collector](#), где говорил что моно использовать, а также саму методику.



Как видите на скринах, **околоссылочный текст нужен для естественных ссылок**, тематическое окружение **идет в анкор лист документа**, причем на 29.04.2011, как и годом ранее, в учет идет именно правая часть.

Кто не согласен – приводите примеры прохождения левой части. Только аргументировано, т.к. я сам хочу что бы левая часть учитывалась, это более естественно. 😊

Я не говорю, что нужно писать только с правой части тексты, нужно и с левой обязательно писать, хотя бы чтоб не получить склейки с другими ссылками, стоящими рядом с вашей. Тем более уже менялся учет с левой на правую часть, **поэтому я использую окружение с обеих сторон!**

P.S. у околоссылочного много интересных моментов, но пока спор лишь о учете для анкор-листа. По другим аспектам, я наверно отдельно расскажу с исследованиями, но гораздо позже.

Часть III/10. Околоссылочный текст и анкор-листы new

Автор: Сергей Сосновский

В прошлом посте мы беседовали про [виды анкоров](#), а сегодня я хочу поговорить про околоссылочный текст и анкор-листы. При создании ссылочной массы важен не только текст ссылки, но и его окружение, страница, с которой стоит линк, сам сайт. Опять же все нижесказанное – это мои выводы и рассуждения, которые в большинстве случаев относятся к Яндексу.



На качестве и выборе сайтов, с которых ставятся ссылки, я останавливаться не буду. Все это было разобрано в статье “[Выбор качественных площадок для размещения ссылок](#)”.

Околоссылочный текст

Под околоссылочным текстом я понимаю не только пассаж (грубо говоря, 1 предложение), но а также весь текст на странице. Контент вокруг анкора в идеале должен быть:

- тематическим. В таком случае ссылка будет как бы рекомендацией.
- Уникальным.
- Объемным. Как правило, чем больше, тем лучше, но переусердствовать не стоит.
- Чем меньше ссылок со страницы (сайта) на нетематические и (или) некачественные ресурсы, тем лучше.

Все это легко сделать, когда покупаются вечные ссылки в таких биржах как gogetlinks или miralinks. При [продвижении низкочастотных поисковых запросов](#) в некоторых случаях целесообразно использовать [ссылочные агрегаторы](#) или биржи арендуемых ссылок (sape и подобные). Там, как правило, в распоряжение оптимизатора дается небольшой размер публикуемого контента (около 100 символов). Сильно не разгуляешься 🤖.

Эти 100 символов желательно сделать уникальными и тематическими анкору, подобрав релевантные окружающие слова. Откуда их брать? На помощь могут придти 3 вещи (продвигаем запрос “продвижение сайтов”):

1) Правая колонка [wordstat](#). Она часто помогает оптимизатору.

Что еще искали люди, искавшие «продвижение сайтов»:

| Слова | Показов в месяц |
|---|--------------------|
| оптимизация бизнес процессов | 1439 |
| оптимизация | 147895 |
| поисковая оптимизация | 5711 |
| поисковая оптимизация сайтов | 3452 |
| оптимизация сайта | 12657 |
| раскрутка сайта бесплатно | 4225 |
| раскрутка сайта +в поисковых системах | 222 |
| разработка | 1189789 |
| создание | 1960763 |
| продвижение | 140995 |
| раскрутка | 71514 |
| раскрутка сайта | 33439 |

Контекстная реклама и [#а#продвижение сайтов#/а#](#) поможет в оптимизации бизнес процессов.

Форум поисковых систем о [#а#продвижении сайтов#/а#](#). Понятно и доступно. Помощь новичкам.

Таких вариантов можно составить очень много. Если продвигаемый запрос слишком длинный и (или) по нему правая колонка ничего не показывает, то сократите его до ключевой фразы (слова). Пример: “Как выбрать хостинг для wordpress” -> “хостинг”.

2) Поисковая выдача Яндекса. В ней можно найти идеи не только для анкоров, но и для околоссылочного текста. Это слова, выделенные жирным шрифтом: синонимы и спектральные фразы. Более подробно писал об этом в [прошлой статье](#).

3) Собственная голова на плечах. Если вы продвигаете проект, тематика которого вам хорошо известна, то наверняка не составит труда составить качественные околоссылочные тексты 🧐.

Важным частным случаем является околоссылочный текст естественных анкоров (вида URL, тут, здесь и так далее). Важно, чтобы рядом с ними располагались ключевые фразы (или их вариации), по которым идет продвижение.

Продвинуть сайт [#а#тут#/а#](#) можно за 100 рублей. ТОП 10 гарантирован.

На странице блога [#а#http://site.ru/#/а# продвижение сайтов](#) описано в лучшем виде.

Анкеры-листы

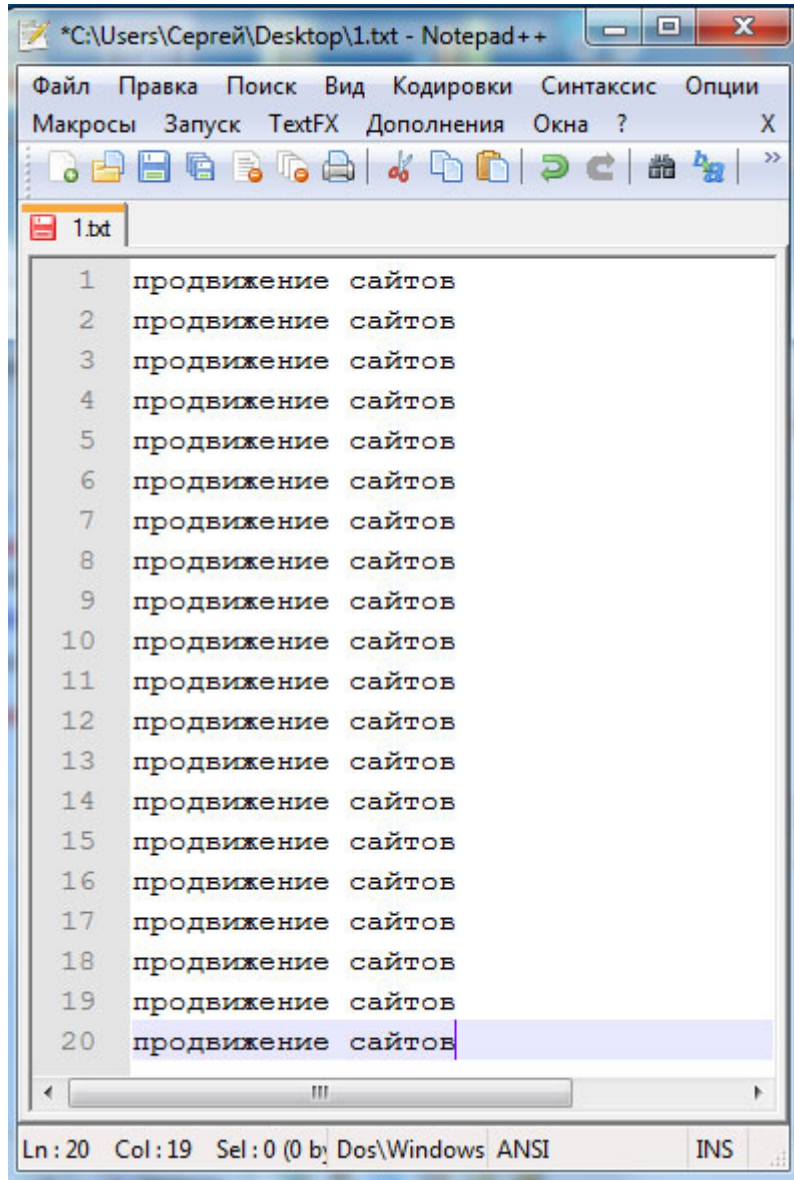
Поисковые системы ведут учет ссылок – это известно каждому. Также ведется учет анкоров, которые ссылаются на ресурс. Я выделяю:

- анкор-лист сайта.
- Анкор-лист документа (страницы).

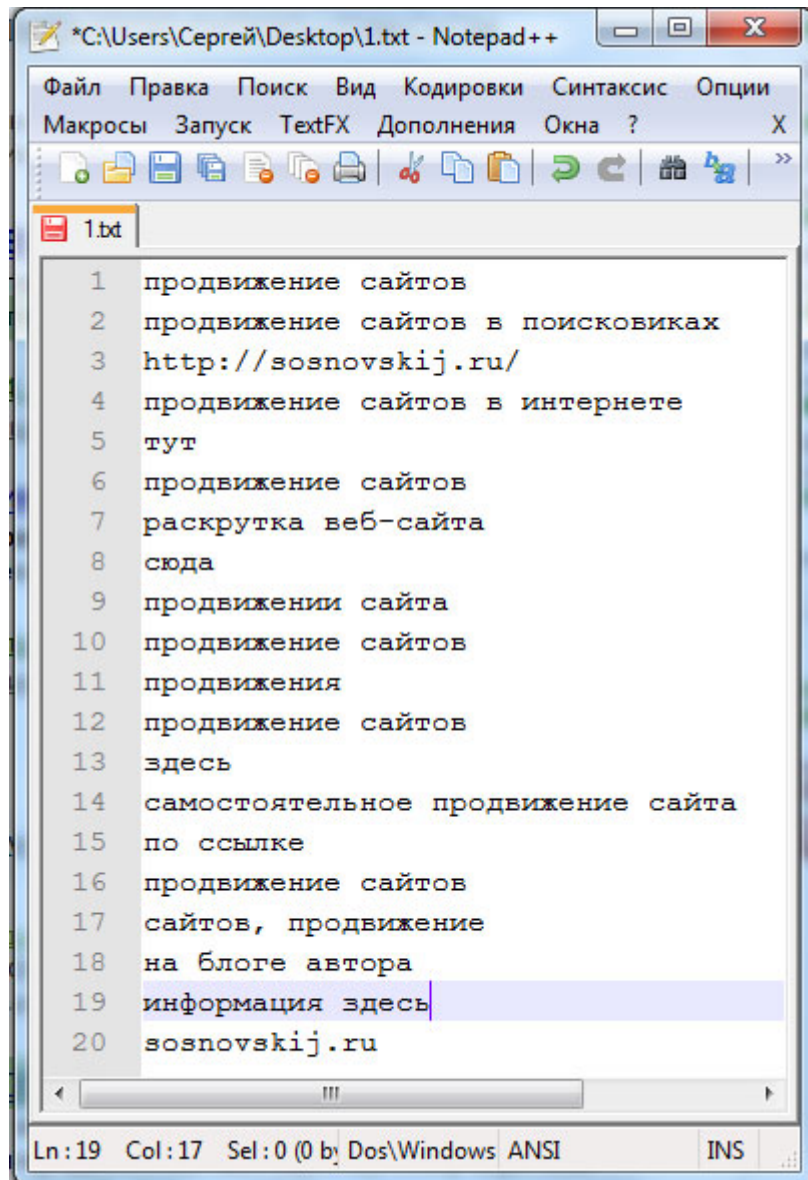
По анализу этих списков складывается вывод о релевантности той или иной страницы, того или иного сайта (здесь правда не стоит забывать о других факторах ранжирования).

Также как поисковая система оценивает переоптимизированность текстов, она может оценивать переоптимизированность анкор-листа. Сравните 2 примера.

Пример №1.



Пример №2.



Из этих 2-х вариантов понятно, что на странице, куда ведут эти анкоры, говорится о продвижении сайтов, но первый переспамленный, потому как неестественно, когда на страницу идет 20 ссылок с одинаковыми текстами. Поэтому я считаю, что в современных реалиях SEO ([в частности продвижения в Яндексе](#)) предпочтительно создавать анкор-листы, похожие на второй пример.

Процентное соотношение ссылок в анкор-листе

Сколько и каких ссылок покупать? Это наверно извечный вопрос 🤔. Но на него, к сожалению, нет точного ответа. В плане количества закупаемых линков лучше начинать с небольших чисел и бюджетов. Во-первых, постепенное увеличение ссылочной массы естественнее, чем ее скачок. Во-вторых, экономия бюджета: не нужно платить за лишние ссылки, когда сайт занял бы необходимые позиции без них (купили сразу на 10000 рублей, а на самом деле хватило бы и 5000).

Если говорить о процентном соотношении, то сейчас я придерживаюсь примерно таких пропорций:

1. Прямые вхождения 30-50%.
2. Разбавочные – 25-35%.
3. Естественные – 25-35%.

Такое соотношение позволяет создавать анкор-листы примерно похожие на 2-ой пример.

Резюмирую все вышесказанное, можно сделать вывод о важности нахождения ссылок в тематическом или близком по значению окружении с разнообразными анкерами. Все это придает естественность ссылочной массе. Чем поисковая система считает ее естественнее, тем бОльший вес она передает, тем выше позиции сможет занять продвигаемый сайт.

Часть III/11. Как разместить бесплатную ссылку на сайт

Автор: Димпуй KtoNaNovenkogo

Ссылки на сайт бесплатно и без особых хлопот хотят получить все вебмастера. Все ведь понимают, что практически любая ссылка, ведущая на сайт, пусть даже самая завалящаяся, будет учтена поисковыми системами и пойдет в актив вашего проекта. Если, конечно же, обратные [ссылки не будут закрыты от индексации поисковиками](#). **Обратные ссылки** закрывают от индексации поисковыми системами по разным причинам, но в основном это связано с тем, чтобы избежать утечки [статического веса \(PageRank\)](#) с ресурса.



И вам я тоже советую [проверить открытость внешних ссылок для поисковиков](#) и при необходимости закрыть все внешние ссылки с вашего проекта, которые могут вести, например, на [сервисы счетчиков посещений](#) или какие либо другие похожие сервисы. Тем самым, вы бережете статический вес внутри своего проекта, в результате чего, статический вес страниц будет чуть больше и они будут находиться чуть выше в выдачах поисковых систем.

Где можно разместить бесплатную ссылку и как это влияет на поисковую оптимизацию сайта

Ну, это уже немножко не в тему, ибо данная статья посвящена в первую очередь проблеме поиска сайтов, форумов, блогов, рейтингов, каталогов и прочих ресурсов, на которых можно будет **разместить бесплатную ссылку** на свой сайт. Вообще, если вы знаете, то существует два основных положения [поискового продвижения сайта \(SEO\)](#) - внутренняя оптимизация и внешняя оптимизация.

Я делаю акцент в основном на [внутреннюю поисковую оптимизацию сайта](#), которая в первую очередь заключается в оптимизации текстов статей и создании правильной [внутренней перелинковке страниц](#). Видите, как много ссылок на другие статьи проставлено уже в начале этой публикации. Таким незамысловатым образом можно добиться хорошей внутренней перелинковки, которая поможет равномерно распределять вес обратных ссылок по всем страницам проекта.

Получается своеобразная аналогия с разветвленной кровеносной системой. При вводе лекарства (уколом) в любую вену, через некоторое время оно равномерно распределится по всему организму. Так и при грамотной внутренней перелинковке - **статический вес обратных ссылок** равномерно распределится по всем страницам со статьями, в результате чего они немного подрастут в поисковых выдачах по тем или иным запросам.

Кроме этого правильная внутренняя перелинковка позволит наибольшему количеству страниц вашего проекта попасть в [основной индекс Google](#), а следовательно большее количество страниц вашего сайта будет участвовать в поиске и к вам придет больше посетителей. Благодаря только [внутренней поисковой оптимизации](#), ваш сайт по некоторым низкочастотным поисковым запросам сможет попасть в топ, а так же вы сможете получить достаточно высокое значение Google PageRank (PR) только за счет удачной внутренней перелинковки страниц.

Но все же, одной только внутренней поисковой оптимизации будет недостаточно. Нужно будет получить хотя бы немного обратных ссылок на свой сайт. Эти **обратные ссылки помогут получить статический вес** для страниц вашего сайта, а так же помогут подняться вашему проекту в поисковой выдаче по тем или иным запросам. Но, правда, только в том случае, если обратные ссылки будут содержать ключевые слова, по которым продвигается та или иная ваша статья.

Но даже безанкорные обратные ссылки (без текста ссылки) передают статически вес на ваш сайт и [увеличивают его траст](#). Конечно же, самый популярный и простой способ получения обратных ссылок (внешней поисковой оптимизации сайта) - это **покупка обратных ссылок** на биржах подобных Sape или же на биржах вечных ссылок, подобных [GoGetLinks](#). Способ простой, но вам придется при этом расстаться с некоторым количеством денежных знаков, а это не всегда приемлемо для молодых проектов, перспективы и финансовые возможности которых еще не очень высоки.

В "проклятом буржунете", кстати, биржи ссылок играют совсем не такую большую роль в получении обратных ссылок, как в рунете. Во-первых, их биржи ссылок не очень развиты, а во-вторых, цены на тех биржах очень высоки и не сравнимы с ценами на наших клондайках обратных ссылок. Как же "проклятые буржуины" выходят из сложившегося положения и набирают все же необходимую ссылочную массу?

Все достаточно просто - буржуины изыскивают возможности **бесплатно разместить ссылку** на свой сайт в различных социальных сетях, блогах, сайтах, форумах и подобных ресурсах. Правда, у них гораздо проще обстоит дело с получением таких **бесплатных обратных ссылок на сайт**. В рунете вебмастера либо более злые, либо более жадные, но они крайне редко безвозмездно могут поставить обратную ссылку на какой-либо ресурс, а вот в буржунете это в порядке вещей. Знаю об этом я, правда, лишь по наслышке, но информация эта доходила до меня из разных источников, поэтому ей можно в какой-то степени доверять.

Так давайте же уподобимся прижимистым и прагматичным буржуинам и тоже будем решать вопрос **как и где можно разместить бесплатную ссылку** на свой проект. Вопрос этот не тривиальный в силу нашей национальной рунетовской черты, но зато его решение становится тем интереснее и вы с большим удовольствием будете класть в копилку очередную **бесплатную обратную ссылку**, добытую в неравном бою с жадностью и вредностью рунетовских вебмастеров.

Кстати, хочу так же с вами поделиться и другими слухами, которые сейчас циркулируют в кругу оптимизаторов и вебмастеров. В ближайшее время ожидается некоторое **смещение акцентов в отношении Яндекса к обратным ссылкам**, полученным с форумов и гостевых книг, а так же к обратным ссылкам, полученным или купленным на блогах. Связанно это, в первую очередь, с желанием прижать так называемые биржи вечных ссылок (аля Блогун). В чем же будет выражаться смещение акцентов в отношении Яндекса к обратным ссылкам с этих ресурсов?

Обратные ссылки с блогов в ближайшее время могут потерять свой текущий вес, как это было сделано до этого с форумами и гостевыми книгами. В то же время обратные ссылки с форумов и гостевых книг, напротив, получают тот же вес, что и обратные ссылки с обычных сайтов. Эту информацию я привожу в пику тем, кто в комментариях к предыдущим статьям рубрики [Жирные обратные ссылки](#) говорил, что ссылки с профилей форумов сейчас ничего не стоят и не учитываются поисковыми системами.

Безусловно, что эти **обратные ссылки учитываются поисковиками**, но вот вес этих обратных ссылок с профилей форумов на данный момент несколько занижен в Яндексе, по сравнению с аналогичными обратными ссылками с профилей сайтов. Но, как я говорил выше, все может поменяться в ближайшее

время, а поменяется или нет - это только Яндекс знает. Да и не один Яндекс дает нам поисковый трафик. Лично у меня, Google и Яндекс соблюдают некий паритет в плане [привлечения посетителей на мой блог](#).

Бесплатные обратные ссылки на сайт с рейтингов блогов и каталогов RSS лент

Если вы продвигаете блог или же сайт, который имеет такую вещь как [RSS ленты \(feed, фид\)](#), то **бесплатные ссылки на сайт** вы сможете получить с так называемых агрегаторов RSS лент (RSS каталогов) или же с рейтингов блогов. Конечно же, не все из каталогов RSS лент и рейтингов блогов позволят вам **разместить бесплатную ссылку** открытую для индексации поисковыми системами, но с некоторых из них вы все же сможете получить обратные ссылки, которые будут учтены поисковыми системами. Именно о таких RSS каталогах и рейтингах блогов и пойдет речь в этой части статьи.

Для того, чтобы при добавлении своего ресурса в эти рейтинги блогов и каталоги RSS лент у вас не возникло проблем, советую вам предварительно [настроить трансляцию своей RSS ленты через сервис Feedburner](#). У вашей RSS ленты изменится адрес на подобный этому:

1 <http://feeds.feedburner.com/Ktonanovenkogoru>

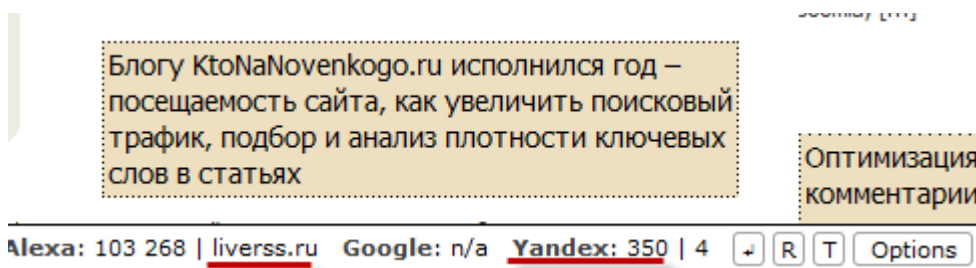
а так же вы получите возможность подсчитывать и отображать на своем сайте количество подписчиков на ваш RSS канал, а так же эта информация будет доступна и рейтингам, которые используют количество подписчиков на RSS ленту, как критерий ранжирования вашего проекта в рейтинге. Добавление вебсайта в рейтинги блогов или каталоги RSS лент довольно просто осуществляется и не требует каких либо ухищрений, которые нам встречались при попытке [получить бесплатные ссылки на сайт с различных профилей](#).

Искать страницы с обратной ссылкой на ваш сайт, чтобы добавить ее в аддурилки поисковых систем, тоже, наверное, не имеет смысла, да и в некоторых случаях это довольно сложно или вообще не возможно сделать. Поисковики сами найдут страницы с вашими обратными ссылками на этих рейтингах блогов или RSS каталогах и **проиндексируют бесплатные ссылки на ваш сайт**, в том случае, если они не будут закрыты от индексации. Давайте начнем с каталогов RSS лент, ибо все равно с чего начинать.

Получаем бесплатные ссылки на сайт с RSS каталогов

Сначала начну с тех RSS каталогов, которые точно позволяют получить открытую для индексации поисковыми системами обратную ссылку, а затем приведу ссылку на список всех остальных RSS агрегаторов, которые я знаю, а так же дам ссылку и поясню как работать с программой по полуавтоматической регистрации в каталогах RSS лент и добавлению своего проекта в некоторые каталоги блогов.

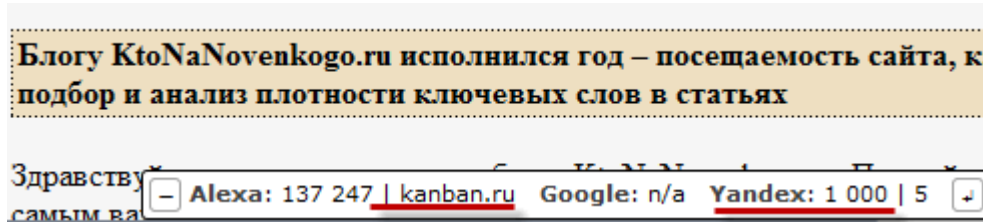
1. Каталог русскоязычных RSS лент [LiveRSS](#) имеет неплохой **ТИЦ=350** и обратные ссылки с его страниц будут успешно проиндексированы поисковиками. В качестве подтверждения открытости для поисковиков **бесплатной обратной ссылки с этого каталога**, приведу скриншот:



Если вы помните по предыдущим статьям рубрики [Жирные обратные ссылки](#), то светло-коричневый фон обратной ссылки означает, что она не закрыта от индексации. Подсветить и увидеть **какие обратные ссылки закрыты от индексации поисковиками**, а какие открыты, вы можете с помощью специально заточенного [плагина для Оперы под названием SEObar](#).

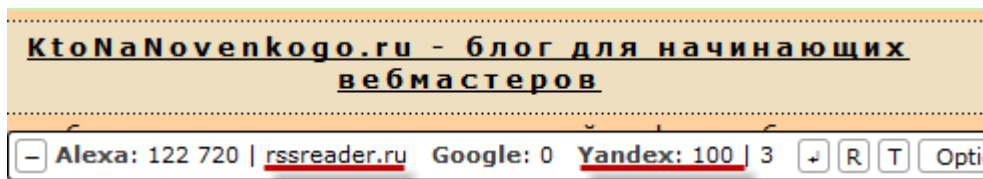
Для добавления своей RSS ленты в каталог LiveRSS вам достаточно на главной странице ввести адрес своей [RSS ленты](#) в поле "Проверить/добавить RSS-канал" и нажать на кнопку справа от этого поля. Собственно все, можно переходить к следующему RSS каталогу.

2. RSS каталог [KanBan](#) имеет **ТИЦ=1000** и позволяет получить со своих страниц бесплатную обратную ссылку открытую для индексации поисковыми системами. Добавить свой RSS канал вы сможете [на этой странице](#), а найти страницу с материалами вашей RSS ленты на сервисе KanBan вы сможете, введя ее адрес в форму "Адрес RSS", расположенную в самом низу главной страницы.



Url страницы, где расположены **бесплатные ссылки на ваш сайт**, вы можете для ускорения их индексации поисковыми системами добавить в аддурилки поисковиков (аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#)).

3. RSS каталог [RSSReader](#) имеет **ТИЦ=100** и позволяет **получить бесплатную обратную ссылку на сайт**, которую смогут проиндексировать поисковики. Добавить свою RSS ленту вы сможете на [этой странице](#). Для того, чтобы узнать адрес страницы с вашей RSS лентой, вы можете воспользоваться [встроенным поиском](#), выбрав область поиска "В лентах".



URL страницы с бесплатными обратными ссылками вы можете прогнать для гарантии их индексации поисковиками по аддурилкам (аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#)).

Вы можете так же добавить свой ресурс и в другие каталоги RSS, список которых вы найдете на [этой странице](#). Возможно, что часть обратных ссылок с этих RSS каталогов будет закрыта для индексации поисковыми системами, но все же какие-то обратные ссылки будут проиндексированы поисковиками.

Автоматический прогон (добавление) сайта по базе RSS каталогов и рейтингов с помощью программы RssAdder

Кстати, есть довольно удобный способ добавления своего ресурса в RSS каталоги и некоторые рейтинги блогов - это программа для полуавтоматического прогона RssAdder. Скачать эту программу можно [со страницы автора](#) или же прямо [отсюда](#).

Программа RssAdder не требует установки. Вам достаточно будет распаковать архив и запустить файл RssAdder.exe. В открывшемся окне вам нужно будет заполнить все поля в области "Информация об RSS" и нажать на кнопку "Сохранить данные об RSS", расположенную чуть ниже. Теперь можно будет начинать **прогон по имеющимся в базе RssAdder RSS каталогам и рейтингам**.

Для этого вам нужно будет дважды щелкнуть по адресу первого каталога в левой колонке под кнопкой "Обновить INI" (эта кнопка вам может понадобиться, если вы скачаете с авторского сайта новую базу каталогов и рейтингов в формате INI и скопируете ее в каталог с программой RssAdder). В результате, в центральной части окна программы откроется страница добавления сайта в каталог, на которой большинство данных автоматически заполнится из полей, расположенных вверху окна программы.

О программе

Добавление RSS | HTML Form Viewer

Информация об RSS

Адрес блога:

Название блога:

Адрес RSS-фида: E-mail:

Ключевые слова (через запятую):

Описание:

RSS-агрегаторы

Обновить список из

<http://blogs.yandex.>

<http://subscribe.ru/>

<http://www.plazoo.c>

<http://rssportal.ru/c>

<http://blogdir.ru/add>

<http://blogus.ru/add>

<http://rssreader.ru/v>

<http://alfaru.com/rss>

<http://blog.inf.by/?p>

<http://www.blogpuls>

<http://blograte.ru/>

<http://boingboing.ne>

<http://dobrobot.com>

<http://www.feedsub>

<http://izzet.com.ua/i>

<http://kmstudio.com>

<http://litecat.com/?li>

<http://liverss.ru/>

<http://www.political>

<http://search.yahoo>

<http://content.mail.ru>

Поиск Почта Карты Магнет Новост

Яндекс

Сохранение данных вашего сайта и RSS ленты

Вводите в эти поля данные вашего сайта и вашей RSS ленты

Дважды щелкаете по ссылке, ведущей на страницу добавления нового сайта в какой-нибудь RSS каталог

В форму автоматически добавился адрес моей RSS ленты

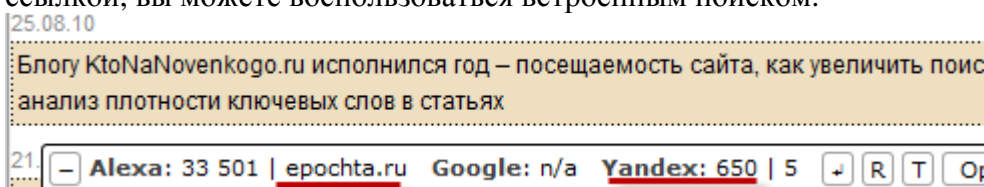
URL:

Защита от автоматических регистраций:

Вам останется только заполнить все оставшиеся обязательные поля и при необходимости ввести код капчи. Кстати, у меня не все капчи получалось проходить из окна программы и мне приходилось копировать адрес каталога в обычный браузер и проходить регистрацию там. В общем, программа работает не идеально, но тем не менее может существенно **облегчить и ускорить размещение бесплатных обратных** ссылок на ваш ресурс.

Получаем бесплатные ссылки на сайт с рейтингов блогов

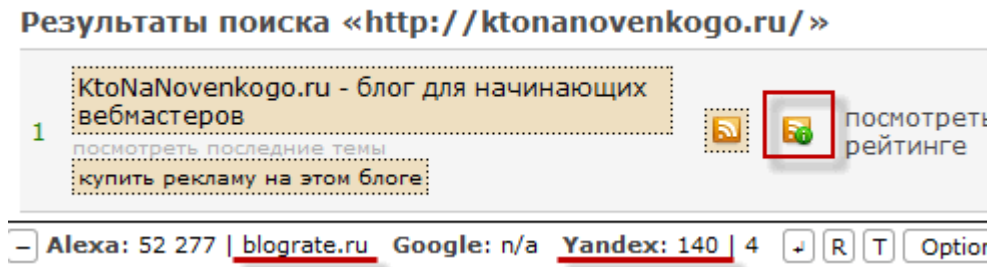
1. Рейтинг блогов [Epochta](#) имеет **ТИЦ=650** и с него можно запросто **получить бесплатные ссылки на сайт** при условии, что ваш ресурс является блогом или же просто имеет RSS ленту. Добавить свой вебсайт можно на главной странице в правой колонке, где вам нужно будет указать адрес и название вашего ресурса, а так же адрес RSS ленты. Для того, чтобы найти страницу с обратной ссылкой, вы можете воспользоваться встроенным поиском.



Страница с бесплатными обратными ссылками будет выглядеть примерно [так](#). URL этой страницы

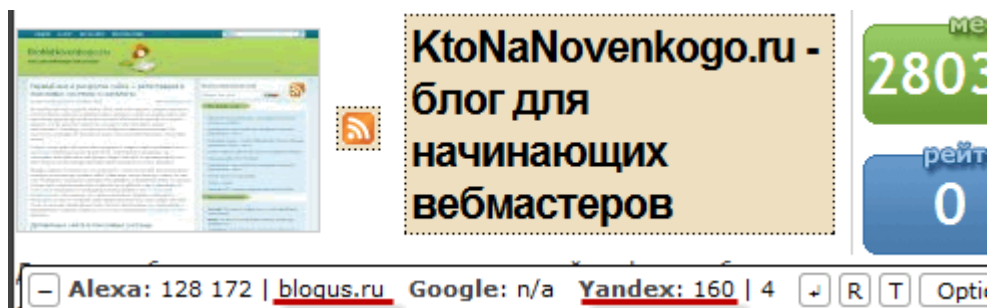
вы можете прогнать по аддурилка для ускорения ее индексации поисковыми системами (аддурилки [Яндекса](#) и [Google](#)).

2. Рейтинг блогов [BlogRate](#) имеет **ТИЦ=140** и позволяет **разместить бесплатную обратную ссылку** на своих страницах. Добавить свой вебсайт можно в правой колонке главной страницы рейтинга, а найти страницу с бесплатными ссылками на сайт можно воспользовавшись встроенным поиском и нажав в результатах поиска по иконке похожей на RSS с зеленым восклицательным знаком "Посмотреть сведения об участнике":

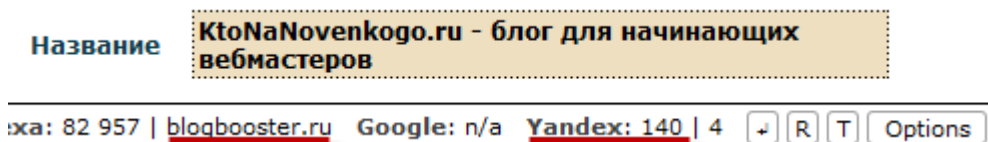


URL страницы с бесплатными обратными ссылками можно прогнать по аддурилкам поисковых систем.

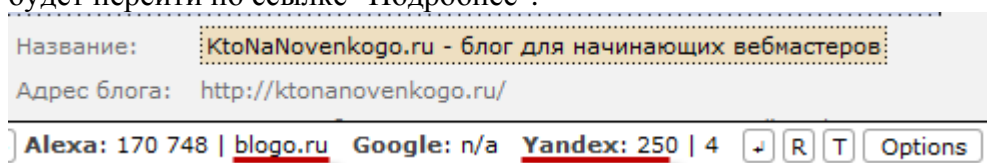
3. Рейтинг блогов [Блогус](#) имеет **ТИЦ=160** и само собой **позволяет получить бесплатные обратные ссылки**, иначе бы его не было в этом списке источников бесплатных бэков на сайт. Добавить свой ресурс вы сможете [на этой странице](#).



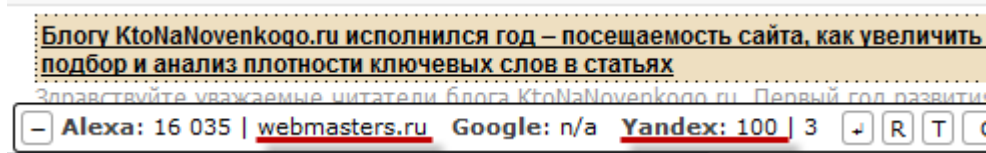
4. Рейтинг блогов [Блог Бустер](#) имеет **ТИЦ=140** и дает нам возможность **бесплатно разместить ссылку с нужным анкором**. Добавить свой ресурс можно на [этой странице](#), но, правда, рассмотрение новых блогов закрыто на несколько дней. Найти страницу с бесплатной обратной ссылкой вы можете с помощью встроенного поиска, введя название своего блога, а на открывшейся странице с результатами поиска вам нужно будет перейти по ссылке "Подробно".



5. Каталог блогов [Blogo](#) имеет **ТИЦ=250** и дает возможность **получить обратные ссылки на сайт бесплатно**. Сначала вам нужно будет [зарегистрироваться](#), а уже потом [добавить свой ресурс](#) в этот каталог. Найти страницу с бесплатной обратной ссылкой вы можете с помощью встроенного поиска, введя название своего блога, а на открывшейся странице с результатами поиска вам нужно будет перейти по ссылке "Подробнее".



6. Рейтинг блогов [Webmasters](#) имеет **ТИЦ=100** и позволяет получить **ссылки на сайт бесплатно** и с анкором (текстом ссылки). Добавить свой ресурс в рейтинг блогов вы можете на [этой странице](#).



На сегодня все, встретимся в следующих статьях рубрики [Жирные обратные ссылки](#), где я продолжу выкладывать жирные ссылки и рассказывать про **способы получения бесплатных ссылок на сайт**.

Часть III/12. Вечные ссылки: что должен знать оптимизатор?

Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)

Как вы относитесь к вечным ссылкам? ... Кто-то воспринимает тему на ура, т.к. вечные ссылки избавляют от головной боли постоянной закупки ссылок, мониторинг их на “живость”, отсеив мусора и т.д. Другие воспринимают тему с недоверием, т.к. веб-мастера могут тупо снять ссылки через какое-то время и потраченные средства оптимизатора себя не оправдают. В первом – это вариант дешево, сердито и с меньшими финансовыми рисками, а во втором – качественно, надолго и с большими финансовыми рисками. Но ... К счастью всех оптимизаторов, риски при вечных ссылках минимальны. Биржи имеют функционал для контроля от “вебмастера-жлоба”, а также контроль за живостью ссылки на странице донора. К примеру, в **PR.Sape** за снятие ссылки веб-мастер получает бан и его сайт выкидывается из биржи)) В конце февраля в САП (система автоматического продвижения) [Rookee](#) прикрутили функционал покупки вечных новостных ссылок с **PR.Sape**. Один из логичных возможностей – использовать вечные ссылки для продвижения как клиентских сайтов, так и для проблемных проектов. Что значит проблемных? Читайте ниже. К новому функционалу Sape, как я уже упомянул в начале, многие отнеслись с неким скептицизмом. Ведь, по факту – обычные вечные ссылки. Так казалось и мне. Но после первых результатов, до меня дошло, что ссылки не такие уж и простые.

Новостные ссылки имеют преимущество

Что ожидает оптимизатор в первую очередь после закупки ссылок? Их индексацию. Чем быстрее ссылки попадут в индекс, тем быстрее анкоры (запросы) начнут работать. Основное преимущество новостных ссылок – быстрота индексации. Закупать ссылки можно в будущих статьях (новостях). Это значит, что при попадании в индекс донор-страницы, Ваша ссылка также попадает в индекс. Как быстро? Среднее время появления этих ссылок в быстром индексе поисковых систем, например, в индексе **Яндекса**, в среднем – 24 часа. Период может быть и пару дней. Не все ссылки толпой входят в индекс одновременно. Все зависит и от самих доноров. Так сказать, насколько роботы поисковых систем обжились на сайте доноре)). Что мы имеем в результате? Все купленные новостные ссылки через [Rookee](#) отображаются в панели вебмастера, что говорит о 100% индексации.

Для справки: страницы в быстром индексе живут около двух дней, а потом выпадают из него. Это связано с постоянным обновлением кеша быстроиндекса. Поэтому не стоит пугаться, если ссылка вдруг выпала из индекса, это вполне нормальное поведение и в этом случае стоит дождаться следующего сылочного апдейта.

Насколько реальна естественность ссылки? Миф?

Мифы рождаются на почве незнания и отсутствия фактов. Вернее – нежелание существующие факты принять и изучить. Для меня вечные ссылки – настоящий факт. И главный аргумент – ссылки то размещают веб-мастера сами и ручками. Такая “естественность” ссылки очень хороша для продвижения сайта по высоконкурентным (ВК) запросам в сравнении с обычными биржевыми ссылками. Но что значит “естественность ссылки”? Давайте расставим все точки на “i”. Особенно эта информация будет полезна тем, кто еще не знает, что такое естественные ссылки. В моем понимании естественная ссылка – это:

1. ссылка, которая размещается на тематическом сайте (что такое ТИЦ помните?);
2. ссылка, которая ведет на страницу соответствующую теме данной статьи (релевантность);
3. ссылка, которая размещается внутри контента (контекст);
4. ссылка, которая размещается на новой, еще неиндексированной странице (!!! ссылки со старых страниц очень туго продвигают запросы);
5. ссылка, по которой идет хотя бы минимальный трафик (траст);

6. ссылка, которая не “моргает” (“жлобов” в ГБЛ);
7. ссылка размещается навсегда.

Согласны ли Вы с таким определением? Кто не согласен, предложите свой вариант определения естественности ссылок. Будет интересно выслушать и подискутировать на эту тему в комментариях.

История покорения одного ТОПа

Итак, некий опыт и уважение к **PR.Sape** я уже имею. Практикуемся дальше)). Поскольку функционал сравнительно новый, лучшим опытом проверить в корень новшество – практика. Расскажу ситуацию, в которой оказался один мой знакомый сеошник. Реальная проблема состояла в том, что сайт по некоторым запросам тупо не хотел подниматься вверх по выдаче. Сжигать бюджет на закупку тысяч ссылок, как оказалось, стало в край не эффективно в данной ситуации. Что делать? Менять стратегию. Оптимизатор подошел к вопросу более радикально. Работая с функционалом **PR.Sape** в [Rookee](#) он закупил около 50 новостных ссылок на общую сумму в 15 000 рублей. Дорого? Ссылки покупались с целью “продать”, в конце концов, ТОП10 поисковой системы **Яндекс** по интересующим заказчика и оптимизатора запросам. Теперь понимаете цену вопроса?)) Ведь, такие проблемы при продвижении ставят под вопрос компетентность специалиста. Ударная цена за ссылку обусловлена еще и тем обстоятельством, что запрос уже почти месяц висел во второй десятке и даже не намеревался двигаться в ТОП, чтобы он с ним ни делал. Наверняка некоторые из вас сталкивались с подобной проблемой, при продвижении ВЧ ВК запросов в ТОП. Эта проблема называется “пробкой”. Поэтому покупались дорогие ссылки с жирнящих сайтов. Нужен был траст и вес. Как иногда выражаются на форумах, ссылкам нужно было поднять репу. После первого ссылочного АПа часть купленных ссылок попала в основной индекс, и запрос смог сдвинуться на пару позиций вверх. Когда же все купленные ссылки были успешно проиндексированы **Яндексом**, запросы смогли попасть в ТОП10. **PR.Sape** помог решить проблему “пробки”. Что важно учесть при закупке вечных ссылок?

Главное не количество, а качество

Несмотря на то, что площадок в **PR.Sape** пока не так уж и много, в целом их качеством я остался доволен. Если Вы продвигаете сайт заказчика, то лучше использовать собственные стратегии [Rookee](#). Подобранные системой площадки нужно дополнительно профильтровать своими руками и только после этого произвести покупку. При ручной фильтрации отсеиваем те сайты, которые по-нашему субъективному мнению не подходят на роль доноров. У знакомого сеошника, в итоге получился список из 50 “высокотрастовых” площадок, с ТИЦ не ниже 500 и PR главной страницы не ниже 2, на которых и было решено купить ссылки. Лучше прикупить чуть меньше ссылок, но дороже, чем тонну и дешевле. Хотя, в каждом конкретном случае, нужно опираться на цель. Если Вам нужен только ТИЦ – это одно, а если продвигать запросы – это другое.

Вывод

Вечные ссылки завоевывают все большую популярность. Фактически сейчас не найти кампании, которая обходится без них. Например, я обычно трачу на вечные ссылки 30-40% от бюджета на продвижение.

Часть III/13. Покупаем ссылки с минимальным риском и максимальной пользой

Автор: Александр Люстик (MyOST)



О том, как купить ссылки с минимальным риском и максимальной пользой для сайта. Итак, тут у нас собралась команда первоклассных специалистов, которые готовы поделиться своими мыслями и соображениями.

Я думаю многие знают о ком я: [Todd Malicoat](#), [Roger Montti](#), [Aaron Wall](#), и [Rand Fishkin](#).

Давайте начнем с [Rand Fishkin](#) (Рэнда Фишкина)

Рэнд попросил исключить его из этого диалога, т. к. он не занимается покупкой ссылок (Слышишь Google! SEOmoz не занимается покупкой ссылок...).

Он попросил быть последним, но кто-то пригрозил модератору, чтобы он начал первым. Бедный Рэнд — вечно невинный кролик и стае волков.

Он постарался быть предельно кратким и информативным по поводу покупных ссылок. Он не думает, что покупать ссылки это всегда плохо, но этого он никогда не делает для своих клиентов и SEOmoz. Он говорит, что он истинный SEO мастер.

Проблемы с покупными ссылками:

- Улучшены алгоритмы выявления таких ссылок поисковиками.
- Очень трудно предсказать какие санкции вы за это получите.
- Антиспам команда Google постоянно работает над улучшением эффективности борьбы с такими ссылками.
- Ваши конкуренты могут "настучать" куда следует за покупные ссылки. (Не будьте крысой).

О том, какие советы дает он своим клиентам по трате денег для получения [бэклинков](#)

- Пользовательский интерфейс высокого качества.
- Быстрота загрузки страницы (быстрые сервера).
- Вкладывайте в контент написанный пользователями + занимайтесь пожертвованиями.
- Организация и спонсирование различных событий.
- Покупайте авторский контент или технологии.
- Выпускать пресс-релизы.
- Создание эмблем и виджетов.
- Собирайте и публикуйте данные тестов.

- Наймите оптимизатора для контента, с которого планируется получать [естественные бэклинки](#).

Рекламируйте контент используя:

- StumbleUpon
- TechMeme
- реклама на Facebook
- [Teumter](#)
- различные блоги
- различные медиа сайты

Выглядит не естественно, если вы покупаете большое количество ссылок, т. к. они появляются внезапно и одновременно. Все должно выглядеть натурально. За ссылки вам постоянно нужно платить, а естественные — бесплатны. Рэнд имеет такую точку зрения на покупные ссылки не потому, что так велит Google, а потому, что это выгоднее иметь естественные бэклинки.

Следующий Roger Montti (Роджер Монтти)

Вы должны четко понимать весь риск покупки ссылок и то, что [Google](#) может сделать, выявив их.

Меры предосторожности

Никогда не упоминайте о [покупных ссылках](#). Вы не можете быть уверенными, что за вами не наблюдают. И вообще сократите количество покупных ссылок.

Чего не следует делать:

- Никогда не говорите прямо, что собираетесь купить ссылку (Как говорит Роджер: "спросить у человека сколько за ссылку — это как сколько стоит твоя девочка?!").
- Связывайтесь с теми сайтами, которые пытаются монетизировать.
- Никогда не покупайте ссылки на сайтах, которые переусердствовали с монетизацией.
- Не покупайте ссылки на сайтах, которые явно продают их: [ссылки в футере](#) или ссылки на сайты, которые явно не родственны этому сайту. Такие сайты быстро обнаруживают и я думаю вы не хотите быть зафильтрованными вместе с ними.
- Не покупайте ссылки на сайтах, которые имеют страницу с рекламой.
- Не покупайте ссылки на сайтах, которые ссылаются на не релевантные сайты.

Три стадии проведения переговоров

- **Первый контакт:** Никогда не раскрывайте адрес своего сайта. Просто спросите о возможности размещения рекламы / спонсорства. Email должно быть короткое и прямое. Никогда не упоминайте слова как анкоры, покупка ссылок и т. д.
- **Второй контакт:** предложите цену. Должны ли вы занижать цену? Да, отчасти. Все еще ни слова о адресе сайта. Спросите не размещают ли они текстовые ссылки. Не отвечайте на чересчур любопытные письма.
- **Третий контакт:** совершение сделки.

Вы должны быть очень осторожны, если не хотите быть наказаны Гуглом. Вы должны предусмотреть все, чтобы эти ссылки не понизили рейтинг сайта. Поймите все риски, а затем уже предпринимайте все меры, чтобы их минимально снизить.

Какие ссылки вы должны покупать?

- **Ссылки** на обновляемых сайтах.

- **Платные статьи:** размещение [ссылки в статье](#) выглядит натурально, стоит не дорого и может привлечь другие блоги. Не размещайте статьи на сайтах, где они продаются массово.
- **Баннеры:** выглядят натурально. Это реклама, а не покупка ссылок. Легче добиться размещения, чем обычных ссылок. Нет текстового анкора ссылки.

Где лучше покупать?

- **Найдите уникальные места:** Кто использует ваш продукт? Где больше целевых пользователей? Не покупайте там, где уже есть ваши конкуренты.
- [Разнообразьте вашу ссылочную массу](#) ссылками с блогов, онлайн журналов, родственников вашей компании сайтов. Используйте благотворительные кампании.

Теперь слушаем Aaron Wall (Аарона Уола).

Какая реклама чиста?

- Скрытые уловки ипотеки.
- Правительство врет о начале фиктивных войн.
- Студенты дают взятки.

Каждый из этих людей делают деньги. Но некоторые попадают в неприятности.

Недавно был опрос, который показал, что большинство пользователей не знали, что ссылки размещаемые на сайтах в большинстве своих случаев платные. Они думали, что они размещены лишь потому, что важны.

Текстовые анкоры ссылок

- Вариации — меньше шансов попасть под фильтр. Используйте [модификации ключевых слов](#), альтернативные слова, множественное и единственное число.
- Сначала сделайте шаблон текстового анкора, а после этого подбирайте вариации под имя домена.
- Размещайте ссылки на внутренних страницах сайтов.

Место размещения ссылки имеет значение. Чем больше ссылок [окружено текстом](#) — тем лучше для вас. Ссылки внизу страницы обычно не учитываются поисковиками или имеют очень маленький вес.

Покупайте ссылки с авторитетных сайтов:

- Каталога Best of the Web
- Yahoo! Каталог
- сайтов вашей отрасли
- Бартерный обмен
- Синдикация
- Награды
- Дискуссии
- [Покупайте сайты](#) конкурентов

Создайте имидж сайта. До тех пор, пока у вас будут бэклинки с качественных сайтов, плохие не будут так заметны.

Вы можете получить естественные ссылки:

- накопленным преимуществом
- частыми обзорами редакторов
- участием в сообществах

- показом на общественный обзор
- прекрасным дизайном сайта
- надежностью
- направлением трафика на лучшие материалы сайта.

Следующая очередь Todd Malicoat (Тода Маликоата)

Покупка ссылок в наши дни стала грязной работой. Иногда это совсем не хорошо. Это тоже самое если бы всех женщин очаровывали, а не снимали...

6 важных вещей для привлечения ссылок и любви

- Ценность
- Качество
- Упорство
- Успех
- Обещание
- Выносливость

Спрашивая о ссылке

Попросить о ссылке — это как совершить сделку. Не называйте это покупкой ссылок, назовите это развитием бизнеса. У всего есть броские никнеймы.

Это не простое задание убедить людей оставить ссылку на ваш сайт. Если вы слушаете SEO оптимизаторов, то должны знать, что существует три ссылки, которые передают PR.

Как тренировать человека, занимающегося ссылочной массой

Как вы оцениваете ссылку? Общее количество уникальных ссылающихся [доменов](#), [общее количество ссылок](#), особые ссылки, контроль расположения текстового анкера, % сайта, цитирование, возраст сайта.

Объясните противоречия в [значимости PR](#). PR по [тулбару](#) мало чего значит. Если вы видите PR 0, то маловероятно, что он будет значить столько же сколько и PR7, однако, мы не знаем передает ли вес PR7. Отсюда и противоречия.

Покажите им отличное начало и почему это важно. Покажите как правильно подойти, чтобы получить [качественные бэклинки](#). Тод любит начинать с каталога Google.

Объясните как найти контактную информацию. Это очень просто — посмотрев на [WHOIS](#). Вы хотите послать индивидуальный запрос — Найдите имя на сайте, email, частые ключевые слова на странице и т.д. Возможно вы найдете номер телефона. Учитесь искать имя вебмастера для того, чтобы найти email.

12 разных типов ссылок: из каталога, [полученная обменом](#), ссылки "односторонние" с сайтов друзей и т. д. Объясните какие из них важные и более весомые для вашего сайта.

Используйте инструменты.

Другие рекомендации: Используйте женские имена при попытках получить бэклинк. Они работают лучше. Используйте различные социальные сети для связи с людьми. Попробуйте различные методы общения. Не в коем случае не переходите на угрозы. Не бойтесь заводить диалоги.

Намереваясь получить ссылку на ваш сайт, убедитесь, что вы максимально информативны. Убедитесь в честности сотрудничества: ваша ссылка не стоит в [nofollow](#).

В чем разница между покупкой ссылки и размещением пресс релиза на одном из ведущих сервисов?

Тод: семантическая

Роджер: Об этом можно долго спорить. В каком случае это купленная ссылка, а в каком это просто реклама?

Покупая ссылки люди зачастую чрезмерно используют текстовый анкор. Есть ли какие-то ограничения?

Роджер: Разнообразие выглядит натуральным — но [разнообразие в типе ссылок](#) и типе сайтов откуда вы получаете ссылку. Он любит это делать по возрастающей и следить, как это влияет на выдачу.

[MyOST](#): в Рунете покупать ссылки не стыдно, более того - можно кричать об этом на каждом углу и ничего за это не будет. Пока что это действительно так, но рано или поздно все вернется в цивилизованное русло, когда многие вспомнят, что есть вебмастера и с ними нужно общаться, чтобы получить качественную ссылку.

Источник: [How to Buy Links With Maximum Juice and Minimum Risk](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/14. Внешние ссылки из профилей

[Автор: Димитрий KtoNaNovenkogo](#)

Сегодня хочу продолжить тему **получения обратных внешних ссылок на свой сайт** или, другими словами, тему [внешней оптимизации](#). Несмотря на то, что внешняя оптимизация (получение как можно большего количества внешних ссылок на свой сайт) уже не имеет того сумасшедшего влияния на успешность раскрутки сайта, как было до недавнего времени, но все равно важность этого аспекта для продвижения трудно переоценить.



Сложность для **сайтов, продвигающихся по некоммерческим запросам**, заключается в том, что поисковые системы перестали учитывать в этом случае покупные ссылки. Поисковики анализируют анкеры (тексты) внешних ссылок и выделяют те, которые состоят из ключевых запросов, а затем анализируют сайт донор (с которого проставлена данная ссылка) на предмет торговли ссылками (если с донора будут проставлены еще и другие внешние ссылки, но уже другой тематики, то этот сайт будет причислен к продажным).

Где и как получить внешние ссылки для некоммерческих поисковых запросов

Ну и получается, что **покупка ссылок для продвижения по некоммерческим запросам** становится делом не рентабельным. Правда, можно попробовать закупаться безанкорными ссылками (в качестве текста ссылки может использоваться URL, либо слова «тут», «ссылка» и т.п.). Сразу оговорюсь, что если вам будут не совсем понятны употребляемые далее SEO термины, то ознакомьтесь предварительно с этой публикацией — [Как продвигать сайт начинающему вебмастеру](#).

Такие ссылки не будут влиять на ранжирование страницы в поисковой выдаче, но зато позволят получить какой-то [траст](#). Хотя, это тоже вилами по воде писано, ибо на биржах ссылок очень мало трастовых ресурсов и даже более того — некоторые внешние ссылки, купленные в бирже, могут утянуть ваш проект вниз за счет **переданного отрицательного траста** (слышали, наверное, истории, когда люди продвигают проекты не докупая новые, а наоборот, снимая выборочно некоторые из купленных ранее оптом ссылок с отрицательным трастом).

При покупке безанкорных ссылок можно будет еще воспользоваться такой особенностью поисковых систем, как **использование околоанкорного текста в качестве анкера**. Лучше будет использовать

околоанкорный текст и справа и слева от ссылки, ибо поисковики могут в разное время использовать разные алгоритмы учета текст рядом с ссылкой.

Тоже самое можно сказать и про наш [способ получения обратных внешних ссылок](#) — из профилей трастовых сайтов. Если у вас будет возможность употребить ключевые слова в профиле до и после проставляемой обратной ссылки, то не примените этим воспользоваться. Таким образом, обратные внешние ссылки из профилей будут способствовать не только наращиванию траста и [статического веса](#), но и могут оказаться полезными в ранжировании.

Но со ссылками из профилей может возникнуть такая загвоздка, что у вас не будет возможности проставить ссылку большей длины, чем предусмотрено. Поэтому не всегда у вас получится **проставить внешнюю ссылку из профиля на нужную страницу** (длина URL может оказаться слишком большая), а только либо на главную, либо на страницы рубрик, URL которых обычно короче, нежели адреса страниц со статьями (которые вы и продвигаете в основном по [низкочастотным запросам](#)). Во всяком случае, у меня возникает именно такая ситуация.

В плане передачи траста и статического веса вашему ресурсу тут ничего криминального нет, ведь разветвленная система [внутренней перелинковки](#) легко позволит статическому весу равномерно распределиться по продвигаемым вами страницам со статьями.

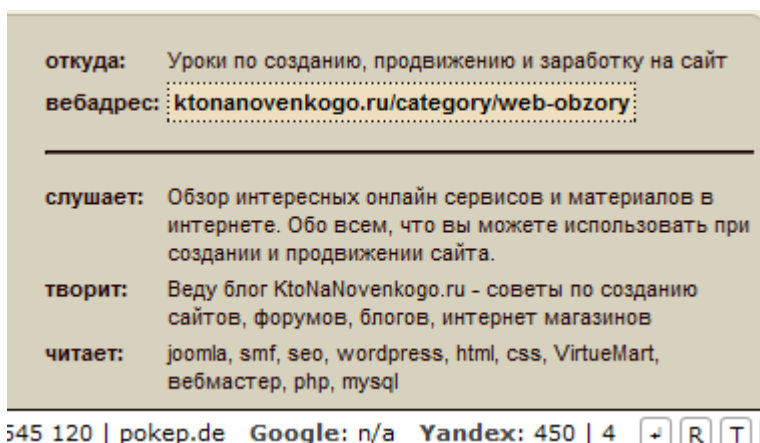
Но если бы можно было проставить в профилях внешние обратные ссылки именно на продвигаемые страницы, да еще и вставить околоанкорный текст, то это могло бы повлиять не только на наращивание траста и статического веса, но и позволило бы **помочь вашему сайту при ранжировании в поисковой выдаче** за счет ключевых слов в околоанкорном тексте.

Вот такая вот теория по особенностям получения обратных внешних ссылок на сайт, в том числе и из профилей трастовых (жирных) ресурсов. Насколько эти обратные ссылки эффективны и какой реальный статический вес способны передать на ваш ресурс я затрудняюсь сказать. В любом случае, это не будет панацея от всех невзгод и вам по прежнему основной упор нужно будет делать на [внутреннюю](#) и [поведенческую оптимизацию](#), ибо именно при движении в этом направлении вы получите наибольшую выгоду в раскрутке и увеличении посещаемости.

Да, еще хочу сказать, что мне жутко надоело подробно описывать получение той или иной обратной внешней ссылки из профиля, поэтому сегодня не буду этого делать — только голые факты. Тем более, что практически во всех комментариях к статьям по тематике [Поисковая оптимизация и продвижение сайта](#) мне пеняют на водность и излишний объем текстов. Вот и пришла, наверное, пора прислушаться к этим замечаниям.

Внешние обратные ссылки из профилей

1. Poker.de — Тиц=450. Безанкорная внешняя обратная ссылка с возможностью использования околоанкорного текста ([_http://www.poker.de](http://www.poker.de)).



Напомню вам, что URL страницы с вашей новой внешней обратной ссылкой будет целесообразно, наверное, **добавить в аддурилку** (форма для добавления адресов новых страниц, которые еще не проиндексировали поисковые системы) [Яндекса](#) и [Google](#), ну или каким-либо другим известным вам способом сообщить о данной странице поисковым системам, чтобы они как можно быстрее проиндексировали и учли вашу новую внешнюю ссылку из профиля.

Кроме этого, при добавлении в аддурилку Яндекса адреса страницы с вашей новой внешней ссылкой, вы получите ответ на вопрос — закрыта ли эта страница для индексации поисковыми системами через [файл robots.txt](#) или нет. Определить, открыты или нет для индексации поисковыми системами внешние ссылки на странице, можно с помощью [плагина SEObat для Opera](#). С помощью этого плагина вы сможете наглядно увидеть, **открыта внешняя ссылка для индексации поисковиками** или нет.

Например, на приведенном выше скриншоте, ссылка на KtoNaNovenkogo.ru подсвечена светло-коричневым цветом, что означает ее открытость для индексации поисковиками. Сама панель SEObat так же способна выводить значения [ТИЦ](#), [Page Rank](#) и [Alexa Rank](#) и многое другое (читайте об этом подробнее в статье о SEObat, перейдя по приведенной чуть выше ссылке).

2. Revisor — ТИЦ=400. Безанкорная внешняя обратная ссылка с возможностью добавления околоанкорного текста, который при удачном стечении обстоятельств может быть учтен поисковыми системами в качестве анкера ([_http://revisor.od.ua/](http://revisor.od.ua/)).

Сайт: http://ktonanovenkogo.ru/category/zarabotok_na_saite/monetizaciy

Веду блог KtoNaNovenkogo.ru — советы по созданию сайтов, форумов, блогов, всевозможных способов получения дохода со своего сайта, блога или форума, css, VirtueMart, вебмастер, php, mysql

[-] Alexa: n/a Google: n/a Yandex: 400 | 4 [v] [R] [T] Options

3. Turizm — ТИЦ=200. Опять безанкорная ссылка с околоанкорным текстом ([_http://www.turizm.ru](http://www.turizm.ru)).

mysql
Веду блог
KtoNaNovenkogo.ru
- советы по
созданию сайтов,
форумов, блогов,
интернет
магазинов
• Род
занятий:
• Сайт: ktonanovenkogo.ru

exa: 13 987 | turizm.ru Google: n/a Yandex: 220

4. Gps-club — ТИЦ=1600. Внешняя ссылка будет без анкера, но при должном заполнении профиля вполне возможным будет прикрутить к ней околоанкорный текст ([_http://www.gps-club.ru](http://www.gps-club.ru)).

| | |
|--|--|
| Пользователь: | Дмитрий Автор и постоянный ведущий блога KtoNaNovenkogo.ru (Уроки по созданию, продвижению и заработку на сайтах). Разговор идет о Joomla, Wordpress, SMF, Virtuemart, бесплатном продвижении и многом другом |
| Сайт: | http://ktonanovenkogo.ru/ |
| Пол: Мужской | |
| [-] Alexa: 45 662 gps-club.ru Google: n/a Yandex: 1 600 | |

5. Quote.rbc — Тиц=3200. Внешняя ссылка, как всегда безанкорная, но в области «интересы» или похожие графы профиля можно будет добавить околоанкорный текст (_http://quote.rbc.ru/forum/).
6. R01 — Тиц=2600. Все как обычно — внешняя ссылка и околоанкорный текст (_http://r01.ru/forum.php).

| | |
|---|--|
| WWW-страница: | http://ktonanovenkogo.ru |
| Пол: | Мужской |
| Профессия: | Веду блог KtoNaNovenkogo.ru |
| Место жительства: | Барбадос |
| Интересы: | Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - Уроки создания, продвижения Подробно о Joomla, SMF, SEO, WordPress, HTML, CSS, VirtueMa |
| [-] Alexa: 18 104 r01.ru Google: n/a Yandex: 2 600 5 | |

7. Sasisa — Тиц=220. У этой внешней ссылки можно будет использовать анкор с нужными вам ключевыми словами (_http://sasisa.ru/).

| | |
|---|--|
| WWW-страница: | http://ktonanovenkogo.ru Уроки создания, продвижения и заработка на сайтах , html, css, VirtueMart |
| Пол: | Мужской |
| Профессия: | Веду блог KtoNaNovenkogo.ru |
| Место жительства: | Барбадос |
| Интересы: | Веду блог KtoNaNovenkogo.ru - Уроки создания, продвижения Подробно о Joomla, SMF, SEO, WordPress, HTML, CSS, VirtueMa |
| [-] Alexa: n/a Google: n/a Yandex: 220 4 [R] [T] Options | |

Часть III/15. Инструкция по покупке ссылок в подписях на форумах

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Покупка ссылок в подписях на форумах является эффективным методом для продвижения сайтов. Купив ссылки в подписях активных форумчан на популярных форумах по тематике вашего сайта, вы сможете не только подпитать продвигаемый сайт большим количеством тематических ссылок с нужным текстом, но и получить дополнительных целевых посетителей.



По моим наблюдениям, ссылки с подписей отлично накачивают PR и хорошо влияют на рост позиций в поисковиках. Также ссылки с подписей на форумах положительно влияют на рост тИЦ. Кроме этого, себестоимость таких ссылок в разы ниже, чем при использовании многих других методов.

Я широко применяю покупку ссылок в подписях на форумах. Сегодня я поделюсь с вами особенностями этого метода продвижения. По соотношению затраты/эффект ссылки в подписях на форумах очень выгодны. В итоге ваш сайт получает ссылки со многих страниц форумов, зачастую с прикрепленных тем, которые просматривает большое количество посетителей, а также с хороших пиаристых страниц, которые находятся в выдаче поисковиков.

Итак, приступим к операции. Сестра, скальпель! 🧐

Как находить форумы по тематике

Если вы давно занимаетесь какой-либо тематикой, вам могут быть известны популярные форумы. Если нет - ничего страшного, форумы можно легко найти с помощью поисковиков. Делаем такие запросы (допустим, тематика - мобильные телефоны):
телефоны форум

сотовые форум
мобильные форум

Также можно задать поисковые запросы в соответствии с названиями движков форумов (для примера я привел два, форумных движков намного больше):

мобильники *vbulletin*
сотовые *ipb*

Можно еще так:
телефоны *viewtopic*

Какие форумы лучше для покупки подписей

Форум должен быть тематическим. Чем выше параметры ТИЦ и PR, тем лучше. Если форум находится в каталоге яндекса и dmoz.org - вообще замечательно. Чтобы быстро проверить эти данные, рекомендую пользоваться сервисами или программами, которых сейчас много. Можете использовать бесплатную программу [Сайт Аудитор](#), сервис [Be1](#) либо установите плагин [SEOquake](#) для браузера.

Важный момент - не все форумы подходят для покупки ссылок в подписях.

Какие форумы подходят для покупки ссылок в подписях?

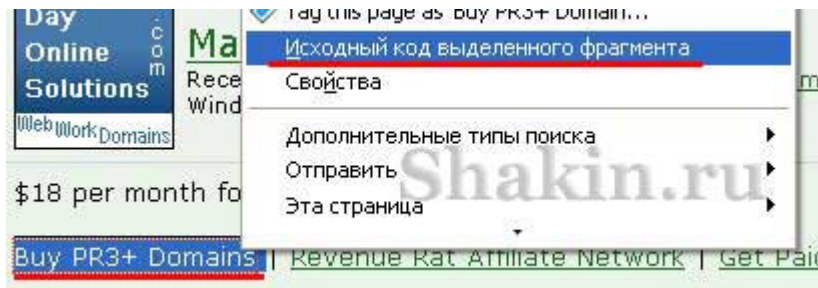
Ссылки в подписях должны быть прямыми (без редиректа) и не должны быть закрыты через noindex и nofollow.

Как это проверить?

Очень просто. Заходим на форум. Потренируемся на моем любимом форуме forums.digitalpoint.com. Заходим в любую тему, например, в [эту](#), посвященную, кстати, продаже ссылок в подписях на форумах. В англоязычном интернете покупка ссылок в подписях давно популярна. Приведу примерную стоимость из этой темы ссылок в подписи:

форум с PR8, discuz.net - 25\$ в месяц/16400 постов
форум с PR7, phpwind.net - 18\$ в месяц/16500 постов

Итак, смотрим html код ссылки в подписи. Для этого выделяем ссылку в подписи, жмем правой мышкой и выбираем Исходный код выделенного фрагмента:



Код чист от всяких noindex и nofollow, ссылка прямая. Все замечательно:

```
<a href="http://www.dayonlinesolutions.com/domains.php?
sort=pagerank&soption=DESC" target="_blank">
Buy PR3+ Domains</a>
```

Если в коде ссылки присутствуют тег noindex (закрывает от индексации яндексом) или атрибут nofollow (закрывает от индексации гуглом), либо сделан редирект разными способами, то такой форум нам не нужен.

Приведу пример редиректной ссылки в подписи:

```
<a href="http://liveinternet.ru/click?  
http://webmaster.yandex.ru/check.xml">  
http://webmaster.yandex.ru/check.xml</a>
```

У каких форумчан лучше покупать ссылки?

Лучше всего - у модераторов. Иногда встречаю темы, в которых модераторы сами предлагают купить у них ссылку в подписи. [Пример](#). Модераторы хороши тем, что у них особые права и у них обычно больше прикрепленных тем, чем у обычных пользователей.

Лучше покупать ссылки в подписях форумчан с большим числом сообщений. На многих форумах есть полезные в этом плане функции. Например, на форуме [seobuilding](#) в нижней части вы легко найдете самых активных форумчан за сегодня и форумчан с наибольшим количеством сообщений по этим ссылкам:

10 авторов сегодня · Лучшие 10 авторов

Далее регистрируетесь на форуме и пишете выбранным форумчанам примерно такое личное сообщение:
Добрый день!

*Хотел бы купить у Вас ссылку на мой сайт http://ваш_сайт.ru в Вашей подписи. Предлагаю \$10 в месяц.
Текст ссылки: текст вашей ссылки.*

*С уважением,
Ваше имя*

Сайт лучше укажите сразу, чтобы его могли посетить и убедиться, что у вас нормальный сайт, отвечающий законодательству. Также советую сразу указать стоимость, которую можете предложить.

Стоимость ссылок в подписях не зависит от тИЦ и PR форума, а также от его нахождения в каталогах. Основные факторы ценообразования, по моему опыту, следующие:

- статус пользователя (модератор, состоит в особых группах, обычный);
- авторитет пользователя (можно определить по репутации или если немного почитать его сообщения);
- количество сообщений пользователя (чем больше, тем лучше);
- качество сообщений (чем развернутее и полезнее сообщения, тем лучше);
- количество созданных тем (у форумчанина должны быть не только простые сообщения, но и созданные им темы);
- дата регистрации (чем раньше, тем лучше);
- месячная активность (сколько сообщений в месяц в среднем, чем больше, тем лучше).

Советую предварительно бегло просмотреть сообщения пользователя. Не рекомендую покупать ссылки в подписях у флудеров, сообщения которых состоят из смайликов или нечленораздельных реплик типа “ыыы”, “йо, креведко” и “зачетно”.

Я часто покупаю ссылки в подписях на форумах у тех форумчан, которые создали популярные или прикрепленные темы с PR3-5. Часто такие темы просматривает большое количество посетителей. Еще я люблю пробивать такие темы на предмет нахождения в поисковиках (для этого можно набрать в

поисковике заголовок темы в кавычках или просто набрать основные ключевые слова темы). Если тема в топе поисковиков - берем сразу! 🤖

Если купить ссылку в подписи у создателя такой темы и грамотно и привлекательно составить текст ссылки, то в итоге можно получать посетителей практически прямо из поисковиков. То есть действуем не напрямую, а немного в обход.

Можно пойти немного другим путем - если при изучении топов нужной вам тематики находите какую-либо тему форума, то можете попробовать купить ссылку в подписи у ее создателя.

Суть - постараться совместить количество ссылок с качеством.

Теперь интересный момент. Сестра, иглодержатель! 🤖

Какую стоимость предлагать за ссылку в подписи на форуме?

Так как этот метод в рунете мало кто использует и большинство пользователей форумов про такое не слышали, то ссылки в подписях на русскоязычных форумах зачастую можно купить очень выгодно. Во многих случаях мне удается купить за \$5-20. В итоге за эту сумму при правильном подходе можно получить сотни и тысячи ссылок.

Если форумчанин постоянно пишет сообщения, то я продлеваю сотрудничество с ним и покупаю ссылки в его подписи на постоянной основе. Для проверки активности форумчан советую вести таблицу excel, в которой укажете ники, форумы и количество сообщений по месяцам. Очень удобно. Я еще оцениваю эффективность каждой подписи по пятибалльной шкале. Видимо, сказывается педагогическое образование 🤖 От двоечников отказываюсь. 🤖

Эффективность ссылок в подписях на форумах оцениваю в трех номинациях - рост позиций, рост беков и количество посетителей.

С одного форума я обычно не покупаю ссылки больше, чем у одного форумчанина. Лучше купить ссылки в подписях у 1 форумчанина на 10 форумах, чем у 10 форумчан на 1 форуме. Исключение - жирные и популярные форумы. На таких форумах я покупаю ссылки в подписях у 3-4 и более активных форумчан.

Как составлять текст ссылки?

Текст ссылки я не делаю длинее 3-4 слов, чаще 2-3.

Если хотите сделать акцент на рост позиций, используйте нужный поисковый запрос. Для этого зайдите на сервисы подбора слов [яндекса](#) или [рамблера](#) и подберите нужный запрос. В общем, действуйте по всем правилам SEO. Я заметил, что ссылки с подписей на форумах отлично работают для среднечастотников (образно говоря, для фраз из 2-3 слов).

Если хотите, чтобы по вашей ссылке в подписи перешло побольше посетителей, то вы должны сделать акцент на привлекательность текста ссылки. Постарайтесь сделать его интригующим, но не откровенно рекламным. Не употребляйте слова “лучший”, “самый”.

Кстати, откровенно рекламные ссылки во многих случаях размещать в своей подписи форумчане не будут. Можете сделать красивый баннер или юзербар, но только если форумчанин не против.

Я советую сразу писать предложение о покупке ссылки в подписи 5-7 форумчанам на каждом форуме. Часть не ответит, часть откажется, часть запросит высокую цену. В итоге у вас будет выбор.

Часть III/16. Google дает больший вес естественным ссылкам, располагающимся в тексте

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Могу сказать с уверенностью, что **вы отслеживаете свои позиции в Google**, даже тогда, когда авторитетные seo издания говорят, что ранжирование ключевых слов утратило свою прежнюю силу.

Вот ряд причин, почему вы продолжаете это делать:

- Дает вам знать удовлетворен ли Google вашей seo деятельностью или нет
- как воздействуют изменения сайта и страниц
- и конечно, это ставит перед вами все новые и новые цели для достижения успеха

Мониторинг сайта — хорошее дело, но отслеживаете ли вы в целом, [положение страницы в выдаче по ключевому слову](#) и что вообще делается вокруг вашего сайта?

К примеру, я продвигаю ключевик **"search engine optimization"** - конкуренция тут очень велика. После 8 месяцев работы я нахожусь на второй странице выдачи Google.

Каждую неделю я проверяю свои позиции, а так же **позиции своих 20-30 конкурентов** по этому запросу и действие фильтров Google.

И однажды я заметил, что один из сайтов - [SEOconsult](#), который находился **на 1 странице выдачи упал аж на третье**. Хочу заметить, что это уважаемый ресурс, который никогда не был замечен в спаме, имеет PR 6 и около 50000 бэклинков. Однако, взглянув на ссылочную массу сайта становится все понятно.

Для начала, сравним

Если вы когда либо наблюдали такое с сайтом-конкурентом или это было с вашим сайтом, находясь на первой странице выдачи. Сейчас просмотрите сайты из выдачи на первой странице и выберите тот, который кажется слабее всех и с меньшим числом ссылок.

Я проделал это с поисковым запросом **"search engine optimization"** и выбрал самый слабый сайт - [Topclickmedia](#). У него было около 6000 ссылок это в разы меньше чем у конкурентов, а находился на первой странице.

Для анализа я использовал [SEObook backlink analyzer](#), но вы можете использовать любой удобный вам софт. Он показывает 1000 самых важных ссылок, но этого вполне достаточно чтобы понять что к чему.

Для начала посмотрим на результаты анализа сайта Topclickmedia:

| Links | From | Status | Type | Link Text |
|---|------|-----------|-------|--|
| 1//the40th.com/category/webdevelopment | Y | Completed | .com | search engine optimisationarticles |
| 1//www.webhostright.com/general-web-hosting-info/polic... | Y | Completed | .com | search engine optimisation work |
| 1//www.dotzoo.com/resource.html | Y | Completed | .com | search engine optimisation website |
| 1//www.zyandavid.net/Holiday.html | Y | Completed | .net | search engine optimisation website |
| 1//www.ansafone.com/Blog/post/2009/05/16/Building... | Y | Completed | .com | search engine optimisation uk |
| 1//affiliatipaymoney.com/the-art-and-science-of-seo-cont... | Y | Completed | .com | search engine optimisation techniques |
| 1//www.manchesterposthewar.org/page/4/ | Y | Completed | .org | search engine optimisation technique |
| 1//www.el17.com/indexing-changes-within-google.html | Y | Completed | .com | search engine optimisation tactics |
| 1//www.tuningpointabook.com/tag/seo-updated | Y | Completed | .com | search engine optimisation tactics |
| 1//readrockwrite.com/post/My-Credit-Card-Refused-Agai... | Y | Completed | .com | search engine optimisation survey |
| 1//www.opervision.com/Blog/post/2009/10/19/How-to... | Y | Completed | .com | search engine optimisation survey |
| 1//vdcruisenet.net/post/2008/04/30/Display-Picture-Meta... | Y | Completed | .net | search engine optimisation survey |
| 1//nermins.net/post/2008/09/Implementing-MVC-Site-usi... | Y | Completed | .net | search engine optimisation survey |
| 1//www.serioushomebasedbusiness.com/work-at-home/... | Y | Completed | .com | search engine optimisation strategy |
| 1//webwideway.com/page/2/ | Y | Completed | .com | search engine optimisation purposes |
| 1//www.unbox.com/category/technology | Y | Completed | .com | search engine optimisation practitioners |
| 1//thebooksreview.com/title-tags-and-a-strategy-for-seo... | Y | Completed | .com | search engine optimisation practices |
| 1//www.careers.com/page/3 | Y | Completed | .com | search engine optimisation or SEO |
| 1//www.blognamic.com/pioneer-domains-and-domain-mas... | Y | Completed | .com | search engine optimisation of your website |
| 1//www.psufc.com/learn-and-master-the-technique-of-go... | Y | Completed | .com | search engine optimisation marketing |
| 1//www.fruitventure.com/category/internet-marketing-an... | Y | Completed | .com | search engine optimisation marketing |
| 1//www.anyousmooth.com/how-to-make-your-website-st... | Y | Completed | .com | search engine optimisation marketing |
| 1//inedec.info/tag/seo/ | Y | Completed | .info | search engine optimisation marketing |
| 1//www.si-pl.com/resources.html | Y | Completed | .com | search engine optimisation london |
| 1//www.addictivemedia.co.uk/link-partner-4.html | Y | Completed | .in | search engine optimisation london |
| 1//www.seopublicrelations.com/ | Y | Completed | .com | search engine optimisation london |
| 1//www.emcolind.com/resources.html | Y | Completed | .com | search engine optimisation london |
| 1//www.sysnetinfosys.com/resources.html | Y | Completed | .com | search engine optimisation information |
| 1//www.jackysopinion.com/ | Y | Completed | .com | search engine optimisation information |
| 1//www.theassociatereference.com/ | Y | Completed | .com | search engine optimisation information |
| 1//blog.wservemews.com/post/2009/07/17/IT-Performa... | Y | Completed | .com | search engine optimisation info and advice |
| 1//wddb.wine-doors.org/node/34 | Y | Completed | .org | search engine optimisation info and advice |
| 1//www.solchina.org/ | Y | Completed | .org | search engine optimisation in the UK |
| 1//digitaldreams-si.com/internet-marketing-top-click-media... | Y | Completed | .com | search engine optimisation in the UK |
| 1//desktopgirls.bravejournal.com/ | Y | Completed | .com | search engine optimisation in the UK |
| 1//www.markayi.com/ | Y | Completed | .com | search engine optimisation in the UK |

Здесь я особо хочу выделить ссылки, которые имеют вариации текстового анкора "search engine optimization".

Из анализа вырисовываются 3 вещи:

- Ссылочная масса построена из разных вариаций ключевой фразы, 25% точных анкоров и 39% - вариаций.
- Ссылки расположены на внутренних страницах сайта, а не на главных.
- Ссылки расположены в контенте или части записи.

Хочу сказать, что это очень хорошая стратегия сайта **Topclickmedia** размещать ссылки в контенте используя огромное количество вариаций, вывела его в топ выдачи.

Итак, после анализа и не глубоких рассуждений видно как **Google** относится к ссылкам с вариациями поискового запроса, которые находятся внутри текста.

Теперь взглянем на сайт SEOconsult

| Links | From | Status | Type | Link Text |
|--|------|-----------|------|----------------------------|
| http://www.aliclockonline.com/resources_computers_2.html | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.creamventas.com/e-commerce.php | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://osmeshow.about.com/b/2009/05/04/deal-or-no-dea... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.innovativepeople.com/linkious.html | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.plyighthouse.com/2009/03/16/the-amazing-jar-47/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.africanmusic.com/Links.html | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.kidreviewer.com/2008/08/bare-naked-ladies-en... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.wiseguysonly.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.buydevelopers.com/resources.htm | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://links4web.net/computers/Internet/ | Y | Completed | .net | Search Engine Optimization |
| http://www.houndit.com/hndn2.html | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.feelingflirty.com/we-re-all-connected/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://newsblaze.com/story/2009050900170200001 pr/tops... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://blogs.sun-sentinel.com/sports_hockey_pantners/2009... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.itsbusiness.net/articles/viewarticle.jsp?id=74... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.pressabout.com/seo-consult-add-3-search-engin... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.searchengin rankings.co.uk/ | Y | Completed | .uk | Search Engine Optimization |
| http://www.mayrut.co.in/webdesign.htm | Y | Completed | .in | Search Engine Optimization |
| http://dhanikerbakshi.com/2009/05/05/membership-site-mas... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.brisbaneseo.com.au/ | Y | Completed | .au | Search Engine Optimization |
| http://www.redtraffic.org/favorites.html | Y | Completed | .org | Search Engine Optimization |
| http://www.ebgenius.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.claimasolicitors.co.uk/ | Y | Completed | .uk | Search Engine Optimization |
| http://www.hire-a-designer.com/resources.html | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.tecommerce.com/sitemap.html | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.paddle-taiwan.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.mycodstats.com/service.php | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.logodesignpros.co.uk/links/logo-design.asp | Y | Completed | .uk | Search Engine Optimization |
| http://www.nierva.com/pocquiao-wins-vs-hatton-2nd-round... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://layouts.ironmyers.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://ca.sys-con.com/node/906330 | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.seopromotioncompany.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://planetozh.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://pressesexposure.com/SEO_Consult_Launch_New_SEO... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.realwebstermarketing.com/directory/Computers_... | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |
| http://www.thedassie.com/ | Y | Completed | .com | Search Engine Optimization |

Теперь время взглянуть на ссылки сайта SEOconsult, возможно нам удастся найти ключ к его падению:

Как видно, все ссылки имеют анкор с точным поисковым запросом: "**search engine optimisation**" и "**search engine optimization**" - практически без вариаций. Однако это не все. Все ссылки находятся в футере, сайдбарах или просто в каталоге.

Итак... мой приговор...

Скорее всего, сайт SEOconsult попал под фильтры из-за большого количества одинаковых текстовых анкоров и оказался на 3 странице выдачи.

Для чего это делает Google?

Это совсем просто:

- Борьба с платными ссылками в каталогах, футерах, сайдбарах.
- Фильтрация происходит из-за большого количества одинаковых анкоров в ссылках, т. к. Google не хочет выглядеть глупцом
- более ценятся ссылки в контенте и на внутренних страницах сайта, т. к. они выглядят более естественно.

Вывод

Я не хочу говорить, чтобы вы отказались от ссылок в футере и других местах сайта. Я просто хочу подчеркнуть, что **ссылочная масса вашего сайта должна быть более естественной** и содержать ссылки с разнообразными текстовыми анорами. Нормальным будет 25% ссылок с точным анкором от всей массы.

Я надеюсь, что информация была полезной для вас.

Источник: [Google Finally Gives More Weight To Editorial, Natural Link Profiles](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/17. Как определить передает ли сайт вес ссылкам?

[ivan18shishkin](#)

ivan18shishkin:

Как определить передает ли сайт вес ссылкам?
(Раскройте секрет)

Chilie:

На 100% никак: можно только проверить либо положиться на собственный опыт, основанный опять же на экспериментах.

Чем качественнее сайт(субъективная оценка) и старше - тем больше шансов что фильтра нет 😊.

Movut:

никто не знает наверняка как рассчитывается траст. А следовательно ни один сервис не даст вам 100% точного ответа.

ivan18shishkin, я уж не знаю, какой это должен быть прожжённый ГС, чтобы он вес не передавал вообще. Другой вопрос: как определить величину передаваемого веса? Ответ: со 100% точностью - никак.

Avadon:

все однозначно не советуют сервисы определения траста. Дальше -так как формулы нет то каждый решает сам, субъективно опираясь на свой опыт.

И...? Мастеров сео сотни, а новичков тысячи, что им делать? Набираться опыта - правильно, но пока набираешься опыта, нужно что то иметь под рукой. А теперь объясните мне почему субъективное мнение мастеров создавших например xtool или seolib хуже вашего? У них тоже есть свои наработки и опыт, как и у вас.

А итог я считаю таков, да xtool не является истинной в последней инстанции, но тем кто ещё набирается опыта, стоит сравнивать свои выводы с выводами таких сервисов.

А если кто то хочет кинуть в меня камень, то будьте так добры создайте тему - консультации по весу сайта и давайте там ответы оптимизаторам стоит им покупать ссылку или нет на конкретных сайтах.

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/indeksaciya_saita/kak_opredelit_peredaet_li_sait_ves_ssylkam/

Часть III/18. Стоит ли обмениваться взаимными ссылками?

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Хочу сказать, что я не сторонник взаимного обмена ссылками по ряду причин: теряется вес ссылки, передается PR и выглядит это все как спам.

За последние 3 месяца я слегка изменил свою точку зрения.

У меня есть **сеть блогов**, некоторые из них доставили мне достаточно проблем, я делал много усилий, чтобы попасть на первую страницу.

После долгого разговора с моим близким другом и обдумыванием стратегии продвижения, я решил сделать **обмен ссылками с 2 качественными сайтами**. Тогда, мне не было дела до текстовых анкоров и я просто написал адрес домена.

В принципе, этот обмен для меня ничего не значил, сайт приносил примерно \$20 в месяц!

После этого обмена прошло около недели и я не только поднялся в выдаче на первую страницу, но и попал в топ 5! Это означало получение трафика в 20 раз больше чем было прежде и дополнительные \$5. И это сделали 2 ссылки!

Немного поясню, блог был небольшой и тематика низкой конкурентности. Я знаю каждую ссылку на мой блог, так как их количество не измерялось тысячами, да же не сотнями. Поэтому я сделал вывод, что взаимный обмен ссылками поднял мой блог в топ.

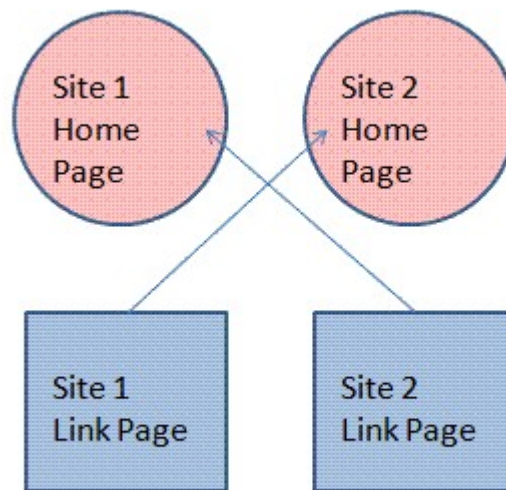
Как правильно обмениваться ссылками?

Перед тем как вы лихорадочно начнете обмен ссылками разрешите мне рассказать несколько правил и предостережений:

- Всего было установлено 2 ссылки, не рекомендуется устанавливать 10-15 ссылок.
- Перелинковка должна быть только с тематическими сайтами.
- Упоминайте ссылки не только в сайдбаре (типа друзья), а еще и в постах.
- Не обменивайтесь с кучей сайтов в один момент! Нужно делать небольшой промежуток времени.

Пожалуйста! Не делайте этого!

Ниже представлена схема перелинковки, от которой я вас сразу же попрошу отказаться!



95% предложений по обмену ссылками будет как указано на схеме выше.

Означает это следующее: вас просят установить ссылку на главной странице, а в обмен вы получаете ссылку из целого проспамленного каталога этих ссылок. И поэтому бэклинки на ваш сайт будут расценены как спам и сайт попадет под фильтр поисковых машин.

В чем разница размещения ссылок в различных частях сайта?

Если вы устанавливаете ссылку на всех страницах сайта, то вы рискуете потерять PR каждой из страниц. Будете ли вы это делать для бесполезной для вас ссылки??

Специальные страницы для обмена ссылками не делаются для пользователей, они делаются для роботов поисковых машин, обычно они заспамлены и выглядят ужасно!

Поэтому **бойтесь оставить бэклинк на ваш сайт на такой странице.** Вы могли заметить блок "ссылки" в правом сайдбаре. Ссылки там размещаются строго тематические и постепенно.

[MyOST](#): идеальный обмен ссылками - это обмен не только для поисковых систем, но и для получения трафика. Я бы не рекомендовал обмениваться ссылками из "мест" вроде "каталог ссылок", который давно превратился в помойку, хотя если Вам нужно прокачивать сателлиты - ради Бога 😊 обменивайтесь, но для нормальных проектов - побойтесь Бога 😊

Несколько слов о мерах безопасности при обмене ссылками

Не делайте этого с молодыми сайтами, сначала дайте сайту набрать хоть какой-то вес: размещая статьи с обратной ссылкой, естественные бэклинки.

Затем, когда ваш сайт стал известен, можно начинать искать партнеров для обмена ссылками:

- 1 — многие не согласятся обмениваться с вами, если у вас сайт с нулевыми параметрами
- 2 — когда на ваш сайт ссылаются другие, в глазах вебмастеров он будет желаем для обмена.

Источник: [Is Reciprocal Link Building Worthwhile?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/19. Секрет ссылочного обмена, или почему обмен ссылками держит сайты в Топе

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



Периодически встречаю в топе разных тематик, причем на 1 месте, сайты, не имеющие покупных беков. Во всяком случае эти беки не видит yahoo. Зато вижу различные сайты по обмену ссылками, на которых стоят кнопки, ведущие на сайт в топе. В чем секрет такого продвижения?

Секрет такого продвижения – **в особенностях тематического ссылочного обмена**. Среди моих конкурентов в нескольких тематиках тоже есть сайты, которые стабильно держатся в топе по конкурентным ВЧ при любых алгоритмах только на ссылочном обмене (плюс внутренние факторы). В одно время я потратила не один час, что б разобраться в причине такого влияния обменных ссылок, и поначалу не нашла никаких особых отличий обменных доноров от покупных. Но после знакомства с [Мадридским докладом Яндекса](#) появилось одно предположение, которое замечательно объясняет “особый” вес ссылочного обмена.

Как стало известно из Мадридского доклада, алгоритм Яндекса умеет отличать продажные и естественные ссылки (и страницы, продающие ссылки) для того, что б по-разному учитывать их при ссылочном ранжировании. Логично предположить, что естественные ссылки имеют бОльший вес, чем продажные. Согласно мадридскому докладу, **донор считается “продажным”, если он содержит несколько исходящих ссылок на сторонние ресурсы РАЗНЫХ тематик** (практически любая площадка из сапы или другого брокера содержит сотни и тысячи ссылок на разнотематичные ресурсы). Получается, что если **все исходящие ссылки относятся к одной тематике, такой донор не будет считаться “продажным”,** и вполне вероятно, что ссылка с него будет восприниматься как естественная и иметь бОльший вес.

Если присмотреться к сайтам, которые держатся в топе за счет ссылочного обмена, можно заметить, что **бОльшая часть их партнеров меняются ссылками только с сайтами одной (своей) тематики,** за счет чего ссылки с них могут считаться естественными и иметь бОльший вес, чем ссылки, купленные через биржу с площадок, ссылающихся на все подряд.

Вполне возможно, что именно в этом и заключается “секрет” особого влияния тематического обмена на позиции сайта.

Часть III/20. Ссылки с футера все еще работают!!

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Google, что же ты творишь?



Но перед началом я хочу предупредить, что этот **пост будет резким**, это потому что во время своих исследований я обнаружил что-то, что считаю очень несправедливым и в корне неправильным.

Неправильным не только для веб-мастеров, но и для пользователей поисковых систем, т.к. от этого в первую очередь страдают именно они.

С самого начала, я избрал для себя правило что буду постить только то, что работает на практике, а не существует в теории.

Сегодня мы поговорим о том, **что влияет на ранжирование страниц поисковиками**, но в то же время Google не хочет в достаточной мере уделять внимание для этого важного фактора.

что влияет на ранжирование страниц поисковиками

Из моих прошлых экспериментов стало известно, что **количество и качество ссылок** вместе с правильными текстами анкера являются очень весомыми факторами которые учитываются поисковиками при ранжировании, здесь нет никаких секретов, это общеизвестно.

Я всегда был сторонником **ссылочного разнообразия**, поэтому старался получать ссылки с самого большого количества источников насколько это было возможно, мне казалось в таком случае ссылки будут **выглядеть более естественно** и будут считаться поисковиками **более качественными**.

Вы можете себе представить мое удивление, когда я узнал, что **ссылочное разнообразие - это самый незначительный фактор** который учитывается при ранжировании, но это еще не все, наберитесь терпения и дочитайте до конца.

Вы можете себе только представить насколько сильно я был расстроен, то в что я верил оказалось неверным, но все же я решил разобраться в чем причина, почему так случилось.

Я отыскал несколько сайтов с **20, 30 тысячами ссылок** всего с **300 доменов**, как же им удалось получить такое большое количество ссылок с относительно небольшого количества сайтов? Может быть эти сайты имеют по несколько каталогов для ссылок? Или может они запостили 10000 статей со своими ссылками?? **НЕТ.**

Весь секрет, почему уровень разнообразия их ссылок оказался меньше 1% при том что эти ссылки были в футере.

Если проставить ссылки в футере на каждой странице сайта, тогда можно легко получить тысячи ссылок с одного домена, **ХОРОШО**, в этом нет ничего криминального, но могут ли такие ссылки передавать достаточный вес что бы влиять на ранжирование сайта на который они ведут??

Неужели **Google** при ранжировании учитывает ссылки с футера как и остальные (с контента, боковых панелей, заголовка)?? хм.

Если вы не смотрели это видео, **Matt** заявляет, что с начала возникновения **PageRank** поисковик Google оставил за собой право разные ссылки учитывать по-разному.

Хочу поделиться своими соображениями по этому поводу (я все-таки уверен что я правильно думаю) *“Google, пожалуйста не только оставляй за собой это право но и пользуйся им, тогда индекс будет намного качественнее и надежнее”*.

Суть моей проблемы с ссылками в футере очень простая, каждый может добавлять ссылки в футер и таким образом можно размещать свои ссылки на сотнях, а то и тысячах страниц сайта, все страницы будут передавать свой вес через анкорный текст на ваш сайт.

Поступает проект на продвижение, что вы делаете в первую очередь?

- Оптимизирую тексты сайта (39%, 105 Votes)
- Использую SEO бубен (21%, 55 Votes)
- **Оптимизирую код сайта (20%, 52 Votes)**
- Стучу на конкурентов (11%, 30 Votes)
- Покупаю ссылки (7%, 19 Votes)
- Использую Хрумер (2%, 5 Votes)

Total Voters: **266**

Добавьте тону ссылок всего с 50 – 100 разных сайтов и вы увидите как ваш сайт подымется, просто взлетит в серпе Google'a, разве это справедливо?

По вашему мнению какая страница должна ранжироваться выше: с 50,000 входящими ссылками из 500 доменов или с 10,000 с 2500 доменов?? Какая заслуживает большего доверия?

Tim, неужели ты говоришь что общий ссылочный вес должен базироваться на разнообразии ссылочных источников, а не их количестве самих ссылок?

Нет, количество все же должно приниматься во внимание, так-как несколько ссылок с одного и того же сайта могут быть качественными, но на мое глубокое убеждение приоритет в ссылочном весе все-таки должен быть за разнообразием ссылочных источников, в противном случае Google должен пересмотреть свое отношение к ссылкам из футера и не учитывать при ранжировании 1000 ссылок из футера.

Мой совет такой, если вам **нужно в короткие сроки продвинуть сайт**, разместите свои ссылки с **"правильными"** анкерами в футере страниц 100 сайтов, и вы уже скоро заметите положительный эффект от этого способа.

Как бы то не было, рано или поздно **Google** "прикроет лавочку", как только заметит что их серп переполнен сайтами которые пролезли в топ вот таким методом.

Я обсуждал эту проблему с такими гуру как [Rand Fishkin](#), **Ben Hendrickson and Nick Gerner** из компании [SEOMoz](#) они согласились с моими выводами, но также добавили что такая картина не везде, к примеру Google по разному ранжирует сайт из доменной зоны .co.uk и .com.

По их наблюдениям Google больше обращает внимание на ссылочное разнообразие для сайтов в зоне .com в то же время этот фактор не так сильно учитывается при ранжировании сайтов зоне .co.uk . Причину этого похоже мы так никогда и не узнаем. Google, пожалуйста будьте более избирательными при ранжировании!

[MyOST](#): честно, не понимаю, почему для автора этой статьи стало таким откровением. Сквозняки гуглом всегда ценились, причем очень даже ценились, а сквозняки в футере - дело привычное. Допустим копирайт студии дизайна - он всегда в футере, почему он должен цениться меньше чем другой вариант размещения? А с учетом того, что при помощи CSS футер для пользователя может быть даже в хедере на уровне html кода?

Если рассматривать философский вопрос "сквозняка", то тут я не согласен что гугл должен как-то это дискриминировать, ведь купить или поставить 1 ссылку с ресурса - доступней, чем сделать сквозняк. Сквозняк будет стоить дороже, да и не каждый владелец сайта согласится его поставить. Я бы наоборот давал больше плюсов этому варианту размещения, ИМХО. Хотя Яндекс этого не делает 😊

Источник: [Footer Links Still Work!! Google, What Are You Doing?](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/21. Внутренние ссылки: сколько ссылок слишком много?

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)



В SEO уже давно идут дебаты о том, какое максимальное количество внутренних ссылок может быть размещено на одной странице.

Если вы используете [SEOMoz PRO менеджер](#), то вы можете увидеть примерно такое предупреждение:



Если вы углубитесь в эту статистику, то вы увидите следующее сообщение:

Постарайтесь избежать слишком большого количества ссылок на странице (тут это "слишком большое" количество начинается от 100 ссылок).

Многие задались вопросом, а каким образом мы установили, что именно **100 ссылок является тем магическим числом** и является ли оно строгим лимитом или просто рекомендацией. Чтобы ответить на эти вопросы, я собираюсь обратиться к истории и найти последствия превышения этого барьера в 100 ссылок.

Откуда мы взяли число 100?

Появилось число 100 впервые из официальных источников Google и затем начало свое путешествие по многим интернет-ресурсам. В марте 2009 года, Мэтт Каттс, в одном из своих постов, впервые цитировал следующую фразу из инструкции Google для вебмастеров:

Следите за тем, чтобы количество ссылок на странице было меньше чем 100.

Согласно этому лимиту, поисковые пауки загружали определенное количество информации на странице. Как бы это не звучало странно, но лимит в 100 ссылок отлично работал для занесения копий страниц в поисковый кэш.

Наложат ли на сайт санкции за превышение этого количества?

Перед тем, как углубиться дальше, я хотел бы сказать, что за превышение этого лимита ни один сайт еще не получил никаких санкций со стороны поисковиков. В своем интервью, в августе 2007 года, Рэнд Фишкин ответил на высказывание [Мэтта Каттса](#) следующим образом:

"следите за тем, чтобы количество ссылок было меньше 100" является рекомендацией чисто с технической точки зрения, а не с качественной. Это не означает, что, если на странице сайта будет 101 или 102 ссылки, то они уберут ее из индекса. Вы должны помнить, что это делается только для занесения страницы в кэш.

С этого момента Google начал игнорировать ссылки, расположенные после определенной точки, но еще хуже стало то, что он перестал передавать через них ссылочный вес (PageRank). Индексация страницы осталась неизменной, никаких санкций не накладывалось.

Является ли число 100 до сих пор ограничением?

После того, как Мэтт Каттс прокомментировал инструкцию Google, оттуда исчезла следующая фраза - "меньше, чем 100". Подтвердили это и многочисленные исследования и эксперименты SEOшников и обсуждения в блоге Google. А в апреле 2010, инженер Google, Джон Му, сказал следующее:

100 ссылок на странице — это всего лишь рекомендация... Существует огромное количество страниц, где количество ссылок превышает 100 и это не является проблемой. Если ваша страница имеет достаточно траста, то Google в любом случае будет заинтересован в той странице, на которую она ссылается.

Как и многие другие "лимиты" Google, это число не является точным и зависит от авторитетности сайта. Кроме того, Google не стоит на месте, а вместе с этим изменяется и данное число (особенно после ввода "Кофеина").

Итак, имеет ли место быть это ограничение сегодня?

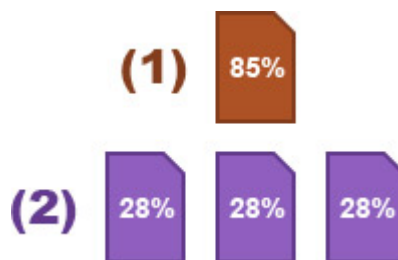
Если кратко, то "да". В SEO неизменно работает следующее правило: чем больше ссылок на странице, тем меньше веса передает каждая из них. Вот что об этом думает Мэтт:

Во всяком случае, вы делите [PageRank](#) страницы между сотнями ссылок, поэтому каждая ссылка будет передавать лишь ничтожное количество PageRank.

Другими словами это звучит так: чем больше ссылок на странице — тем меньше веса передает каждая из них. Конечно сегодняшняя система передачи PageRank гораздо сложнее, однако давайте взглянем на несколько простых примеров.

Пример 1: 3 внутренних страницы второго уровня

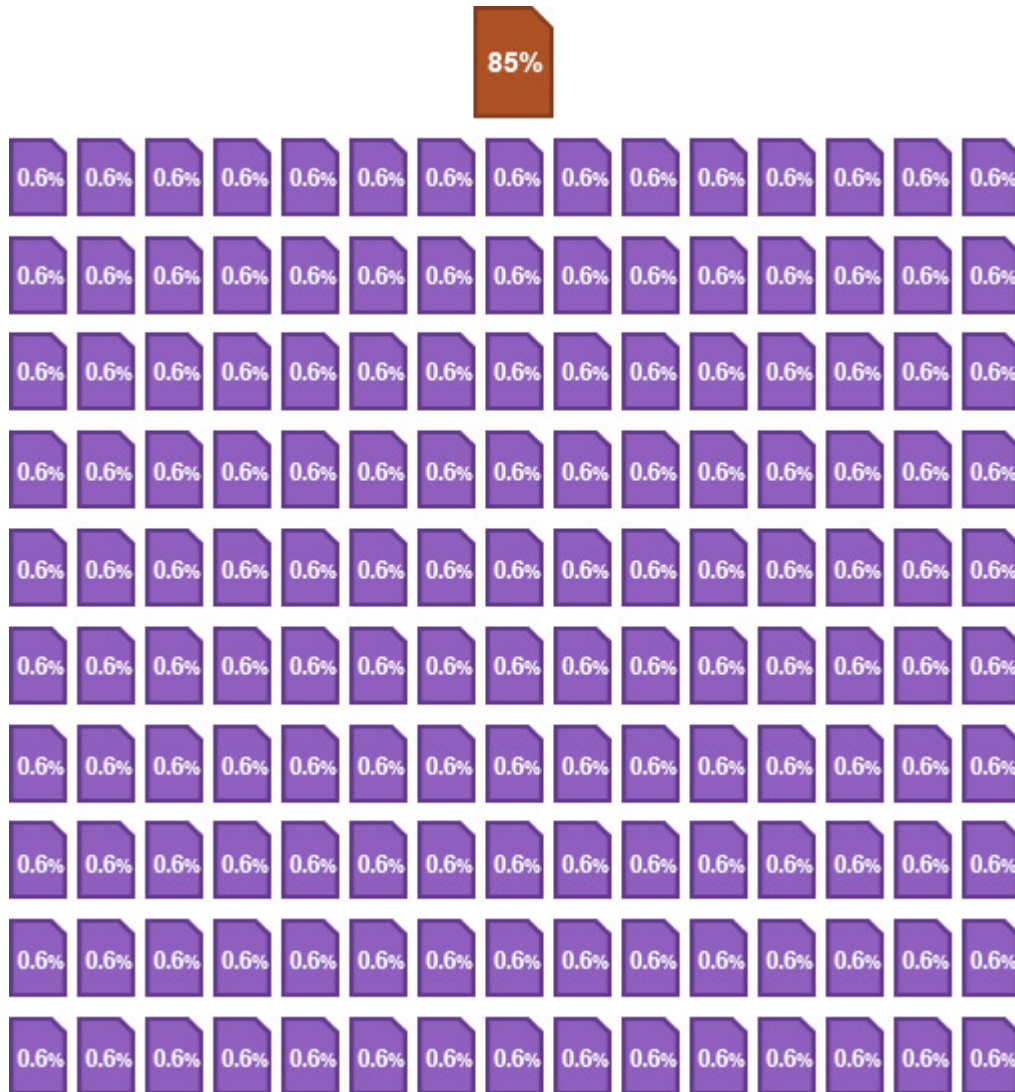
Допустим, у нас есть очень простой сайт, состоящий из главной страницы и трех внутренних страниц, на которые имеются ссылки с главной. Я упрощу модель передачи PR и разделю PR главной страницы на три части. Однако, Google не позволяет передавать весь PR страницы другим, поэтому, скажем, что страница передаст 85% PR. В результате мы получим примерно следующее:



Мы видим, что каждая страница получает примерно 28% PR главной страницы. Не стоит принимать эти числа за точные, так как я упростил реальную модель передачи PR.

Пример 2: 150 внутренних страниц второго уровня

Теперь давайте увеличим это количество страниц до 150. Распределение PR будет выглядеть следующим образом:



Разделив 85% от оригинального PR главной страницы на 150, мы получаем 0,6% на каждую страницу. На данной схеме отчетливо видно, как внутренний PR просто растворяется с ростом количества страниц.

Каково же оптимальное количество ссылок?

Однозначный ответ на данный вопрос не дать в силу того, что в SEO существует огромное количество нюансов. При создании сайта, мы должны находить компромисс между глубиной структуры сайта, удаленностью внутренних страниц от трастовых страниц и слишком простой ("плоской") структурой сайта.

Многие SEOшники рекомендуют использовать как можно более простую структуру, однако существует риск, что весь вес главной страницы разойдется по множеству внутренних. Действительно ли все ваши 150 страниц одинаково важны и заслуживают одинакового PR? Скорее всего нет.

Именно поэтому мы должны определить на какие страницы ссылаться с более трастовых, а на какие нет. Возможно правило 100 ссылок уже и устарело, но на него все еще можно полагаться.

MyOST: При этом эксперименты на новых сайтах дают свои результаты, на основе которых внутреннее распределение веса стараюсь делать тоже с максимальной эффективностью и ограничением внутренних ссылок, а также четкой прокачкой нужных страниц путем внутренней перелинковки.

К примеру - возьмем проекты из SAPE и посмотрим на количество внутренних ссылок.

| | | | | | | | | | |
|---------|---|---|------|-------------------------------------|---------|---|---|------|-------------------------------------|
| 0 | 2 | 0 | 5,50 | <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 3 | 0 | 5,49 | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 0 | | | | | 0 | | | | |
| 737/736 | | | | | 531/526 | | | | |

Разумеется - основная цель такого количества ссылок, это просто вхождение в индекс как можно большего количества страниц. Проанализируем ссылочную структуру такого проекта и какой вес будет на страницах.

| Ном | Заголовок | Ссылка | Ссылки ведущие на | Ссылки ведущие со | Условный вес |
|-----|---------------|--------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| 1 | Цена на не... | / | 755 | 16 | 75,751879600... |
| 2 | Динамика ... | /dinami... | 755 | 22 | 75,751879600... |
| 3 | Прогнозир... | /progno... | 755 | 23 | 75,751879600... |
| 4 | Цены на н... | /tseny-n... | 755 | 23 | 75,751879600... |
| 5 | Цена на не... | /tsena-n... | 755 | 23 | 75,751879600... |
| 97 | Дочка CN... | /dochk... | 755 | 26 | 75,751879600... |
| 101 | Слабая ма... | /slabay... | 755 | 26 | 75,751879600... |
| 103 | Правитель... | /pravitel... | 755 | 22 | 75,751879600... |

С условным весом в 75+ единиц - большое количество страниц, дальше меньше, но после первых 30 страниц, по остальным растекается вес абсолютно без контроля, когда системные страницы обладают весом большим, чем контентные.

С другой стороны посмотрим на проекты из ТОПа, один клиентский, который был перелинкован под основной запрос.

| Ном | Заголовок | Ссылка | Ссылки ведущие на | Ссылки ведущие со | Условный вес |
|-----|-------------|------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| 1 | Кислоро... | / | 98 | 5 | 144,66543679... |
| 3 | ОХУ 500... | /oxy5... | 31 | 29 | 25,990048138... |
| 34 | Спум-см... | /spoo... | 3 | 2 | 12,629345188... |
| 2 | Каталог ... | /catal... | 2 | 5 | 12,258939979... |
| 35 | Адреса ... | /tochk... | 2 | 1 | 12,258939979... |
| 36 | Фоторе... | /exhibi... | 2 | 2 | 12,258939979... |
| 32 | Кислоро... | /cockt... | 5 | 1 | 3,3514954861... |
| 37 | Вопросы... | /map/ | 2 | 96 | 2,5754661458... |

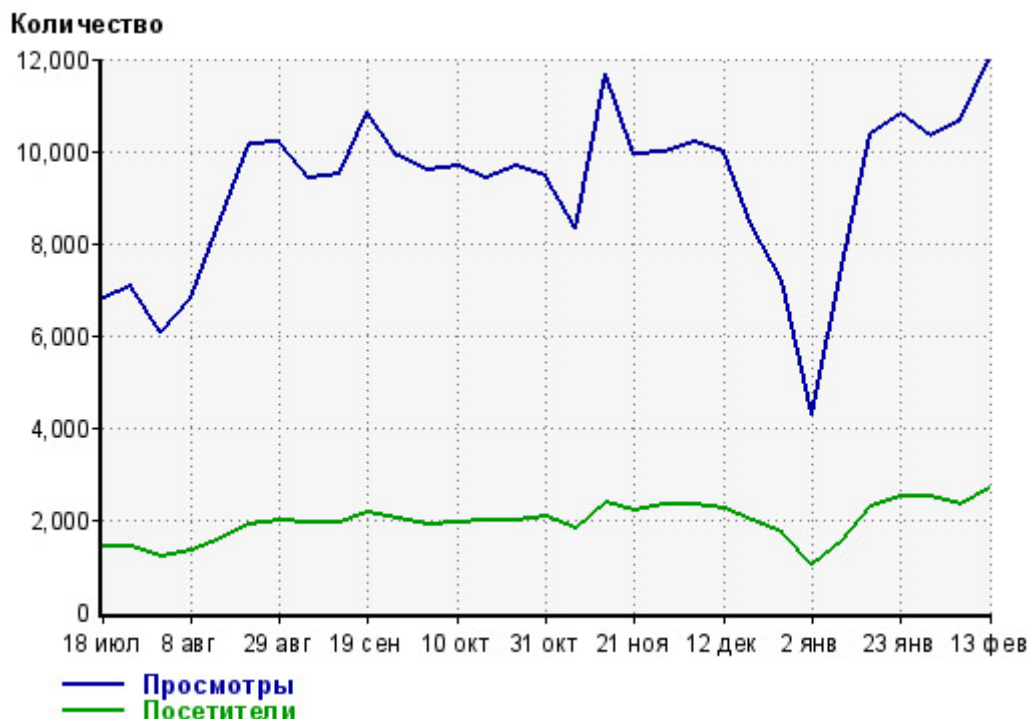
Контролируемая внутренняя перелинковка. Хотя, наверно, не сильно корректный пример, он "сдобрен" внешними ссылками. Возьмем другой пример, где продвигается не 1 страница, а несколько десятков, при всем этом - сателлит, который делался под трафик.

| Ном | Заголово | Ссылка | Ссылки ведущие на | Ссылки ведущие со | Условный вес |
|-----|-------------|-----------|-------------------|-------------------|-----------------|
| 1 | Госуда... | / | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 2 | Список ... | /avto/ | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 3 | Дилерс... | /dilers/ | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 4 | Площа... | /plosh... | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 5 | Цены ... | /price/ | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 6 | Задать ... | /faq/ | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 7 | Chevrol... | /chev... | 1759 | 26 | 164,89144230... |
| 8 | Fiat, Фи... | /fiat/ | 1759 | 26 | 164,89144230... |

Контролируемая перелинковка внутренних страниц на спутнике. Прокачивается пару десятков страниц, а также страницы НЧ не имеют лишних ссылок, что позволяет им отлично себя чувствовать в [money no НЧ](#).

| Номер | Заголово | Ссыл | Ссылки ведущие на | Ссылки ведущие со | Условный вес |
|-------|------------|--------|-------------------|-------------------|-----------------|
| 1514 | СБСВ-... | /14... | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1567 | ООО "Е... | /10... | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1602 | Автоце... | /70... | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1607 | ООО "В... | /11... | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1608 | ООО "П... | /11... | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1625 | Бугурус... | /460 | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1644 | Транс... | /14... | 1 | 26 | 1,0664534023... |
| 1656 | ЗАО "П... | /16... | 1 | 26 | 1,0664534023... |

Разница по двум последним картинкам ощутима? - я думаю да, внутренняя перелинковка четко просчитана, в результате без вложений в НЧ мы имеем приличный трафик для спутника.



ВЧ для данного спутника, под который прокачивались страницы - тоже в ТОПе, основной запрос в ТОП-3. При этом ссылочного на проект - 50 рублей в месяц, 27 ссылок.

Порога в 100 внутренних ссылок я стараюсь не достигать на реализуемых проектах и [самеллимах](#), а также не покупаюсь на страницах содержащих более 100 внутренних ссылок.

Источник: [How Many Links Is Too Many?](#)
Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/22. Вспоминаем главное свойство ссылок

Автор: Сергей Кокиаров (Devaka)



Мы с вами живем и наблюдаем те времена, когда ссылки предназначаются, в основном, для поисковых роботов, мы составляем и следим за правильными анкерами, стараемся передать максимум веса с доноров, ищем доноров с лучшими пузомерками и т.д. Увлечшись этой игрой, мы забыли основное назначение ссылки – быть кликнутой! Что это значит? Давайте разберемся.

Безанкорные ссылки

Расставляя ссылки на свои сайты на таких ресурсах, как форумы, блоги или даже социальные сети, мы пытаемся волей-неволей вставить ключевое слово в анкор, забывая, что ссылка при этом становится спамной и кликнуть на неё хочется всё меньше и меньше. В то время, как по безанкорным ссылки “смотри здесь”, “на сайте <http://devaka.ru>” или “сюда” обычно переходят заинтересованные посетители. Поисковые системы также знают о важности этих ссылок и учитывают окружающий их текст.

Ссылки с nofollow

Да, ссылки, закрытые в noindex для Яндекса или имеющие атрибут nofollow для других поисковых систем, не передают веса, однако они передают посетителей ;) и это самый важный фактор, которым надо руководствоваться при расстановке своих ссылок на сторонних ресурсах. Пусть ссылки в комментариях на блоге закрыты от индексации, однако, это не значит, что к вам по ссылке из комментариев на чужом ресурсе не может прийти ваш клиент.

Ссылки с редиректом

На некоторых сайтах ссылки закрывают, пуская пользователей через [редирект](#). Для многих это становится преградой, и оптимизаторы не хотят размещать ссылки на подобных ресурсах, так как это не даст пользы их сайтам в плане повышения [визу](#). Однако, вспомните твит-эффект, когда редиректные ссылки типа <http://bit.ly/aKuyRG>, к тому же закрытые в nofollow, дают такой отличный трафик.

Основная функция ссылок – показать посетителям, что та страница, которую они читают, не является последней и что впереди их ждет много интересного “по теме”. Ссылки ставятся для того, чтобы их кликали, переходя на интересующий ресурс. Неужели вы ждете клиентов лишь из поисковых систем? Поисковики занимают лишь незначительную долю тех возможностей, которые предоставляет сеть Интернет. Любые сайты, где общаются люди, имеют ваших потенциальных клиентов, например этот блог. Пусть ссылки будут дважды в редиректе, закрытые от индексации или просто упомянутые в тексте (без гиперссылки), пусть они будут на сайтах с нулевыми показателями тИЦ и [PageRank](#), однако, если эти ссылки могут привлечь вам хоть единственного клиента, то поверьте, они уже сыграли свою роль и окупили ваши затраты!

Часть III/23. Вопрос Sevab - польза от nofollow ссылок

[Rissen](#)

Rissen:

Здравствуйте.

В ветке [http://www.seobuilding.ru/seo-](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/novosti_seo/blogovaya_sistema_livejournal_com_na_vseh_besplatnyh_akkauntah_zakryla_vneshnie/)

[forum/novosti_seo/blogovaya_sistema_livejournal_com_na_vseh_besplatnyh_akkauntah_zakryla_vneshnie /](http://www.seobuilding.ru/seo-forum/novosti_seo/blogovaya_sistema_livejournal_com_na_vseh_besplatnyh_akkauntah_zakryla_vneshnie/)

увидел Ваш комментарий "Хотя гоша ссылки с трастовых сайтов на трастовые ресурсы все равно учитывает, даже с ноуфоллоу."

Для меня это новость. В своем учебнике и на форумах Вы и Ваши коллеги учите нас, новичков, что основное, на что следует обращать внимание при "добыче" ссылок, это на траст ресурса и открытость ссылки. А теперь получается, что открытость ссылки не важна?

Или, исходя из Вашей фразы "с трастовых сайтов на трастовые ресурсы", это правило рулит только тогда, когда пузомерка ссылается на пузомерку?

Не могли бы Вы дать хоть небольшие пояснения. Заранее, спасибо.

Sevab:

Здравствуйте **Rissen**.

Конечно дам комментарий.

Что касается учебника: у него много соавторов и точка зрения на некоторые моменты может отличаться у каждого автора.

Этим книга и интересна, так как дает достаточно широкий обзор SEO подходов.

Если статья включена в учебник, значит я в принципе согласен с мнением автора, но это не значит что я согласен с ним во всем.

Теперь по ноуфоллоу:

Когда был придуман этот атрибут, разработчики гугла не могли предположить что почти на всех сайтах все ссылки будут заворачиваться в ноуфоллоу. Цель была отсеять действительно не надежные ссылки.

Но получилось так как получилось и поисковики столкнулись с другой проблемой - стало трудно учитывать голосование ссылками ввиду того что большинство из них не рекомендуют следовать по ссылке.

В связи с этим увеличилось влияние покупных ссылок, т.к. они всегда такие как нужно.

Я смотрел не один доклад Мэта Катса (Matt Cutts - один из ведущих программистов Google), в которых он достаточно уклончиво но ясно дает понять что гугл учитывает некоторые **nofollow** ссылки и это зависит от траста донора и акцептора.

В придачу, в своих панелях вебмастера гугла и яндекса я вижу некоторые такие ссылки на мои сайты. Вероятно Яндекс следует примеру гугла.

Конечно нужно стараться добывать открытые ссылки, но это совершенно не значит что некоторые **nofollow** ссылки не принесут вам пользы.

Например, ссылки с википедии на мои раскрученные ресурсы дают не только трафик (проверено).

ПС. понятие трастовости у каждого ПС разная, поэтому 100% формулы и гарантии полезности **nofollow** ссылки вам никто не даст (даже Matt Cutts 😊).

Sevab:

Еще хочу добавить личные наблюдения по ссылкам с социальных сетей закрытым в nofollow.

Как правило от них никакой пользы кроме быстрой индексации и трафика нет.

Но я заметил что в панели вебмастера у меня иногда появляются такие ссылки (twitter, facebook, memori,

moemesto, bobrdobr и т.д.)

Индексация таких ссылок зависит не только от траста донора и акцептора но и от количества лайков (или как это называется в каждой системе), комментариев, а так же авторитета пользователей сети кто оставил эти лайки и комментарии.

Точных цифр дать не могу, но утверждаю что некоторые ссылки с соц. сетей (закрытые nofollow) замечательно передают вес.

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/vopros_sevab/

Часть III/24. Методы получения обратных ссылок на Интернет-магазин

[Автор: Сергей Кокуаров \(Devaka\)](#)



Ниже представлены некоторые из простых методов получения обратных ссылок на страницы товара для вашего Интернет-магазина, которые не требуют денежных затрат, а лишь временных.

1. Начните вести блог.

Многие компании ведут блог, чтобы быть ближе к клиентам, рассказывать им о происходящих событиях, новостях, скидках, конкурсах и т.д. Однако, вести блог также хорошо для SEO, так как хорошие статьи (посты на блоге) всегда привлекают хорошие ссылки. Вы можете [создать блог](#) на отдельном домене, однако лучше сделать его в отдельной директории своего сайта.

2. Напишите уникальные описания товара (свойства и преимущества) с ссылками на страницы и отправьте их в различные каталоги статей.

Писать статьи, тем более уникальные — очень трудоемкое дело, однако игра стоит свеч. Свои статьи вы можете отправлять в хорошие релевантные каталоги или воспользоваться особым [секретом продвижения статьями](#).

3. Напишите что-нибудь оригинальное о товаре и проверьте, сослались ли на вас с блогов или социальных сетей.

Оригинальность выложенного в онлайн труда зависит от вашего воображения и ничего более. Попробуйте написать то, что заинтересует не только ваших клиентов, но и многих других пользователей сети, которые будут рады поделиться ссылкой на ваш сайт со своими друзьями и знакомыми.

4. Создайте руководство по использованию вашей продукции и сошлитесь на страницу этого продукта.

Руководств в сети много, но всегда можно сделать лучше. Если у вас получится создать хорошее руководство по использованию вашего товара, то его могут опубликовать также на нескольких других ресурсах с ссылками на ваши страницы.

5. Разместите страницы с продукцией на социальных сайтах.

Социальные сайты и сети очень популярны в последнее время, на них люди делятся своими мыслями, обзорами и также ссылками между людьми из одной группы.

6. Создайте комьюнити для ваших товаров и рекламируйте там при возможности страницы с вашей продукцией.

Во многих сетях есть возможность создавать группы (или сообщества), которые предоставляют хорошую возможность самостоятельно размещать ссылки на страницы своей продукции.

7. Принимайте участие на подходящих для ваших товаров форумах.

Форумы это те же социальные сети. Ни в коем случае не спамьте в них, а лишь ищите подходящие, где люди будут рады размещенной вами ссылке или обзору.

8. Добавьте RSS ленту новостей для страниц категорий.

[Установленную RSS ленту](#) можно использовать не только для уведомления подписчиков о новом материале, но также для размещения её в специальных RSS каталогах и получения обратных ссылок.

9. Смонтируйте видео о товаре и добавьте его на сайты, подобные YouTube, RuTube и т.п.

[О кросспостинге видео-роликов](#) более подробно рассказывал Михаил Шакин. Вы публикуете свой видеоролик на одном видеосервисе, и он автоматически публикуется на нескольких других сайтах. Экономится масса времени и ваш видеоролик увидит гораздо больше зрителей.

10. Разошлите ссылки на нужные страницы вашим потенциальным клиентам по email при добавлении нового товара или предложении скидок.

В сети имеется хороший сервис [RSS на Email](#), с помощью которого можно подписаться на рассылку, указав RSS адрес. Также у них можно заказать специальную услугу добавления вашей рекламы в рассылку.

11. Разместите ссылки на свою продукцию в рассылке других людей.

Получить обратные ссылки в массовых рассылках других людей или специальных сервисов — очень хороший шаг, так как привлекаются именно заинтересованные люди. Чтобы увеличить конверсию посетителей в клиентов при создании рассылок, воспользуйтесь [советами по созданию html email рассылки](#) от Ольги Ивановой.

12. Закажите у блоггеров обзор ваших товаров.

13. Сделайте на своем сайте страницу информации о продукте и сошлитесь на страницу товара.

14. Поставьте ссылку на страницу продукции с других релевантных страниц своего сайта.

15. Добавьте кнопки социальных закладок на каждую из страниц.

16. Используйте скрипт “послать другу” на каждой странице.

17. Создайте информеры для товаров и предлагайте размещать вебмастерам их на других связанных сайтах.

18. Оставляйте комментарии на других блогах, но убедитесь, что комментарий относится к продукту или категории и оставьте ссылку.

Это всего-лишь некоторые из способов получения обратных ссылок на категорию или саму страницу товара в Интернет-магазине, также некоторые из них можно применять и для других типов сайтов. Какие-то из этих методов хорошо влияют на рейтинг в поисковых системах, однако вам необходимо удостовериться, что ссылки располагаются на релевантных ресурсах.

Часть III/25. Ценность ссылок и разнообразие доменов

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Как всегда, постоянно экспериментируя и тестируя различные SEO методы и сегодня я хочу рассказать о построении ссылочной массы на ваш контент и о том, где лучше располагать ссылки.

Идеи, рассказанные ниже простые, но я думаю они помогут вам в продвижении.

Скорость наращивания ссылочной массы

Я считаю, что этот фактор нельзя упускать и более того, он один из самых важных.

Это тоже самое, как и начало нового проекта: когда вы видите своих конкурентов с 10000 ссылок и понимаете, какая работа предстоит. Может быть очень заманчивым, в первые месяцы проспамять тысячи каталогов, затем прикупить несколько тысяч ссылок... **Остановитесь!!!**

Очень важно быть терпеливым и осторожным, т. к. если вы начнете наращивать ссылочную массу слишком быстро — попадете под фильтры поисковых машин и **все ссылки потеряют свой вес.**

MyOST: в результате попадания под такой фильтр Вы не просто увеличите время выхода в ТОП, вы его увеличите в разы от тех сроков, которые потребовались бы на планомерное наращивание ссылочной массы (хотя и эти сроки будут не маленькими).

Недавно я провел эксперимент с одним из тестовых сайтов.

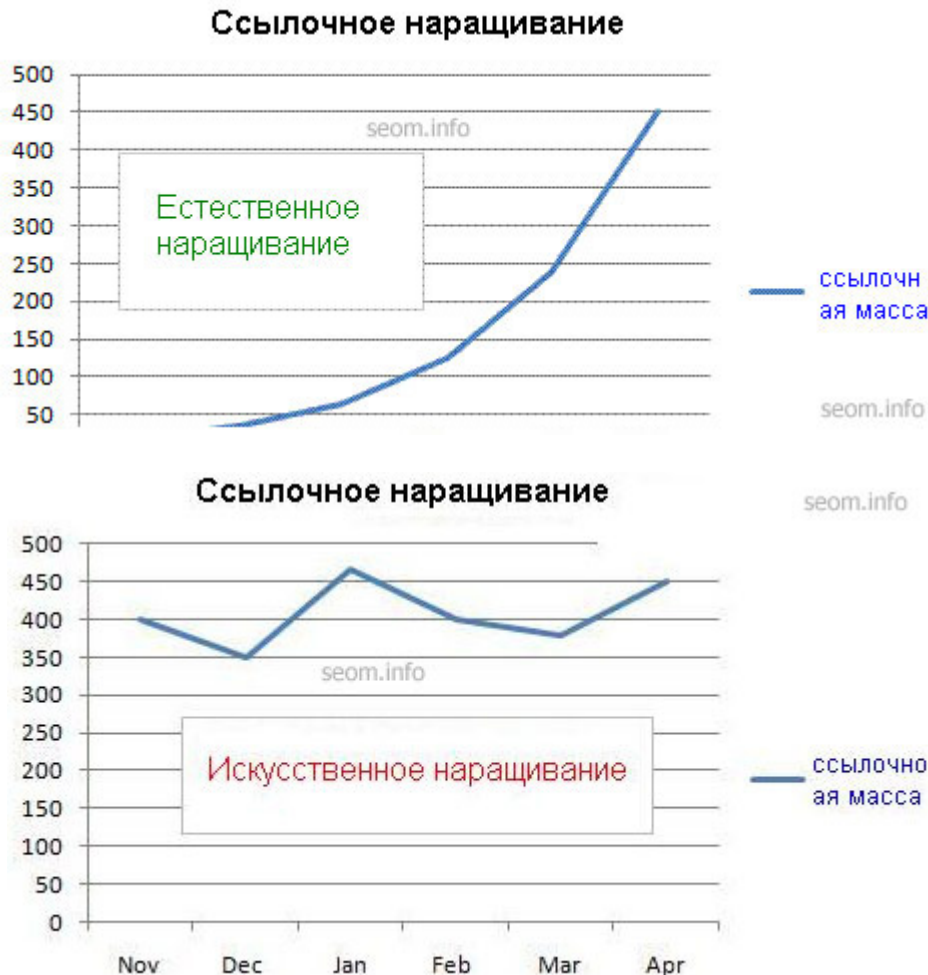
Давайте рассмотрим этот seo эксперимент

В первый месяц мы получили 100 ссылок с каталогов, в течение 4 дней. Только 7 ссылок появилось в Webmaster tools спустя месяц.

Еще через месяц мы получили 100 ссылок, добавляя по 10 в день. В результате, появилось 48 ссылок и мы поднялись на 8 место по определенному запросу в Google.

Вот что нужно помнить, наращивая ссылочную массу: если вы закупаете большое количество ссылок, прикладываете огромные усилия в короткий промежуток времени — это не даст никаких результатов и ссылки будут обесценены.

Используйте постепенное наращивание примерно так: 20 в ноябре, 35 в декабре и т. д. Это выглядит более естественно и более эффективно.



Google уважает сайты, которые развиваются месяц за месяцем. Сайт, который популярен с самого начала, остается популярным на протяжении долгого времени.

Использование социальных ресурсов

Многие спрашивают по поводу использования социалок, что можно получить тысячи таких ссылок за короткое время.

Несомненно, это очень хороший метод, но я считаю, что Google относится к таким ссылкам по разному. Социальные закладки в основном используются для размещения ссылок на внутренний контент а не на главную страницу сайта.

Если вы продвигаетесь с помощью блогов, социальных закладок, каталогов и т. д. Постарайтесь делать это как можно естественнее и получите желаемый результат.

Разнообразие доменов

Размещение ссылок - процесс очень важный для вашего сайта. Вы можете купить несколько сотен ссылок, которые будут размещены на одном домене и это ничего не даст. Отличный вариант, когда каждая ссылка расположена на отдельном домене. И причина этого, как всегда проста.

На прошлой неделе, у меня состоялся разговор с одним из моих клиентов и он сказал, что не может понять, почему сайты конкурентов всегда были выше его в выдаче по определенному запросу.

У сайта клиента имелось:

- гораздо больше ссылок с ключевым словом

- большая ссылочная масса
- PR 7 (а у конкурентов 4)

Почему же сайт обходили более слабые конкуренты?

После тщательного анализа, все свелось к одному: на сайт было **250 000 ссылок всего с 2500 уникальных доменных имен**. А у конкурентов — **50 000 ссылок с 8000 уникальных доменов**.

Сайт, имеющий 1000 ссылок всего со 100 уникальных доменов никогда не будет котироваться выше чем сайт, имеющий 500 ссылок с 300 доменов.

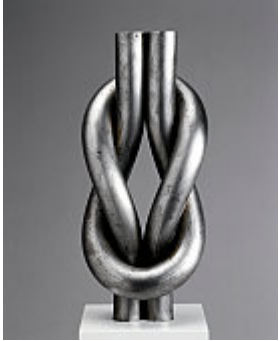
Вы должны всегда это помнить, наращивая ссылочную массу. Это может показаться странным и непонятным, особенно для новичков, но это **проверено и доказано на практике**.

Источник: [Link Acquisition Rate and Overall Domain Diversity](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/26. Факторы, влияющие на работоспособность ссылок

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



Я хорошо знаю руководителя проекта по аренде недвижимости Egent.ru, посещаемость которого – около 14 тыс. посетителей в сутки, причем 70% трафика приходится на поисковые системы в целом и 50% – на Yandex в частности. Мне известно, что этот ресурс продвигался без чьей-либо помощи (не считая моих скромных советов) и без использования автоагрегаторов. Вообще, ссылочная масса самого ресурса, по сравнению с конкурентами, в плане количества достаточно скромная, но при этом ресурс находится в топе как по ВЧ, так и по очень большому количеству СЧ/НЧ. Я попросила у руководителя этого проекта рассказать, по какому принципу наращивается ссылочная масса – он согласился и предложил оформить ответ в виде статьи на моем блоге. Далее публикую текст его ответа без каких-либо правок и комментариев.

Что влияет на работоспособность ссылок?

Давно прошло то халявное время, когда простые ссылки решали все. Сегодня мы думаем о качестве донора, о тексте анкера, об окружном тексте, о переходах по ссылке и, наконец, об аудитории. Возможно, завтра мы будем договариваться за каждую качественную ссылку, статью, обзор непосредственно с владельцем ресурса. Почему же масса ссылок из бирж и агрегаторов теряют свою значимость для поисковиков? Давайте подумаем исходя из реалистичности результатов работы оптимизатора.

Итак, было бы логично, если бы на работу ссылок влияли такие факторы:

1. Адекватность (естественность) ссылочной массы

Возьмем старый популярный сайт, который никогда не занимался покупкой ссылок и прогоним его в Yazzle. В результате мы получим простой и важный результат: основу ссылочной массы составляют анкоры в виде url-ов на главную и внутренние страницы. Так же мы видим анкеры в виде названия проекта, «тут», «здесь», «на сайте», «сюда», «смотреть», «отсюда». И только 5-15% ссылок с тематичными анкерами, и те только отчасти отображают тематику сайта.

2. Околоссылочный текст

Т.к. естественная ссылочная масса довольно неточно отображает тематику сайта, поисковые системы должны искать суть в окружном тексте ссылок. Что и делает сегодня Яндекс

Это лишь несколько возможных вариантов, как поисковики могут учитывать околоссылочный текст. Есть немало анкоров, которые практически ничего не говорят о ресурсе, на который ссылаются. Например, анкеры «в Москве», «на Центральной улице», «в офисе» – не говорят нам, что в Москве? Что на той улице? Но мы понимаем, что где-то рядом с анкором есть ответ.

3. Разнообразие анкор-базы

В естественной ссылочной массе практически не встречаются дубли тематических ссылок. Содержание ключевых слов сайта составляет в сумме всего 5-15% от общей базы с учетом анкоров в виде url-ов.

4. Переходы по ссылке

Если ссылка интересна пользователям, то по ней будут регулярно переходить. Факт перехода по ссылке подтверждает ее «человечность». Такая ссылка нужна для людей, а значит, полезна для поисковиков.

5. Возраст ссылок

Предполагается, что ПС по ряду параметров определяет и осуждает платные ссылки, но если ссылка не «умирает» и не «мигает» за определенный период, то за «хорошее поведение» она попадает под амнистию

и начинает действовать наряду с другими добропорядочными ссылками. Поисковые системы очень ценят «стариков».

6. Оформление блоков ссылок

Давайте посмотрим на платные блоки ссылок. Ссылки с окружным текстом составляют разные оптимизаторы, каждый по-своему. У некоторых нет окружного текста, у некоторых окружной текст начинается с точки, у других текст начинается с маленькой буквы. В итоге получается текстовый блок с массой ошибок и чем больше ссылок в блоке, тем он более неграмотный с точки зрения русского языка. Реальные пользователи рекомендуют сайты в виде url-ов на 1-2, редко на 5 и более сайтов, перечисляя их и почти никогда не рекомендуют в виде блока из 10 ссылок, да еще и с анкерами в виде ключевиков.

7. Характер написания ссылок

Настоящие ссылки чаще всего пишут как рекомендацию от первого лица, либо в процессе каких-либо действий (поиск чего-либо, обсуждение), выглядит это примерно так:

... можно посмотреть здесь: url

... пример url

... на сайте url

... прочитай url

... например, на url

... вот на этой странице url

... смотри – url

... является url

... на ресурсе url

... я нашел тут: url

url – сайт по ...

url – база домов ...

url – каталог товаров ...

Покупные ссылки преподносятся в другом ключе, где явно прослеживается рекламный характер:

Надежно [грузы перевозим международные](#). Оказываем таможенные услуги

Недорогой [кузовной ремонт](#) по телефону (495) 755-95-75

Быстрые [услуги по оформлению виз](#) в посольстве

Минимальная [цена на пончиковый аппарат](#) у нас

Что еще могло бы влиять на позиции сайта?

Доля трафика с поисковой системы

Думаю, что доля трафика сайта с одной поисковой системы в размере 90-100% от общего выглядит неправдоподобно. Если сайт делается для людей, то у него есть своя аудитория, и конечно же переходы с других сайтов. Доля переходов в размере 40-60% с одной поисковой системы более правдоподобна. Чем больше доля непоискового трафика на сайте – тем он интереснее для пользователей, т.к. уже набрал свою аудиторию и имеет иные источники трафика (предположение неактуально для новых сайтов).

О популярном сайте говорят

Чем популярнее сайт, тем больше про него пишут на других сайтах, при этом не всегда ставят активные ссылки. Было бы логично, если у популярного сайта в индексе поисковой системы по запросу имени домена в кавычках было бы много упоминаний. Искусственно раскрученный сайт, как правило, имеет меньше упоминаний в виде «site.ru».

Качества донора и другие вопросы

Учитываются ли ссылки со страниц с неоригинальным контентом? Возможно да, если посетители переходят по этим ссылкам. А со страниц, на которых не бывает посетителей? Возможно, не учитываются. Важна ли тематика донора? Или первостепенен все же интерес пользователя к ресурсу, на который ссылаются? Возможно отсюда и большая эффективность ссылок с тематических площадок? Давайте подумаем, обсудим ваши факторы, а на адекватные идеи поставим эксперименты.

P.S. Нужно понимать, что Яндекс, для достижения своих целей, необходим качественный поиск, посетителю качественные результаты поиска, оптимизатору – сайты клиентов в топе. И тут Яндекс, как некий регулятор, должен построить алгоритм так, чтобы оптимизаторам пришлось работать с аудиторией сайта, а не подстраиваться под алгоритм ранжирования. Чем Яндекс и занимается.

Нам же следует бороться за целевую аудиторию уже сейчас, вместо того чтобы сливать бюджеты в тысячи говно-ссылок. Сегодня того же результата можно добиться 10-ю качественными ссылками против 500 некачественных ссылок конкурента.

Часть III/27. Как добыть ссылки в трудных нишах

Автор: Александр Люстик (MyOST)



Над продвижением в какой "трудной" нише работаете вы? Если бы вы могли поставить ссылку на сайте вашей тематики, каким был бы он? Именно на эти вопросы специалисты [SEOMoz](#) ответили с практическими примерами.

Этот материал как пища для размышления, написан для буржуйской аудитории, если касаться практических примеров, но именно он должен заставить вас думать, т.к. **готовые рецепты снижают эффективность** работы и способность анализировать.

Мы уже касались вопросов [контента, в примерах - где его можно добыть даже в "трудных" нишах](#), теперь поговорим о ссылках.

Paddy Moogan: Мой обычный метод "добычи" ссылок — это определение того, что сделает продвигаемый сайт интересным и заставит пользователей самих ставить на него ссылки. В данной ситуации я не могу использовать мой метод.

Вместо этого я попрошу ответить вас на 4 вопроса:



Важно! Не пропускайте вопрос **"Почему они должны сослаться на меня?"**. В большинстве случаев этот вопрос является самым сложным.

[Наращивание сыпучной массы](#) — это очень сложный и долгий процесс создания интересного контента, на который захотят сослаться. Если вы хорошенько поработаете над этой частью процесса, то оставшаяся часть будет не трудной.

Я буду использовать этот метод на примере нескольких сайтов, поэтому если ваш сайт не находится в одной нише с сайтами-примерами, то вы можете использовать этот метод тоже. Остальные сайты получают советы и идеи по "добыче" ссылок.

Вот ответы пользователей на наши вопросы по нишам, где трудно добыть ссылки.

Ветеринар - добыча ссылок на сайт

От кого я хочу получить ссылку: От пользователя, который имеет питомца и вебсайт.

Как вы собираетесь завоевать их внимание: Существует огромное количество форумов и онлайн сообществ владельцев животных. Вступив в их сообщество, и, дав несколько бесплатных ветеринарных советов, вы привлечете внимание пользователей.

Как вы собираетесь получить ссылку:

- Начните с создания поддержки типа [вопрос-ответ](#), где пользователи могут оставлять вопросы, а ваши специалисты отвечать. Также оставьте свои аккаунты в [Твиттере](#), Facebook или других [социальных сетях](#), где пользователи также могут задать вопросы. Затем отсортируйте вопросы, дав приоритет для тех пользователей, кто имеет свой вебсайт. Ответив на их вопросы в первую очередь, попросите их поделиться ответами на собственных сайтах.
- Организуйте доску объявлений, где другие ветеринары смогут оставлять свои резюме, а пользователи искать врачей.
- Разрешите пользователям оставлять фото их питомцев и организуйте конкурс на лучшую фотографию с призами. Это привлечет внимание многих.

[MyOST](#): вообще, на сайтах медицинской тематики - рубрика "вопрос-ответ" является крайне перспективной, как с точки зрения генерации контента, так и получения ссылок. Я действительно рекомендую ее реализовывать. На одном из первых разработанных мной сайтов (давно это было, аж 2004 год) была реализована "[консультация он-лайн](#)", многие меня тыкали носом в то, что в Тюмени на сайте стоматологической клиники делать такое - утопия. Как видим - на сегодня **почти 400 отвеченных вопросов**, а значит это почти 400 потенциальных клиентов. Много это или мало, для сайта региональной стоматологии? Я думаю - вполне достаточно.

"Быстрые" ссылки:

- С помощью поиска по каталогам (Dmoz - <http://search.dmoz.org/cgi-bin/search?search=veterinarians>) вы можете найти отличные сайты по ветеринарной тематике для обмена ссылками.

Ювелирный интернет-магазин - получение ссылок

От кого я хочу получить ссылку: с сайта или блога ювелирной тематики.

Как вы собираетесь завоевать их внимание: Существует огромное количество форумов данной ниши, где вы можете оставить свои контакты и найти интересующие вас. Попробуйте поиск в Твиттере, который покажет вам всех заинтересованных в ювелирном деле пользователей.

Как вы собираетесь получить ссылку:

- Наймите дизайнера, который разработал бы проект вашего собственного драгоценного изделия. Попросите пользователей проголосовать и выясните их мнение по этому поводу.
- Создайте страницу с калькулятором, который бы высчитывал примерную стоимость изделия. Позаботьтесь о том, чтобы ей было легко поделиться и вставить на другой сайт. Вы можете предложить свой инструмент другим владельцам ювелирных сайтов взамен на ссылку.
- Люди всегда осторожно покупают ювелирные изделия и будет лучше, если у них будет помощь в выборе. Напишите инструкцию о том, как правильно выбрать драгоценное украшение.
- Что-то похожее на комбинацию предыдущих идей — сделайте калькулятор, который высчитывает стоимость обручальных колец молодоженов.

"Быстрые" ссылки:

- Бонус для интернет-магазинов, которые также имеют магазины в оффлайне — если такой магазин расположен в торговом центре и у этого центра есть свой сайт со списком имеющихся магазинов, попросите этот сайт поставить ссылку.

SEO Приложения для iPhone

Я хочу заметить, что это был один из самых простых примеров, так как SEOшники [любят ссылаться на классные приложения](#), особенно полезные для SEO.

От кого я хочу получить ссылку: От опытного SEO блоггера с большим количеством читателей.

Как вы собираетесь завоевать их внимание: Заинтересованные в SEO люди очень активны в Твиттере, начните следовать за ними и задавать вопросы. Этого будет достаточно для дальнейшего развития.

Как вы собираетесь получить ссылку:

- Если приложение платное, тогда дайте несколько бесплатных копий для обзора блоггерами.
- Если это свежий продукт, о котором еще никто не знает, то дайте несколько секретных доступов к нему, взамен на обзор.
- Если релиз вашего продукта уже произошел, то внесите новшества и дайте на [beta-тестирование](#).

"Быстрые" ссылки:

Добавьте ваше приложение по следующим адресам (езде на вас поставят ссылку):

1. <http://www.apple.com/webapps/>
2. <http://www.igoapps.com/>
3. <http://www.appstorehq.com/developers>
4. <http://appshopper.com/>

Электрические велосипеды

От кого я хочу получить ссылку: От блоггера, любящего все экологически-чистое, возможно у которого уже есть собственный велосипед.

Как вы собираетесь завоевать их внимание: В интернете есть множество сообществ, куда входят велосипедисты, выступающие за экологически-чистые продукты. Большинство из них имеют свои Твиттер аккаунты. Так же есть сообщества "зеленых", где люди призывают бережно относиться к природе.

Как вы собираетесь получить ссылку:

- Сделайте калькулятор, который подсчитывает сколько пользователь потратил на бензин, заправляя машину или мотоцикл, и сколько вреда окружающей среде это принесло.
- Установите на своем сайте раздел. Где пользователи могли бы продавать свои старые велосипеды и покупать новые.

”Быстрые” ссылки:

Существуют сайты, которые с радостью оставят обзор вашего продукта и поставят на вас ссылку. Используйте поиск.

Маскировка звука (помехами)

Контент может быть очень даже забавным, а вот исход — плачевным. Звуки маскируют обычно в офисах для переговоров.

Допустим, идет планирование кадров в офисе у главы кадров, которые не защищены от подслушивания. Услышать разговор который лучше бы не слышать не каждому сотруднику придется по душе.

Вы можете предложить пользователям графики, которые показывают эффект до и после маскировки звука, и показать процентное соотношение маскировки звуков.

Бизнес-трейнинг

Вот один из таких форумов - <http://nlp-experts.org/forum.php>, у которого мало последователей в Твиттере. Владелец этого форума является авторитетным в своей нише человеком.

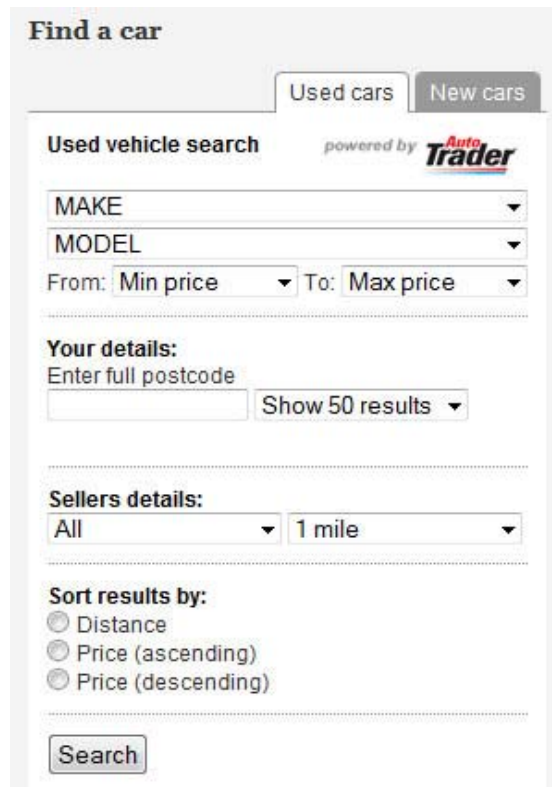
У него есть целая сеть сайтов для продвижения основного. Проанализировав [бэклинки](#) данного форума можно найти очень много сайтов, которые разместят ссылки и на ваш сайт.

Объявления / Онлайн рынки

Здесь, я бы заострил внимание на каком-нибудь одном разделе, скажем продажа подержанных машин. Сфокусируйтесь на нем и подумайте как можно добыть ссылки. Одной из идей будет написание скрипта или виджета, который бы показывал последние объявления из этого раздела на других сайтах.

Было бы лучше, если каждый сайт был только о одной марке машины. Скажем, BMW.

Вот пример виджета, который распространяется сайтом Auto Trader:



Тоже самое можно проделать и с домашними животными и т. д.

Портал, продающий модную одежду

Для интернет магазинов зачастую очень трудно добыть ссылки и я знаю почему. Выход следующий — взять всю индустрию в целом и посмотреть, какой еще контент можно добавить на сайт, который привлечет ссылки.

Тут я собираюсь немного смухлевать и повториться — создайте доску вакансий в этой сфере, она будет очень интересна студентам, которые в будущем станут модельерами. Заинтересованные в этом люди будут обмениваться и делиться ссылками на данный раздел.

Другим методом может стать написание статьи о том, как найти работу в индустрии моды. Если у вас получится действительно хорошая статья, то вы обязательно получите ссылки.

Построение ссылочной массы для интернет-магазина с тысячами продуктами

Тут уже нужно прибегать к более масштабным способам, так как построение вручную ссылок для тысяч страниц не лучший метод. Существует много способов автоматизации данного процесса.

Я лично считаю, что самой лучшей автоматизацией процесса наращивания ссылочной массы для такого магазина будут сами пользователи. Разрешите пользователям написание своих статей и сделайте этот контент доступным для обмена.

Позвольте пользователям загружать фото и видео обзоры новых продуктов на сайт, а когда вы его подтвердите на публикацию — дайте им об этом знать. Попросите пользователей поделиться ссылкой на обзор данного продукта с друзьями.

Азартные игры

Да, в этой нише тоже трудно добыть ссылки. Я бы использовал ту же стратегию. Что и с интернет-магазином, но здесь, люди не будут ссылаться на небольшой сайт о азартных играх без весомой причины.

Поэтому, им ее нужно дать.

Многие имеют опыт игры как на онлайн автоматах, так и на реальных. У них есть опыт и есть что сравнивать. Попросите опытных игроков описать свои впечатления, нюансы игры на онлайн и оффлайн автоматах.

Не брендовая одежда

Тут я бы понадеялся на студентов или молодых дизайнеров. Если вы продаете не брендовую одежду, то вы можете начать сотрудничать с молодыми дизайнерами, которые хотят, чтобы о них узнали.

Вы можете связаться с университетами и колледжами, где у студентов-дизайнеров наверняка будет огромный интерес к сотрудничеству взамен на небольшую рекламу вашего сайта. Также вы можете использовать сайты университетов.

Вы можете связаться с молодыми дизайнерами одежды, у которых уже есть свои блоги например вот этот (<http://fashion-by-student.blogspot.com/>) и попросить сослаться на ваш сайт.

Компоненты Microsoft Visual Studio

Тут существует множество сайтов, которые готовы сослаться на дополнения к продуктам Microsoft. Я нашел <http://www.mcmsfaq.com/links.asp> который ссылается на сайты, которые работают с различными технологиями Microsoft.

Также вы можете попросить сослаться на вас у компаний, над чьими продуктами вы работаете.

Список самых "желаемых" сайтов (где больше всего хотят разместить ссылки)

<http://www.reiclub.com> - это инвестиционный сайт, у которого есть несколько форумов. Вы можете поставить ссылку в подписи профиля, но у них есть несколько правил. Не спешите везде оставлять ссылки, вначале принесите какую-нибудь пользу форуму.

Если вы кредитор, тогда вы можете разместить ссылку на этой странице — <http://www.reiclub.com/hard-money-lenders.php>.

<http://www.statefarm.com> - это сайт о страховании в США, ссылку может получить только страховое агентство.

<http://www.education.gov.uk/> - этот сайт меня отпугнул сразу, не только из-за имени домена, но и из-за раздела "linking", расположенного в правом верхнем углу, что говорит о строгих правилах.

Тут нужно быть очень креативным и не надо бояться этого сайта. Давайте подумаем как сделать так, чтобы они сослались на нас из аккаунта в Твиттере. У них около 3 000 последователей, ссылка с их аккаунта может принести много трафика и ссылок с других сайтов.

Вы также получите ссылку с главной страницы сайта, так как там показываются последние записи в Твиттере. Учитывая частотность добавления записей в их Твиттер аккаунт, можно предположить, что ссылка на главной будет находиться несколько дней.

Примечательно, что PR по тулбару у этого домена 0, мне показалось это странным. Это все потому, что они недавно сменили домен, а на старом www.dcsf.gov.uk стоит 302 редирект. Если бы я хотел сохранить хоть часть прежнего веса, я бы использовал 301 редирект.

Источник: [How to Get Links in Tough Industries](#)

Часть III/28. Разбавляем ссылки при продвижении сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Те, кто продвигают клиентские сайты или свои по высоко конкурентным запросам в особенности под Яндекс, в большинстве случаев используют покупные ссылки через [sape](#).



На практике я сталкивался с тем что у многих это единственный источник ссылок. Сегодняшней пост о том, как я разбавляю ссылки и что про это думаю.

Если правильная [оптимизация сайта](#) сделана, дальше нужны [ссылки](#), и вот как я их разбиваю при продвижении проекта.

Процентное распределение

- постовые 25%
- контекстные ссылки 15%
- Sape 50%
- статьи навсегда 10%

1. Постовые

При начале продвижения сайта нужно прикупать постовые, проверенно, работает вообще отлично. Чем постовые хороши так это тем, что сразу попадает в индекс и дает вес. **Но тут есть большое НО:**

Постовые должны размещаться сразу в новом посте, а не после того как пост проиндексируется.

Если сразу не разместить, то возможно он учтется через пару недель и то не факт.

Как вам такой пример:

| | Google.com.ua |
|--------------------------|---------------|
| туры в Китай | 33 |
| туры в Китай из Киева | 11 |
| отдых в Китае | 19 |
| туры в Иорданию | 25 |
| туры в Иорданию из Киева | 10 |
| отдых в Иордании | 17 |

И это за 3 дня продвижения. Постовые дают ощутимый траст, а про то где их можно прикупать читайте этот пост.

2. Контекстные ссылки

Отлично работают, отлично учитываются, нужно просто хорошо выбирать ресурс. Контекстные ссылки сейчас есть возможность покупать в авторитетных [СМИ](#), через новый сервис сапы **pr.sape.ru**.

В случае с вариантом нового сервиса сапы, то можно размещать ссылки в новых статьях, которые так же влетают моментально в индекс. И на начальном этапе продвижения получить вес с авторитетных сайтов будет только на руку, плюс ссылки размещаются навсегда.

3. Sape ссылки

Тут понятное дело. Создание проекта, создания описаний, и закупка по определенным фильтрам. Сапа как рулила, так и будет рулить пока, в плане эффективности и цены. Так как если продвигаться только ссылками навсегда, то придется потратить в разы больше, и результат будет делаться дольше. Я давненько делал видео урок о том [как покупать ссылки в sape](#), его можно посмотреть, лишним не будет. Кстати за все время видео просмотрели больше 7000 раз, что не так мало по тематике [SEO](#).

4. Статьи навсегда

И напоследок не забываем про [биржи статей](#), так как там есть очень много толковых тематических сайтов. Хотя на многие цена и завышена, но иногда все равно стоит прикупить для перспективы. Статьи отлично работают, только по деньгам получаются гораздо дороже арендованных ссылок и постовых, так как нужно еще и статья, а контент так же стоит денег.

Вывод: нужно иметь множественные источники ссылок для продвигаемого сайта, и тогда все всегда будет хорошо. И не нужно заикливаться на одной сапе и после очередной смене алгоритма [Яндекса](#) кричать почему сайт клиента в полной ж...

И еще, лучше иметь качественные ссылки (ссылки с качественных доноров), чем тысячи гавноссылок с гавносайтов, хоть ссылки с гавносайтов пока отлично работают.

Часть III/29. Естественные ссылки за деньги

Автор: orochimaru6

orochimaru6:

Естественные ссылки за деньги или просто псевдоестественные ссылки.

Добрый день, дорогие друзья!

Сегодня я решил рассказать об одном очень интересном способе получения **качественных, вечных**, а самое главное - **полностью естественных** ссылок при помощи биржи Адвего.

Немного предыстории.

Столкнулся с данной биржей немного больше года назад - хотел наскрести несколько недорогих статей для продвижения своих проектов. Биржа очень понравилась и я на некоторое время о ней забыл...

Но потом появилась мысль использовать данную биржу для получения полностью естественных ссылок на свой сайт. Далее я расскажу вам о том, как это сделать самостоятельно...

Адвего и вечные ссылки, а вы знали?

Биржа копирайтеров Адвего позволяет не только заказывать или самостоятельно создавать контент, но и проводить достаточно успешные компании, к примеру, при бюджете в **1000 рублей** вы сможете без труда получить более **200(!)** качественных вечных ссылок на ваш ресурс. Интересно, как - *читайте дальше...*

Принцип действия данного метода.

Что такое естественные ссылки в вашем понимании? Ответу сам - естественные ссылки - такие ссылки, которые пользователи ставят самостоятельно на некоторый ресурс не в целях его продвижения. Думаю, что вы все согласитесь со мной в данном вопросе.

Интересно, а как поисковые системы определяют естественность ссылок? Данный вопрос уже намного сложнее... При определении естественных ссылок машины используют асессорские выборки из огромных массивов ссылок и записывают для них великое множество параметров, перечислять которые нескольких книг не хватит. Остановимся на основных:

1. **частота появления ссылок**
2. **рост количества ссылок во временных рамках**
3. **разнородность ссылок**
4. **анкоры ссылок**
5. *и т.д.*

Так вот, сегодня я расскажу вам, как получать ссылки, соответствующие большинству описанных параметров почти бесплатно, а главное - почти навсегда (об этом далее).

Составляем задание.

Для получения необходимых нам ссылок необходимо составить рекламную компанию в системе Адвего. Главное - грамотно описать задание и установить правильную цену (определял на собственном опыте). Итак, какие же задания использовал я:

1.

Работа для тех, КТО ОБЩАЕТСЯ НА ФОРУМАХ и имеет аккаунт с большим количеством сообщений. Работа от тех, кто имеет на форуме менее 50 сообщений приниматься не будут!

Суть - ставить ссылку на сайт - www.site.ru в сообщениях. Ссылка должна быть В ТЕМУ, иначе задание не будет принято. Ссылка должна прожить более суток, иначе работа не будет принята!

Цена - 0.22\$

Активность - 2-4 заказа в сутки

2.

Необходимо разместить ссылку на сайт www.site.ru на любых интернет-ресурсах (форумы, блоги т.д.)

Ссылка должна быть активна, окружена тематическим текстом, а донор не заброшен!

Цена - 0.14\$

Активность - 15-30 заказов в сутки

3.

Работа для тех, кто имеет раскрученный аккаунт otvet.mail.ru. Подбираете вопрос, соответствующий тематике сайта www.site.ru и отвечаете на него, установив ссылку на соответствующий раздел сайта www.site.ru

Ответы не в тему, со ссылкой не на тот раздел или с неактивной ссылкой приняты НЕ БУДУТ. Работа будет принята только после одобрения ссылки модератором!

Цена - 0.15\$

Активность - 2-5 заказов в сутки

4.

Цель работы - найти группу Вконтакте, соответствующую тематике сайта www.site.ru и установить с нее ссылку на данный сайт. Работа будет принята через сутки после выполнения.

Цена - 0.7\$

Активность - 2-5 заказов в сутки

Используя данные задания, за один месяц вы сможете получить огромное множество **МАКСИМАЛЬНО** естественных ссылок на свой сайт при **МИНИМАЛЬНОМ** бюджете. Задания можете составлять совершенно любые, главное следовать следующим инструкциям (составленным, основываясь на собственном горьком опыте):

1. Первым делом, в задании указывайте ограничения. К сожалению, большинство исполнителей не читает задания до конца.
2. Не используйте слишком длинные задания (в данном случае появляется кнопка - **Подробнее...** и часть задания прячется под ней) - большинство не догадывается нажать на кнопку и делает совершенно бессмысленную работу.
3. Запоминайте уже принятые задания - много недобросовестных исполнителей отправляет одну и ту же работу по несколько раз
4. Экспериментируйте с ценами... В данной бирже большая цена совсем не гарантирует более качественный результат.

Вот, в принципе и все. Желаю успехов!

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

Часть III/30. Покупка ссылок: классификация параметров для отсева

[Автор: Александр Люстик \(MyOST\)](#)

На 27 ссылок изменились цены обновить

Статистика всего / [Только данного раздела](#)

Ссылок в статусе **ERROR 177** **WAIT 6304**

Ссылок всего: **5556**

Прогноз бюджета на день / месяц: **535,84 / 16 075,30**

Работа по покупке ссылок должна быть максимально автоматизирована, но для этого нужно провести большую подготовительную работу. Любой робот будет следовать вашим указаниям, но можно совершить ряд ошибок и испортить казалось бы конечную, отличную, идею.

Только кажется, что на бирже ссылок много ресурсов, на самом деле их нужно расходовать достаточно аккуратно. Поэтому вопрос о правильной классификации параметров для отсева ссылок встает довольно остро.

На самом деле, все фильтры, которые вы создаете – имеют довольно малую корреляцию с эффективностью, а если сказать точнее – то не выбор фильтра определяет его эффективность.

ТИЦ >= 100 И Цена <= 5.00 руб. И Прогноз внешних ссылок <= 3 И Уровень домена до 2 И Тематика площадки = (Авто, Банки, Безопасность, Бесплатное, Блоги, Бухгалтерия, Города и регионы, Государство, Дом и семья, Интернет, Компьютеры, Консалтинг, Мебель, Медицина, Музыка, Наука и техника, Недвижимость, Непознанное, Обучение, Общество, Персональные страницы, Политика, Политические партии, Предприятия, Промышленность, Путешествия, Работа, Реклама, Связь, Софт, Спорт, Справки, Страхование, Строительство, Телевидение, Товары и услуги, Финансы, Хостинг) И Доменные зоны = (.ru) И Не покупать ссылки на сайтах, уже купленных в рамках этого проекта И Есть в Yandex И Есть в Google И Только основная БД сайтов

У меня в аккаунтах присутствует более 50 разных фильтров (если брать все аккаунты в сапе), включая клиентские, но при этом ни они определяют стратегию выбора донора.

Цена <= 1.00 руб. И Внешних ссылок <= 1 И Прогноз внешних ссылок <= 2 И Уровень домена до 2 И Тематика площадки = (English sites, Hi-End, MP3, Авто, Банки, Безопасность, Бесплатное, Блоги, Бухгалтерия, Города и регионы, Государство, Дом и семья, Знакомства и общение, Игры, Интернет, Кино, Компьютеры, Консалтинг, Культура и искусство, Литература, Мебель, Медицина, Музыка, Наука и техника, Недвижимость, Непознанное, Новости и СМИ, Обучение, Общество, Персональные страницы, Погода, Политика, Политические партии, Предприятия, Промышленность, Путешествия, Работа, Развлечения, Реклама, Связь, Софт, Спорт, Справки, Страхование, Строительство, Телевидение, Товары и услуги, Финансы, Флора и фауна, Фото, Хостинг, Юмор) И Доменные зоны = (.ru, .com, .info, .net, .org, .su) И Не покупать ссылки на сайтах, уже купленных в рамках этого проекта И Есть в Yandex И Есть в Google И Только сайты, добавленные за последние 30 дней

Сайт с нулевыми показателями может сработать не хуже чем «с пузмерками», сайт не тематичный может сработать лучше, чем 100% верная тематика.

PR >= 1 И PR <= 4 И ТИЦ >= 10 И ТИЦ <= 150 И Цена >= 2.54 руб. И Цена <= 15.22 руб. И Уровень вложенности страницы >= 1 И Уровень вложенности страницы <= 2 И Тематика площадки = (Интернет, Компьютеры) И Есть в Yandex И Только основная БД сайтов

Если у вас нет большой выборки сайтов, по которой можно составить белые списки, то придется действовать немного иначе (кстати белые сайты часто становятся серыми и черными, их нужно проверять постоянно).

Основной упор – на формирование черных списков, для этого **нужна четкая классификация параметров**.

Я знаю достаточно людей, у которых за год-два работы **черный список перевалил за 70 тысяч сайтов**, при этом многие из них считают это абсолютно нормальным и они не заморачиваются с классификацией параметров.

Достаточно всего одного параметра для занесения площадки в черный список – это не правильный и не рациональный подход.

Чтобы собрать параметры для классификации – придется поработать руками и глазами, частично мозгом. А дальше все полученные результаты должны пойти в обработку автоматом, ведь автоматизация позволяет экономить кучу времени.

Методика отсева по плагину винка такова: **LF, H, Cn, TF, BC, UB, YAP, YAC**.

Первый барьер, который проходят сайты – это фильтр по URL (LF), которым мы пытаемся выявить заранее те сайты, которые имеют довольно большую вероятность к выпадению, а также не желательные страницы.

Как мы видим – у нас уже 2 классификатора:

- Вероятность бана/фильтра.
- Вероятность выпадения страницы.

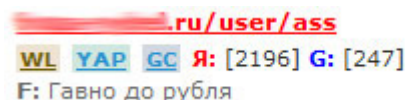
Вероятность бана или фильтра могут иметь достаточное количество сайтов, например это может быть сайт-галерея, специально созданный под сапу, мы ввели параметры:



- Displayimage (галерея изображений)
- Thumbnails (галерея изображений)
- dn=photos (галерея изображений)
- .php?vac_id= (распарсенная база вакансий)

Отмечаем эти сайты и можем смело заносить их в глобальный черный список или черный список проекта.

Следующие параметры – **не имеют четкой привязанности к характеристикам сайта**, они имеют определенные **характеристики страницы**:



- User
- Tag
- Archive

Этими параметрами **мы можем отсеивать системные страницы**, которые могут быть в индексе, но будут рано или поздно выпадать, как содержащие [дублированный контент](#), если это страницы тегов или архивов, либо системные страницы профилей юзеров, регистраций и прочего.



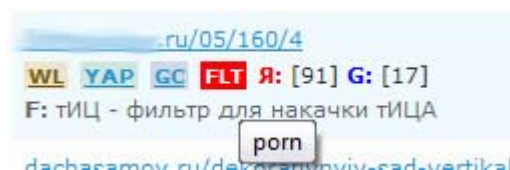
Этот классификатор **не дает нам права метить площадку черным списком**, ведь это не характеристики целого сайта, поэтому мы отменяем эти страницы, не добавляя их в черные списки, в следующий раз нам придут другие страниц этого сайта.

Надеюсь я доступно объяснил, что есть признаки сайта и страницы, их нужно четко различать, иначе будете "расходовать доноров" не правильно.

Второй барьер – количество страниц в индексе, здесь нужно быть аккуратным. Основная его цель – отсеять сайты попавшие под АГС, по количеству проиндексированных страниц.

Я бы советовал не ориентироваться на показатели SAPE и перед кнопкой Сп (по количеству страниц) нажать Н (проверка количества проиндексированных страниц), что позволить **получить реальные данные на нынешний момент**. В результате мы получим именно сегодняшние данные и сможем нажать заветную кнопку Сп, которая отметит сайты достойные черного списка (допустим содержащие менее 15 страниц в индексе Яндекса).

Третий барьер – контент фильтр или TF. Частично [методику я уже описывал](#), мы можем фильтровать достаточно доноров по разным [параметрам](#). Допустим на сайте есть "porno" и мы его заметили. Если не углубляться в детали – этот параметр достоин черного списка.



Но не каждый сайт содержащий параметры, перечисленные ниже, достоин черного списка:

- Keygen
- IFolde
- RapidShare
- Megaupload

Здесь мы можем **либо отменить и нам предложат новые страницы**, либо добавить в черный список конкретного проекта (BL), т.к. глобального он может быть и не достоин. TF я касался уже, поэтому не будем затрагивать его детально, отвечу на вопросы в комментариях, если будут.

Четвертый барьер – это количество внешних ссылок, количество внутренних, а также количество контента на странице (BC).

Здесь все просто – нужно четко понимать, что это характеристика страницы, а значит не подходит под глобальный черный список, лучше всего отменять и нам будет предложена новая страница.

При этом, если мы четко видим 500 внутренних ссылок на странице или больше, то здесь можно и в черный список добавить, перед этим просмотрев донора (часто мы можем встретить плагины пиксельной карты сайта и т.п. – их можно фильтровать TF фильтром), эту часть мы можем смело вносить в черный список, а значит у нас уже 2 классификатора. Но все-таки, я настаиваю на том, что нужно различать параметры страницы и параметры сайта.

Последний этап, который мы проходим – это уровень вложенности (УВ), а также наличие страницы в индексе (YAP) и в КЭШе (YAC) яндекса. Это тоже характеристики страницы, мы не имеем права добавлять такие сайты в черные списки, т.к. делаем выводы лишь по одной странице.

На сегодня мне пришло **5 тысяч 413 ссылок** на подтверждение, результаты таковы:

LF для черного списка – 35 сайтов, **LF** для отмены – 1766 сайтов.

H, Sp для отсева АГСных сайтов – 81.

TF для черного списка – 320 сайтов, **TF** для отмены – 840 сайтов.

BC для черного списка – 15 сайтов, **BC** для отмены – 2140 сайтов.

YAP и **YAC** для отмены – 230 сайтов.

В результате при сбалансированной работе у нас в черный список попал **361 сайт**, а на отмену ушло **4076 сайтов**. Значит из 5 тысяч 413 ссылок мы отсеяли 4976, оставив себе на рассмотрение более детальное 437 ссылок.

Если бы мы по-идиотски расходовали [ссылочную массу](#) и добавляли все в черные списки, без классификации факторов, то у нас **получилось бы 4976 сайтов в черном списке только за 1 день**.

По-моему – это не разумно, а я знаю многих людей, которые так делают, **не разграничивая и не классифицируя параметры**.

На сегодняшний день, в моем личном аккаунте, за несколько лет, накопилось всего 41 тысяча сайтов, которые отсеивались по очень жестким параметрам, если бы я огульно слал все в черный список, то было бы уже в раза 3-4 больше сайтов.

На аккаунтах заказчиков – меньше черные списки, но и работают они пока что меньше.

Часть III/31. Практические советы по наращиванию ссылочной массы

Автор: Александр Люстик (MyOST)



В последнее время появилось очень много статей на тему клиентского продвижения, то что мы идем по западному пути, тут ничего нового не придумаешь. Маркетинговый подход внедряется все больше и больше в умы SEO оптимизаторов. Давайте "заценим" как они делают это там - на западе.

То, чем мы постоянно занимаемся — это консультирование клиентов. После наших консультаций они могут сами [наращивать ссылочную массу сайта](#). Все хорошо знают, что построение ссылочной массы очень трудное занятие даже для SEOшника, работающего полный день.

Для упрощения данной задачи мы собрали некоторые рекомендации и примеры, выполнить которые легко и они оправдывают время, затраченное на них. Целью данного поста является знакомство с простыми рекомендациями по поиску блогов и сайтов, с которых [вы можете получить ссылку](#). Каждая из рекомендаций сопровождается своим уникальным примером. Мы хотим преподнести не просто теорию, но и ее применение "в живую".

Если вы читали мои предыдущие посты, вы не могли не заметить, что я люблю отображать весь процесс графически. Данный пост можно разделить по следующему принципу процесса наращивания ссылочной массы:



Каково ваше Уникальное Коммерческое Предложение

УКП (уникальное коммерческое предложение) — это та уникальность ваших товаров/услуг, которая отличает вас от конкурентов. Лично для меня это одна из важнейших частей стратегии наращивания ссылочной массы. Именно на этой стадии вы можете определить то, что принесет ссылки вам, но не принесет ссылки вашим конкурентам.

Именно эти уникальные черты вашего бизнеса являются **шагом с 3 места поисковой выдачи на первое**. О таких уникальных черта бизнеса мы уже не раз говорили, с их примерами вы можете познакомиться в наших предыдущих постах.

Именно поэтому первым шагом стратегии наращивания ссылочной массы мы сделали определение вашего УКП. Именно это поможет вам найти уникальные ссылки быстрее.

Ключ к успеху — для определения УКП не достаточно просто посмотреть на сайт. Существует большая разница между тем, какое УКП есть на сайте и какие перспективы в целом имеет ваш бизнес. Именно поэтому, при поиске УКП следует вначале проанализировать бизнес целиком.

Ниже я привел некоторые преимущества компаний, которые могут помочь в получении новых ссылок:

- **Профессиональность сотрудников**

Если ваши сотрудники хорошо известны как профессионалы в своей сфере, тогда они могут дать вам некоторые преимущества. На веб-сайте вашей компании они могут сделать некоторые обзоры серьезных партнеров, продемонстрировать свою компетентность, что обязательно будет учтено посетителями. Также они могут связаться с клиентами и попросить их об оставлении отзывов на веб-сайте или ссылки на ваш веб-сайт с сайтов партнеров.

- **Продукты**

Существует несколько путей получить ссылки, если у вас есть [интернет-магазин](#). Вы можете послать примеры продуктов экспертам сферы, [блоггерам](#) или обычным покупателям, чтобы те в свою очередь сделали обзоры и опубликовали на своих сайтах. Также вы можете дать несколько продуктов в качестве подарка/благотворительной акции взамен на ссылку на ваш сайт.

- **Купоны скидок**

Вы можете раздавать купоны скидок тем сайтам и [блоггерам](#), которые делают обзор и оставляют ссылки на ваши продукты. Сделайте так, чтобы у них было желание пользоваться данными скидками и делиться ими со своими посетителями. Это увеличивает рейтинг блоггеров, их читатели будут довольны, а вы в свою очередь получите больше трафика на сайт.

- **Email рассылка**

Данная методика наращивания ссылочной массы является одной из самых дешевых. В наше время, если вы просите об обмене ссылками, вы, вероятнее всего, не получите его. А как насчет того, чтобы предложить сайту обменяться ссылками и в добавок к этому вы ежемесячно будете рассылать их новостной бюллетень своим пользователям? Взамен данный сайт получит некоторый прирост трафика, а вы ссылку.

- **Использование микросайтов**

Данный метод также как и метод с email рассылкой не является дорогостоящим. Взамен на ссылку на ваш сайт вы можете предложить ссылку с сети ваших небольших сайтов. Данный метод еще выгоднее для вас, если вы можете контролировать страницы, не относящиеся к вашему домену. Вспомните страницы Facebook, Twitter или страницы таких контент-платформ как hubpages.com.

- **Ссылки за качественный контент**

Пересмотрите контент на вашем сайте. Иногда можно найти новые части интересного контента, который остался "в тени". Если вы нашли такой контент, позаботьтесь о том, как сообщить о нем пользователям. Возможно он заслужит несколько дополнительных ссылок.

- **"Зеленая" политика компании**

Тут принцип следующий: в сети существуют сайты и компании, которые ссылаются на сайты фирм, которые придерживаются экологически-чистой политики.



- **Благотворительная деятельность компании**

Данный вид деятельности великолепен с точки зрения PR (связи с общественностью) и может дать вам ссылки с новостных сайтов и сайтов благотворительных организаций. Некоторые сайты имеют страницы, на которых они перечисляют людей и организации, которые помогают им. Вам будет не только приятно от того, что вам признательно общество, но и от того, что вы получаете ссылки.

- **Привлечение персонала, у которого есть свободное время**

Иногда бывает так, что некоторые [сотрудники](#) вашей компании заняты непостоянно. Именно в эти промежутки времени вы можете привлекать их и к [SEO работе](#). Вы можете давать им такие небольшие

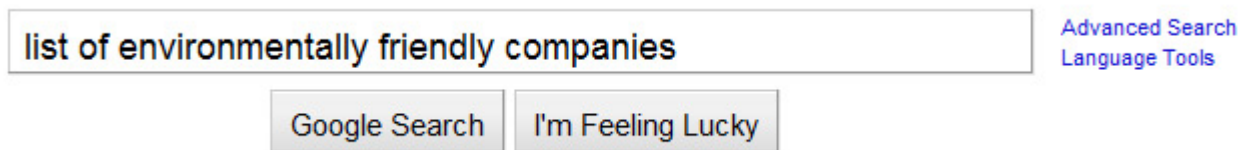
задания как: написание отрывков контента, постинг в Twitter, различные форумы и другие социальные сети.

Какими бы ни были ваши УКП, главное то, что вы постоянно используете их в [стратегии наращивания ссылочной массы](#).

Именно поэтому вы и должны искать такие сайты, которые сошлутся на вас только благодаря вашим УКП. Теперь давайте перейдем к следующему шагу стратегии наращивания ссылочной массы — поиску подходящих ссылок.

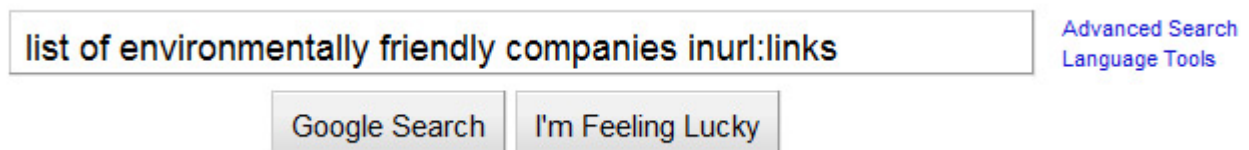
НАЧНИТЕ С САМОГО ПРОСТОГО — поиска в поисковиках!

Конечно звучит это банально, но это именно то, с чего следует начать. Давайте продемонстрируем это на примере компании, УКП которой является правильная "зеленая" политика.



В целях экономии времени я расскажу как ускорить данный поиск. Но я также хочу отметить и то, что каким бы банальным не был поиск, он дает хорошие результаты.

Для упрощения поиска сделаем следующий запрос:



Дополнение в поиске **inurl:links** говорит [Google](#) о том, что в результатах выдачи он должен показать только те URL, где упоминается слово "ссылки". Таким приемом мы значительно сокращаем выдачу результатов и улучшаем ее качество, увеличивая шансы найти подходящие нам сайты.

ИСПОЛЬЗУЕМ РАСШИРЕННЫЙ ПОИСК GOOGLE

По использованию данного поиска Google я уже рассказывал в предыдущих постах, но здесь я хочу поделиться некоторыми дополнительными знаниями. Обратите внимание на то, что к основному запросу вы можете добавить несколько дополнительных ключевых слов. Также вы можете использовать ключевые слова, слегка отклоняющиеся от основного и получите более расширенную выдачу.

Не забывайте о своих УКП

Продолжая идею использования УКП вашей компании, вы можете использовать ее и в поиске. Например, если преимуществом вашей компании будут "купоны скидок" или "специальные предложения", тогда вы можете создать следующий поисковый запрос:

экономный блог + "купоны скидок"

Данный запрос нацелен на те блоги, чья тематика направлена на экономию денег и где пользователи смогут получить купоны скидок или дополнительные рекомендации. Именно такой сайт будет отличной площадкой для размещения ссылки.

Ах да... если вам нужен реальный список таких сайтов — [вот, пожалуйста](#).

Поиск сайтов с возможностью публикации гостевых постов

Я не собираюсь рассказывать вам о всех преимуществах гостевого постинга как методике наращивания ссылочной массы, но скажу, что данный метод работает очень замечательно. Для поиска сайтов, где разрешен гостевой постинг, можно использовать множество запросов:

inurl: гостевой-пост-SEO

Данный запрос хорош тем, что он направлен на владельцев блогов, которые употребляют данные слова в заголовках и URL. Также, для экономии времени я не стал включать более расширенный запрос, например, "гостевой пост-инструкция по SEO".

Следующий запрос: inurl: category/guest

Данный запрос примечателен тем, что он может совпадать со [структурой URL](#) Wordpress, что может прямиком привести вас к гостевым постам.

Запрос: ключевое слово+блог+ноябрь 2010 inurl: гость

Преимущество данного запроса в том, что он сводит результаты поиска к активным блогам. Если в блоге есть посты данного месяца и года, значит он не заброшен, активен, а у вас есть больше шансов на то, что вам ответят.

Поиск "белых" каталогов

Нам приходится постоянно отвечать на вопросы такого плана: "а не попаду ли я под фильтр, если добуду ссылку с каталога" и т.п. На данный вопрос нет однозначного ответа и давать в этом посте его не целесообразно. Вместо этого я бы посоветовал поискать [ответ на данный вопрос на нашем блоге](#).

Для поиска "белых" каталогов вы можете использовать следующий запрос:

ключевое слово inurl: каталог-купить-текстовый-анкор-рр

Вы можете изменять данный запрос как вам заблагорассудится при помощи схожих ключевых слов. Идея данного запроса в том, что вы не будете размещать ссылки в тех каталогах, которые откровенно просят деньги за размещение ссылки.

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ЕЩЕ ОДНУ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОИСКА GOOGLE "ПОХОЖИЕ" (similar)

Это действительно быстрый и эффективный метод. Когда вы используете поиск нужных для вас сайтов в Google, поисковик подбирает сайты удовлетворяющие требованиям вашего запроса. К каждому типу сайтов Google также подбирает похожие, увидеть такие сайты вы можете, кликнув на ссылку "похожие" (в английской версии поиска — similar)

Eco Friendly Companies

Global directory of green companies and eco friendly products. Ethical business resource.
Your Green company connection
www.ecofirms.org/ - Cached - **Similar**

Данная возможность выводит список дополнительных сайтов, где вы возможно сможете разместить свою ссылку.

Для перехода к следующему шагу, вы можете слегка разнообразить поисковый запрос, с которого мы начали:

related:www.ecofirms.org/ list of environmentally friendly companies

Search

About 192 results (0.10 seconds)

Advanced search

Данный поиск хорош тем, что его результаты будут действительно релевантные запросу.

Внесите немного креатива в изучение конкурентов

Существует несколько инструментов, которые могут помочь вам в локальном поиске, а также в поиске мест, где вы сможете получить ссылку. В одном из постов по наращиванию ссылочной массы [Рэнд](#) упоминал о [данном инструменте](#).

Однако, у меня в запасе есть еще несколько советов, которые также смогут помочь:

- поиск телефонов конкурентов

Зная номера телефонов ваших самых активных конкурентов, вы можете без труда определить с каких-бизнес каталогов они получают ссылки, в каких бизнес-каталогах их нет. Вбивая в поиск их номера телефонов вы сэкономите время, лучше делать множественный запрос:

"0800 123 4567" или "0700 123 4567" или "0845 123 4567".

Этот метод стоит времени, потраченного на него.

Вообще изучать конкурентов очень интересно и нужно. К примеру можно глянуть как фильтрует те или иные сетки [Яндекс](#) и [Гугл](#), [Bing](#) или [Yahoo](#) 😊. Причем, как видим, не только по вариациям телефонного номера. Анализ конкурентов - дело крайне интересное.

Кстати, можете посмотреть как в исследовании ответили ряд экспертов на тему аффилированности сайтов - [ТопЭксперт.РФ](#)

Факторы, влияющие на наложение аффилиат-фильтра

| | |
|--|-------|
| Совпадение регистратора | -16% |
| Совпадение или близость дат регистрации доменов | -22% |
| Совпадение в CMS | -26% |
| Совпадают ли темпы прироста ссылок | -26% |
| Совпадение хостинга | -32% |
| Совпадают ли частично названия у доменов | -43% |
| Совпадение ссылочной массы | -49% |
| Совпадения в IP | -59% |
| Совпадают ли данные об организации на сайте и в справочных | -68% |
| Ссылаются ли друг на друга сайты | -72% |
| Совпадение информации о владельцах | -79% |
| Совпадает ли контент | -93% |
| Совпадают ли контактные данные | -99% |
| Совпадают ли адреса и названия организации | -100% |

Контроль качества

Вот еще один вопрос, который мы постоянно слышим от наших клиентов: "А как определить, что данная страница подходит для [размещения ссылки](#)?". И вновь, дать ответ на данный вопрос не так просто, так как опытные SEOшники используют свой инстинкт как инструмент и поэтому они просто знают хорошая данная страница или нет.

К сожалению, большинство SEOшников не имеют такого опыта и вашим клиентам будет попросту не под силу сделать это. Однако, вот несколько вопросов, которые помогут вам сделать определенные выводы по качеству данной страницы:

- **Находится ли страница в кэше поисковика?**

Для размещения ссылки ответ должен быть "да", если конечно страница не совсем новая. Проверить можно в [Google Toolbar](#).

- **Сколько ссылок, ведущих на другие ресурсы, есть на данной странице?**

Назвать определенное допустимое количество исходящих ссылок на странице сложно, так как это зависит от многих факторов. Однако, я бы точно не рискнул устанавливать ссылку на странице, у которой исходящих ссылок больше чем ссылок на внутренние страницы. Кроме этого, я бы усомнился в качестве страницы, если количество исходящих ссылок близится к 100.

Проверить это можно при помощи плагина [Search Status](#) для Firefox.

- **Сколько бэклинков имеет домен целиком и страница в отдельности?**

Я всегда удивлялся тому, сколько людей не обращают на это внимание, хотя при сегодняшнем обилии инструментов, проверить это очень легко. Определить нужно количество качественных ссылок, ведущих на домен или страницу, на которой вы желаете установить ссылку.

Проверить это можно при помощи плагина Search Status, [SEO Book Toolbar](#) или [SEOMoz Toolbar](#), а также использовать другие [плагины для SEO](#).

- **Находится ли сайт в топе выдачи по названию сайта или URL страницы?**

Если сайт не появляется в выдаче, это означает, что с ним что-то не так. Этот быстрый способ показывает, применялись ли к сайту какие-либо санкции со стороны поисковиков или нет.

Проверить это вы можете в поиске популярных поисковых систем!

- **Если бы Мэтт Каттс посмотрел на страницу, захотел бы он оставить ее в индексе?**

Тут важно быть честным с самим собой. Если ответ был бы "нет", тогда просто покиньте данную страницу и перейдите к следующей. Вы должны искать сайт как будто вы Google и выявляете действительно качественные сайты.

Свериться с показаниями какого-либо инструмента вы не сможете, так как ответ на данный вопрос требует вашей интуиции.

Добиться размещения ссылки

Отобрав подходящие страницы, мы подошли к последнему шагу: "Добиться размещения ссылки".

Давайте посмотрим, что мы проделали до этого:

- Выявили наши УКП
- Использовали эти УКП для поиска ссылок
- Провели контроль качества отобранных ссылок

Итак, мы подошли к последнему шагу — размещению ссылок. Тут-то и начинается все самое интересное!

Получение ссылок, для меня, сводится к 3 вещам:

- Использование собранных данных и УКП.
- Заставить заметить себя.
- Установление связей.

Если вы будете следовать этому плану, тогда ваши [конверсии](#), получения ссылок, увеличатся. А теперь давайте детально рассмотрим каждый из пунктов плана.

Используйте данные и УКП вашего бизнеса

Об этом я уже упоминал выше и еще раз хочу повторить, что при переписке с человеком, у которого вы хотите получить ссылку, обязательно рассказывайте о своих преимуществах перед другими. Если вы хотите получить ссылку потому, что ваша компания является "зеленой", расскажите об этом! Укажите ссылку на страницу вашего сайта, где описаны принципы работы вашей компании. Тогда вы будете выглядеть более убедительными. Выставляйте на показ ваши преимущества, вот отличный пример компании Rackspace, являющейся [хостинг](#) провайдером:



Проще говоря, расскажите почему кто-то должен ссылаться на вас.

Сделайте так, чтобы вас заметили

Для того, чтобы кто-то захотел сослаться на вас, вы должны сделать так, чтобы на вас обратили внимание. Это особенно важно сделать перед тем, как попросить о ссылке. Вот несколько способов сделать это:

- Прямое письмо
- Телефонный звонок
- [Twitter](#)
- Комментирование блога
- Послать трафик на их сайт

Прямое письмо

Этот способ используют многие SEOшники. И он вправду работает, хотя многие и говорят, что нет. Существует множество подходов к правильной e-mail переписке. .

В свою очередь я преподнесу вам несколько быстрых советов:

- Объясните о том, какую пользу для них вы можете принести.
- Изъясняйтесь четко и последовательно.
- Всегда обращайтесь по имени.
- Упомяните о чем-то особенном — о их хорошей записи в Твиттере или блоге.
- Если они находятся недалеко от вас, обязательно расскажите откуда вы.
- Не отнимайте слишком много времени — они занятые люди.

Телефонный звонок

Это отличный способ получить ссылки, просто возьмите телефон в руки! Тут есть некоторые нюансы, когда, в силу своего бизнеса, владелец сайта не работает онлайн. Но данный способ хорош тем, что вы можете получить мгновенный ответ, сэкономя при этом время.

Да, я знаю, что все мы помешаны на компьютерах и не любим использовать телефон. Но поверьте, это не так трудно как кажется, и после нескольких звонков вы войдете во вкус. Если же вы не можете перебороть себя, тогда вы можете попросить делать это за вас кого-либо другого. Если в штате ваших сотрудников есть те, кто любят поболтать, то это большой плюс.

Твиттер

Данный метод привлечения внимания зависит от вашей ниши. Список рекомендаций привлечения внимания пользователей Твиттера я оставлял в последней статье на [SEOmooz](#). Однако повторю его и здесь:

- Следуйте за ними.
- Определите то, о чем больше всего они любят писать.

- Для более подробной информации посетите их сайт.
- Посмотрите какие записи они любят ре-твитить (retweet).
- Ре-твитте их записи.
- Ведите конструктивное общение.
- Всегда спрашивайте их мнение по какому-либо поводу.

Главное тут наладить общение и привлечь внимание, а в будущем они вам помогут.

Комментирование блога

Нет, я не имею ввиду [оставление ссылок в записях блога](#), вы будете выглядеть как спамер. Я говорю о поиске качественных блогов, оставление осмысленных и полезных комментариев. Это заставит владельцев блога поискать ваше имя в интернете и наткнуться на ваш сайт. После чего, они, скорее всего, захотят связаться с вами.

Направление трафика на их сайт

Все блогеры и владельцы качественных сайтов всегда проверяют источники трафика их сайтов. Если ваш сайт появится в их статистике, они наверняка заинтересуются и зайдут на ваш сайт.

Вам даже не придется ссылаться на их сайт с вашего основного сайта, вспомните про УКП: микросайты и рассылки. Вы можете поставить ссылку на них с вашего микросайта, или ссылку в e-mail рассылке вашего основного сайта. Каким способом вы бы не воспользовались, они всегда заметят вас и у вас будет больше шансов установить дружественные связи и получить ссылку.

Устанавливаем связи

Если вам повезло и на вас поставили ссылку, не останавливайтесь на этом. Не делайте так, чтобы о вас думали "получил ссылку и свалил". Продолжайте поддерживать связи с владельцем сайта и кто знает, возможно он сможет помочь вам еще в чем-то. Возможно такое общение может перейти в более серьезные бизнес-отношения.



Если даже вам не дали ссылку, не игнорируйте их. Отвечайте им и будьте благодарны тому, что они тратят на вас время и возможно в будущем их привлечет другой контент.

Проще говоря — не сжигайте мосты.

Заключение

Теперь у вас есть множество советов и инструкций по получению качественных ссылок, используйте их сами, или преподнесите своим клиентам. Обязательно постарайтесь разобраться со всеми рекомендациями!

P.S. постарался оставить изначальный пост и кейсы без своих правок и комментариев 🙄

Источник: [Hands-On Tips For Link Building](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть III/32. Есть ли разница между покупными и бесплатными ссылками?

Автор: Гарик+

Гарик+:

Как я посмотрел, основная масса покупных ссылок находится на не тематических сайтах. Тогда в чем смысл покупки таких ссылок? Ведь в принципе ссылки можно и бесплатно получить с помощью статей, пресс-релизов и просто спама форумов, трастовых сайтов и т.п. Получается, что смысл покупки только в существенно меньшей трудоёмкости процесса? Или я не прав?

Vseonet:

Так и есть.

Многим легче купить ссылки и не думать о том, где же поставить ссылку.

Конечно, грамотные оптимизаторы даже при покупке будут изучать доноров и только тогда ставить там ссылку, чтобы она имела максимальное влияние.

Также покупные ссылки иногда выглядят лучше "статей, пресс-релизов и просто спама форумов", если к этому не подходят с умом, а так делают многие.

Movut:

Сайты, на которые можно бесплатно засунуть ссылку, как правило, заспамлены очень сильно и толку с такой ссылки практически не будет. Кроме того, при покупке ссылки, вы получаете контекстную ссылку, а не ссылку из профиля или ещё из какого-то подобного сомнительного места на сайте. Ну а то, что ссылки покупают не с тематических доноров, это личные проблемы тех оптимизаторов, сайты которых вы смотрели.

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovye_tehnologii/est_li_raznica_mezdu_pokupnymi_i_besplatnymi_ssyilkami/

Часть III/33. Вред от исходящих ссылок

[vagan](#)

vagan:

Все знают что входящие ссылки это очень хорошо, взаимные ссылки тоже ничего.

Есть ли вред от исходящих ссылок?

Например, я приторговываю на сапе. Схема 3-3-3. Понизится у меня PageRank и ТИЦ от этого?

Или к примеру на главной будет 40 уходящих ссылок. Будет мне за это по попе?

overnight:

Будет конечно. 😊

За 40 на главной из Сапы Вы либо вылетите из индекса, либо пессимизируют, зависит от сайта.

А вообще, исходящие ссылки не только не вредны, но и полезны, если вы в документе ставите тематические ссылки, то ПС это нравится. Это же основа интернета — гипертекстовость. Просто в случае с биржей Вы ставите дребедень которую никто не нажимает и совершенно не по теме.

А как Вы их поставить собираетесь? Там же, вроде, 15 предел.

Sergey2012:

За 40 на главной это не плюс или минус, это БАН поисковиками))) Соотношение примерное 4-6 на главной, и по две-три на внутренних страницах. А вообще за продажу ссылок поисковики банят и пессимизируют безбожно, знаю примеры когда за год продажи ссылок ТИЦ улетел с 1500 на 150 а потом на 50 вообще. На 50 остановился, вроде дальше не падает.

Chiliec:

Может просто беки со временем отвалились, большинство из которых каталожные?

Sergey2012:

Думаю все таки нет. Так как тот сайт - чисто СДЛ, плюс занимается продажами, сайт живой, музыкальной тематики, отчисления за авторские права платит (заключен легальный договор с отчислениями в различные правообладатели конторы с продаж), ссылки сторонние периодически подкупаются, трафик есть порядка 10 кил хостов в сутки. Вроде бы все как надо. Но ТИЦ упал именно после продажи ссылок.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

Глава IV. Грамотное составление анкоров ссылок

Глава посвящена составлению анкоров, для грамотного продвижения ссылками.

Часть IV/1. Распределение анкоров ссылочной массы

Автор: Александр Люстик (MyOST)

Сегодня я хочу рассказать одну из теорий [SEO](#), которую можно сформулировать следующими словами - "Чрезмерная оптимизация текстового анкера может привести к так называемым санкциям со стороны Google, так как в алгоритме Google использует ряд фильтров по отношению к текстовым анкерам".

Выше сформулированная теория, предполагает несколько следующих вопросов:

1. **Что такое оптимизация текстового анкера?**
2. **Должны ли мы вообще заниматься этим?**
3. **Возможно ли вообще переоптимизировать текстовый анкор?**

Следующий пост содержит некоторые реальные исследования, что и дало мне толчок для собственных размышлений по поводу текстовых анкоров.

Что такое оптимизация анкера?

Я уверен, что большинство из вас знает что такое **текстовый анкор** или **текст ссылки**, но для тех кто не знает я поясню — это текст, который используется в ссылке, ведущей на ваш сайт, или текст в тегах 'a' или 'alt'. Это и есть текстовый анкор, а его оптимизация — это употребление нужных ключевых слов, которые используются в ссылке, ведущей на нужную вам страницу.

Просто, не правда ли?! Допустим, если у вас есть страница, подходящая под текст "[оптимизация под поисковые системы](#)" - вам следует получить **как можно больше внешних ссылок** с текстовым анкором "оптимизация под поисковые системы", что поднимет ваш рейтинг в поисковике по данному запросу. Это так же называется **ниппингом**.

А нужна ли вообще оптимизация анкоров?

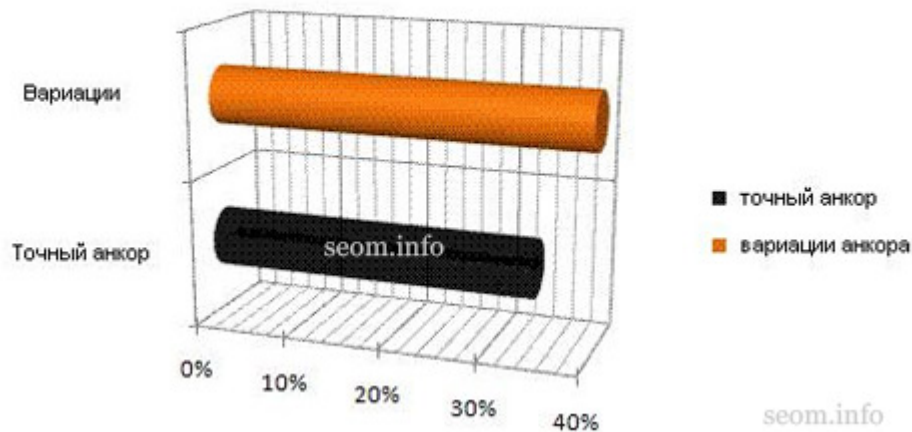
Ок, позвольте тогда мне задать вам один вопрос: **"Хотите ли вы, попасть в топ по популярным поисковым запросам?"**

Если вы скажите "ДА" - мой ответ — конечно нужна, причем всеми возможными способами! Я думаю, что будет лучше если я объясню, опираясь на реальные исследования.

После анализа пяти сайтов, находящихся в топе по пятнадцати различным поисковым запросам, ответ на выше поставленный вопрос напрашивается сам по себе:

seom.info

Распределение анкоров



Как видно из схемы, в среднем все сайты имеют около **34% всех своих ссылок с анкором**, являющимся **точным поисковым запросом**, а **40% ссылок** — **вариации текстов**, включая точный поисковый запрос.

Пример

Точный анкор - "оптимизация под поисковые системы".

Вариации - "качественная оптимизация под поисковые системы, город Тюмень".

Не правильная вариация - "оптимизация, город Тюмень, под поисковые системы".

Итак, вариация анкора будет учтена поисковиком, если ключевая фраза останется не разбитой.

Каждый из топовых сайтов имел примерно по 20 вариаций каждого запроса.

Вывод

Если вы хотите подняться по тому или другому запросу в топ Google вам следует использовать точные поисковые запросы в ссылках.

Об оставшихся 60%

Оставшиеся **60% ссылок имеют близкие по значению** к поисковому запросу анкеры. Помните, Google дает вес **почти** всем ссылкам, но больший вес и предпочтение уделяется именно анкорам с точными поисковыми запросами.

Возможно ли переусердствовать с оптимизацией?

У меня никогда не было сайта, который бы попадал под фильтры, но есть примеры, когда молодой сайт имея большую ссылочную массу с одним анкором попадал под фильтры. Поэтому, я рекомендую разбавлять точные анкеры их вариациями.

Запомните, что от вас требуется **постоянный контроль над соотношением ссылок**. На каждое ключевое слово или фразу рекомендуется использовать 15-20 вариаций. Естественные же ссылки вы не сможете контролировать, так как их будут оставлять пользователи и в этом нет ничего страшного, так как практически всегда анкеры будут разные.

Иногда бывает так, что по какому либо запросу в результатах поиска выводятся сайты, не имеющие ничего общего с запросом. Хотите знать почему? Это происходит по тому, что авторитетные сайты имеют ссылки с анкором "click here, жми или тут..."

Надеюсь, что статья окажется полезной для вас и вы возьмете ее как основу в построении ссылочной массы.

Источник: [Anchor Distribution and Anchor Text Penalties](#)

Перевод: [SEOM.info](#)

Часть IV/2. Составляем анкоры и описания для продвижения сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Часто проскакивают вопросы: **Как правильно составить анкоры? Какой нужен окружной текст? Как разбавлять описания и сами ссылки?** Именно об этом сегодня пойдет речь. Мне вообще блог нравится тем, что тут можно копить часто задаваемые вопросы, и если кто-то из знакомых или клиентов спрашивает как сделать что-то, просто можно дать ссылку на пост в блоге и сэкономить время на объяснение.



Для начала немного того что я заметил и рекомендую, ссылки нужно разбавлять, что бы поисковые системы относились естественней к вашему сайту и без проблем придавали ему трасту.

Давайте объясню на примере:

Есть интернет магазин по продаже сумок, даже если вы продвигаетесь по одному запросу (хотя так продвигаться не рекомендуется) ссылки нужно будет разбавлять так:

сумки
купить сумки
женские сумки
мужские сумки
И так далее.

То есть вы покупаете или размещаете ссылки на вышеперечисленные слова, что бы в итоге получить топ для запроса «сумки». А теперь давайте посмотрим, как лучше распределять:

60% с прямым вхождением сумки
35% смежные запросы (купить сумки, женские сумки)
5% просто ссылка с урл сайта (например, www.site.com)

В таком случае все будет идти как по маслу, и не возникнет проблем с выводом в топ.

Дальше как же составлять описания для бирж ссылок и окружной текст:

- старайтесь включать смежные ключевые слова в описании

- используйте повторения ключевых слов в описании

Пример описания для продвижения в Google

толковые сумки для вас, купить сумку
лучшие сумки в Киеве
приобретайте сумки, купить сумку
купить сумку женскую, сумки Киев
смотрите сумки у нас
настоящие сумки из кожи купить
кожаные сумки в Киеве
купить сумку, сумки в Киеве
реальные сумки женские в Киеве
женские сумки из кожи

Пример описания для продвижения в Яндекс

Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, у нас
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, Киев, у нас
Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, для вас
Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, только у нас
Интернет-магазин сумок. Сумки, мужские, покупайте
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, Киев, только у нас
Интернет-магазин сумок. Сумки, Киев, покупайте смело
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, мужские, у нас
Интернет-магазин сумок. Сумки, сумки женские, для вас
Онлайн интернет магазин сумок. Сумки, сумки женские, у нас
Магазин, где можно купить сумки. Сумки, мужские, покупайте
Магазин, где можно купить сумки. Сумки, Киев, только у нас
Магазин, где можно купить сумки. Сумки, мужские, у нас
Интернет-магазин сумок. Сумки, сумки женские, только у нас
Интернет-магазин сумок. Сумки, Киев, только у нас

В этом варианте описания генерировались в Allsubmitter, но для лучшей отдачи можно прописать ручками.

Просто в основном ссылки закупаются не на тематических сайтах. Тематических сайтов не так мало и зачастую там завышена цена, если сделать нормальный окружной текст, то есть шансы что он поможет на какой-то процент передать нужную вам тематику на продвигаемый сайт.

Важно: При продвижении сайта использовать не один запрос, а комплекс, тогда и отдача будет больше, и в комплексе вы будете тратить на вывод значительно меньше для каждого запроса.

Так же нужно не забывать про [этапность продвижения сайта](#), хотя есть разные задачи и разные этапности, но зачастую лучше использовать стандартный вариант и с выводом в топ не будет проблем.

Часть IV/3. Анкор — что это такое и насколько важны анкор листы в продвижении сайта

[Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo](#)

Сегодня я хочу поговорить о такой вещи, как **анкор ссылки**, который по своей сути является ничем иным, как просто текстом ссылки, т.е. тем, что стоит между открывающим и закрывающим тегом [гиперссылки](#).

Анкор при всей своей технической простоте вызывает огромное количество вопросов и споров у оптимизаторов, ибо именно анкеры (тексты ссылок) являются предметом так называемого ссылочного (анкорного) ранжирования в поисковых системах.



Я не могу опираться на собственный опыт в вопросе касающемся анкоров, ибо для этого нужно иметь в заглавнике большой опыт продвижения большого количества сайтов или же ряд поставленных по данной тематике экспериментов. Ни того ни другого у меня нет, поэтому рассказывая про анкеры я буду опираться на мнение ряда экспертов, которые считаются в данной теме (ссылочное ранжирование и анкеры) авторитетными специалистами.

В общем-то, предпосылкой к написанию этой маленькой заметки послужило то, что я практически одновременно наткнулся на несколько публикаций специалистов авторитетных в области продвижения сайтов и все эти материалы в той или иной степени касались именно анкоров. Но, давайте поговорим обо все по порядку и сначала дадим четкое определение термину «анкор».

Что такое анкор, виды анкоров в ссылках

Анкор в Seo обозначает очень банальную вещь — текст ссылки. Как вы помните, чтобы создать гиперссылку в [языке Html](#) используется специальный [тег A и атрибут Href](#), в котором прописывается [Url адрес](#) страницы или другого типа документа, на который будет вести данная ссылка.

```
<a href="http://ktonanovenkogo.ru"> Текст ссылки (анкор) </a>
```

В приведенном примере анкором является фраза «Текст ссылки (анкор)». Этот текст (анкор) учитывается поисковыми системами при [ранжировании и определении релевантности документа](#) вашего сайта тому [поисковому запросу](#), по которому вы хотите продвигаться в Топ поисковой выдачи. Такой тип ранжирования еще называют ссылочным.

В Seo принято называть сайт предоставляющий ссылку — донором, а тот ресурс, на который она ведет — акцептором. Все ссылки, предоставленные на ваш сайт с других ресурсов, а так же внутренние ссылки со страниц вашего же собственного сайта, будут учтены поисковыми системами. Чем больше будет ссылок (внешних), тем лучше. Причем, если вы хотите нарастить [Тул](#), то лучше всего если это будут ссылки с разных сайтов (доменов), но имеющих ту же самую тематику, что и у вашего ресурса.

Недооценивать влияние анкоров и самих ссылок на успешность продвижения сайта не стоит, ибо это один из трех важнейших факторов ранжирования, на которые опираются поисковые системы (есть еще фактор внутренней оптимизации сайта и [поведенческие факторы](#), о которых сейчас так много говорят).

Все анкеры, предоставленные на страницу вашего сайта ссылок, подшиваются поисковиками в так называемый **анкор лист** и являют своеобразным дополнением к тексту статьи. Страницы вашего сайта могут участвовать в ранжировании по запросам, которые даже не упоминаются в Title или тексте статьи, а только лишь присутствуют в анкор листе. В таком случае, в поисковой выдаче будет написано «Найден по ссылке»:



Но что именно учитывается поисковиками при анализе ссылочной массы предоставленной на тот или иной документ в сети? Учитываются две вещи:

1. **Статический вес передаваемый ссылкой.** На основе статических весов рассчитываются для всех страниц интернета такие показатели как:
 - I. Взвешенный индекс цитирования ([Буу](#)) у Яндекса
 - II. [Pagerank](#) у поисковой системы Гугл. Причем, Pagerank напрямую влияет на ранжирование страниц в Google, но именно пейджеранк целевой страницы, а не ПР главной.
2. **Динамический вес ссылки** (анкорное ранжирование), который целиком и полностью зависит от имеющегося у нее анкера. Чем точнее анкор совпадает с поисковым запросом (выше плотность), тем больший динамический вес сможет передать эта ссылка. Естественно, что для этого бэклинк должен вести именно на «приземляющую страницу» вашего сайта, которую вы и продвигаете по ключевым словам, указанным в анкоре.

Соответственно, можно разделить все возможные анкеры на три группы:

1. **Анкеры с точными вхождениями** — имеют наибольшее влияние на ссылочное ранжирование, но ими нельзя злоупотреблять, ибо можно попасть под фильтр за спамность «анкор листа», либо потерять на так называемой «**склейке**» **анкоров**, в результате чего будет понижен статический вес передаваемый ссылками с одинаковыми анкерами.
2. **Разбавленные анкеры** — к поисковым запросам, по которым вы продвигаетесь, можно добавить еще дополнительные (желательно очень распространенные в русском языке) слова, так, чтобы анкор был удобоварим и хорошо читаем. В случае разбавленных анкоров передаваемый динамический вес будет меньше, нежели в случае анкоров с точными вхождениями, но зато и вероятность склейки анкоров и попадание под фильтр за спам анкор листа фактически становится равным нулю.
3. **Безанкорные ссылки** — этот тип ссылок наиболее близок к естественным, поэтому они практически всегда будут работать и по ним будет передаваться статический вес (pagerank и виц страниц акцепторов будут наращиваться), но вот динамический вес такие ссылки без анкера передавать не будут, а значит и на ссылочное ранжирование влияния оказывать не будут.

Но это только в теории, а на практике все выходит немного более оптимистично. Есть такое понятие, как **околоссылочный текст**, который учитывается поисковыми системами (считается, что только Яндексом, но возможно, что Google просто этого не показывает).

Следовательно, если вы укажете справа или слева от безанкорной ссылки ключевые слова, по которым вы продвигаетесь, то существует вероятность того, что именно эти слова будут учтены поисковиками в качестве **анкора безанкорной ссылки**.

Ключевые слова должны находиться рядом с безанкорной ссылкой и желательно не отделяться от нее точками. Да, еще одна очень важная вещь — **безанкорной ссылкой считается** если:

1. В качестве ее **анкора используется Url адрес** страницы акцептора или же Url адрес домена сайта акцептора (обязательно с «http://», ну или хотя бы с WWW). Например, данный линк будет расценена поисковыми системами, как не содержащий анкора:

```
<a href="http://ktonanovenkogo.ru/about"> http://ktonanovenkogo.ru </a>
```

2. В качестве анкора безанкорной ссылки могут быть использованы слова «тут», «здесь» и т.п.:

```
<a href="http://ktonanovenkogo.ru"> тут </a>
```

3. Очень интересный эксперимент по поводу анкоров безанкорных ссылок и расположения околоссылочного текста провел уважаемый Девака в своей недавней статье — [Безанкорное продвижение — Эксперимент с анкерами](#). Обязательно ознакомьтесь, хотя бы со сделанными в этой статье выводами.

Учет анкоров Гуглом во внутренних ссылках

Так, это мы все говорили про особенности использования анкоров в обратных ссылках, которые ведут на ваш сайт с других ресурсов. Эти бэклинки и их анкоры очень важны при продвижении сайта ([Самостоятельное продвижение и раскрутка сайта](#)) и без них очень трудно будет обойтись, особенно при раскрутке по тем поисковым запросам, которые являются конкурентными.

Но существует такое понятие, как внутренняя перелинковка и ее влияние на продвижение сайта тоже очень значительно. Более того, для продвижения по низкоконкурентным поисковым запросам можно вообще не закупать обратные ссылки, а попробовать обойтись одной лишь внутренней перелинковкой, ну и немного прокачать главную страницу сайта или некоторые целевые страницы за счет получения бесплатных обратных ссылок с профилей трастовых сайтов ([база трастовых сайтов](#)).

Вообще, **внутренняя перелинковка с нужными анкерами** может служить сразу для двух вещей:

1. Перераспределение статического веса (pagerank, виц) между страницами вашего сайта таким образом, чтобы сосредоточить его именно на продвигаемых страницах. Есть различные схемы перелинковки, позволяющие прокачать как главную страницу сайта, так и непосредственно страницы со статьями. В результате, чем больше будет статический вес страницы, тем выше она будет ранжироваться поисковиками при прочих равных условиях.
2. Внутренняя перелинковка позволяет ссылаться на продвигаемые страницы вашего сайта с нужными анкерами (нагонять динамический вес). Т.е. вы можете поставить с десятка внутренних страниц своего ресурса ссылку на продвигаемую страницу и использовать в качестве анкора прямое вхождение ключа, либо разбавленный анкор, что тоже будет учтено в положительную сторону поисковыми системами при ранжировании.

Лично я не использую схем перелинковки (просто не до этого) и тупо вставляю внутренние ссылки в тексты статей по мере их написания и уместности ссылок с анкорами в тексте. Судя по показателям моего блога такой подход вполне имеет право на жизнь. Кстати, сегодня я планировал написать статью про **двухлетний юбилей KtoNaNovenkogo.ru**, но не придумал о чем именно писать. Если кратко, то пока идем в горку (мы с блогом) и главное, чтобы так и продолжалось (показатели блога можно посмотреть на [этой странице](#)).

Правда, тут есть один нюанс в учете анкоров внутренних ссылок проставленных на одну и ту же страницу вашего сайта. Допустим, что мне нужно по ходу изложения материала в статье сослаться на один и то же материал несколько раз. Каждый раз я буду вставлять ссылку с разным анкором. Вопрос — как будут учтены анкоры этих ссылок Яндексом и Google?

Про Яндекс однозначно сказать нельзя, ибо учет этих анкоров может зависеть от целого ряда внешних факторов, а вот **Google учит анкор только первой ссылки**, встретившейся ему в тексте. Это доказано рядом экспериментов (не моих, естественно) и можно считать сложившимся фактом. Но, существует довольно таки простой способ обойти это ограничение.

Что примечательно, я с самого начала существования этого блога пользовался этим способом даже не зная о существовании ограниченного **учета анкоров в Google**. Узнал же я об этом относительно недавно и стал использовать только по одной внутренней ссылке на каждую статью, дабы употребить в ней нужный мне анкор. Но вот совсем недавно я прочитал статью уважаемого Александра Люстика под названием [Тестируем правило приоритета первой ссылки](#) и понял, что можно себя не ограничивать.

В общем, если вы хотите из одной и той же статьи вашего сайта сослаться несколько раз на другую статью и желаете при этом, чтобы Google учел анкоры всех ваших ссылок, то просто используйте в них знак решетки «#», с помощью которого создаются так называемые хеш ссылки (эта самая решетка и называется хеш). Наверное, можно даже не создавать специально для этой цели якоря на странице акцепторе, но я это делаю в обязательном порядке.

[Как сделать якорь в Html](#) (который по странному стечению обстоятельств тоже называется анкор — anchor) я уже довольно подробно описывал и вы можете ознакомиться с этим материалом по приведенной сноске, которая как раз и является примером хеш ссылки:

```
<a href="http://ktonanovenkogo.ru/html/html-new/chto-takoe-giperssylka-html-yakor-anchor-kak-sozdat-ssylku-na-sajte-html-teg-a-href-target-blank-kak-sdelat-kartinku-ssylkoj-otkryt-v-novom-okne.html#giperssylka-1" target="_blank">Как сделать якорь в Html</a>
```

Видите, там на конце Url адреса добавлена конструкция «#giperssylka-1», которая и позволит **добиться учета Гуглом всех анкоров**, которые были использованы в гиперссылках из этой статьи на статью про тонкости создания линков в Html.

Раньше я тоже активно использовал хешссылки, но даже не подозревая о пользе данного способа для учета всех анкоров, а использовал их просто для удобства читателей — перемещение осуществляется сразу же на то место в тексте, где описано то, что указано в анкоре ссылки. Правда, для этого нужно было расставить якоря в статьях акцепторах, что занимает время у автора статьи, но зато экономит время у читателей.

Анкор листы и какие анкоры в них должны быть

Ну, и теперь я хочу упомянуть еще один авторитетный источник, из которого я почерпнул много полезной для себя информации по поводу **учета анкоров поисковыми системами** — видео-интервью Станислава Ставского, которое выложено в конце этой статьи (Алгоритмы анкорного ранжирования). Вообще, Станислав безусловно очень умный и грамотный товарищ, а особенно мне импонирует его манера четко формулировать свои мысли, как бы раскладывая все по полочкам.

Делится он, конечно же, не всей имеющейся у него информацией по поводу влияния анкоров и схем построения анкор листа, но все равно информация полезная и, что очень важно, актуальная. Очень часто натыкаешься в сети на материалы, которые уже утратили свою актуальность в силу динамичности развития поисковых механизмов ранжирования. Все течет, все изменяется, а в поиске это происходит особенно быстро.

Итак, вкратце, что же мне удалось уяснить для себя из интервью этого «гуру» продвижения и раскрутки сайтов.

1. Ну, во-первых, мне понравился приведенный им способ наглядной демонстрации влияния поведенческих факторов на ссылочное ранжирование. Там рассматривался пример, когда сайт попадал в Топ поисковой выдачи только за счет слов в своем анкор листе (найден по ссылке — НПС). Причем, в случае искусственного исключения влияния поведенческих факторов сайт сразу же перемещался с первого места в небытие. Очень показательно, однако.
2. Довольно интересно Станислав объяснил общие принципы ранжирования по анкор листу, сравнив его с обычным ранжированием текстов статей, но с учетом своих особенностей учета слов из анкор листа. Т.е. анкор лист фактически подшивается к тексту статьи и по нему высчитывается релевантность с учетом поправочных коэффициентов.
3. На вопрос, «как мог бы выглядеть идеальный анкор лист», Станислав довольно развернуто (хотя может быть не столь подробно) ответил, упомянув про наибольшее влияние анкоров с прямым вхождением и указав на результаты своего эксперимента. Упомянул он и про склейку анкоров, и про то, что это действительно приводит к снижению передаваемого ими статического веса.
4. Довольно интересным мне показалось обсуждение естественного анкор листа на примере Яндекс Маркета, который по определению должен иметь только естественные анкеры в бэклинках, и учета околоссылочного текста поисковиками.
5. Еще они коснулись в беседе принципов определения Яндексом Seo ссылок по их анкорам и тематикам сайтов акцепторов, и, что примечательно, был сделан вывод, что Seo-ссылки, по сути, отличаются от других (тех, что Яндекс не считал покупными) только тем, что начинают работать они гораздо позже. Например, бэклинки без анкора учитываются поиском в ранжировании уже через несколько недель после индексации, а Seo ссылки — только через несколько месяцев.
6. Если покупаете сквозную ссылку или же проставляете ее с другого своего проекта, то лучше делать разные анкеры этого «сквозняка» с разных страниц ресурса.
7. Ссылочное нужно наращивать плавно.
8. Существует дилемма — использовать ли одинаковые анкеры с максимальной плотностью ключей и получать снижение передаваемого статического веса за счет склейки анкоров, либо же все-таки использовать разбавленные анкеры.
9. Ссылочная масса должна быть разнообразной — с анкорами, без анкоров, с блогов, с форумов и т.п.
10. Достаточно интересный пример с использованием тематического информационного сайта-спутника для продвижения интернет магазина
11. Переспам анкор листа может повлечь за собой наложение фильтра поисковыми системами, т.е. закупать много ссылок с одинаковым анкором бывает довольно таки чревато неприятными последствиями.
12. Если нужна быстрая раскрутка здесь и сейчас, то делайте упор на закупку ссылок, а если хотите обеспечить стабильное существование проекта в обозримом будущем, то развивайте сайт, добавляйте тексты, улучшайте поведенческое, ну, и бэклинки закупайте, но без фанатизма.
13. Массовый обмен ссылками является основным способом продвижения сайтов в буржунете, а у нас Яндекс за это наказывает из-за заспамливания этого способа линкаторами.
14. Учитываются ли полученные обратные ссылки с атрибутом [rel nofollow](#) в теге гиперссылки при ранжировании сайта поисковыми системами? Статический вес скорее всего не передается (pagerank и виц не наращиваются), а вот анкорное ранжирование, возможно, имеет место быть. О, как.
15. Утекает ли статический вес по внешним ссылкам с сайта? Стоит ли их закрывать в rel nofollow? Вопрос, конечно же, интересный.

16. Пропорции в анкор листе точных, разбавленных вхождений и безанкорных вариантов ссылок.
Вечный вопрос.

Часть IV/4. Анкоры: виды, примеры, назначения new

Автор: Сергей Сосновский

Я же в сегодняшнем посте хочу поговорить об анкорах. Расскажу, на какие виды разделяю их и покажу примеры.



Для тех, кто не в курсе, анкоры – это тексты ссылок. `Яндекс`. Яндекс – это анкор ссылки. Одно из направлений продвижения сайтов – это создание ссылочной массы. У нее существует 2 характеристики – статическая (наподобие [PageRank](#) или ВИЦ – взвешенный индекс цитирования) и динамическая. В основе динамической характеристики как раз и заложен анализ анкоров.

О процентных соотношениях, анкор-листе, околоссылочном тексте я напишу в следующем посте. Здесь же будут только примеры и виды анкоров. С течением времени образуются все новые и новые виды, которые могут положительно влиять на релевантность документов в поисковой выдаче. Современные [условия продвижения под Яндекс](#) тому подтверждение. Все анкоры я разделяю на 3 категории с несколькими пунктами. В качестве примера возьму запрос продвижение сайтов.



Прямые вхождения

Назначение – придание релевантности документу по необходимому запросу.

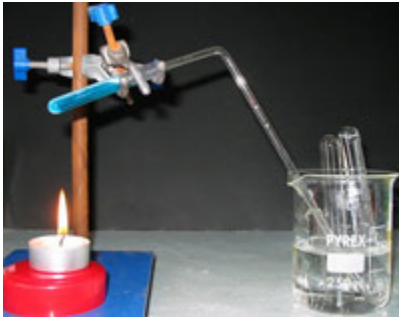
1) Точное прямое вхождение ключевого слова в анкор.

продвижение сайтов

2) Морфологические вхождения (словоформы). Здесь у слов может меняться падеж, число.

продвижению сайтов, продвижением сайта

Разбавочные анкоры



Назначение – придание релевантности с эффектом разбавления (естественности). Здесь уместно употребление как точных, так и морфологических прямых включений.

1) Разбавление дополнительными словами. В качестве разбавочных фраз лучше употреблять релевантные и тематические продвигаемому запросу слова.

[продвижение сайта в Google](#), профессиональное продвижение сайтов в ТОП

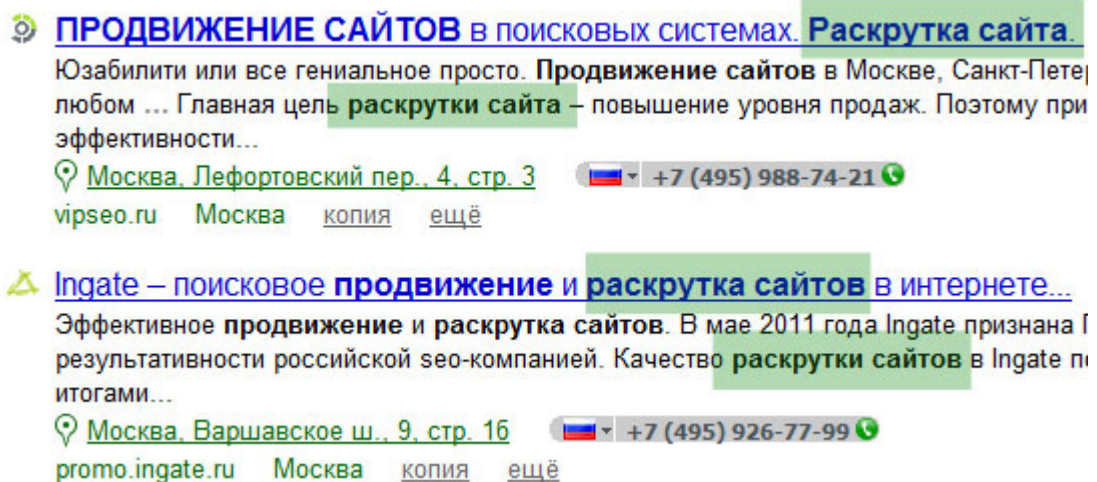
2) Разбавление с разделением. Здесь анкор разделяют релевантные и тематические слова.

продвижение молодого сайта, продвижение web сайта

3) Обратный порядок слов в анкоре. Здесь приведу другие примеры.

купить компьютер – компьютер купить, заказать создание баннера – создание баннера заказать

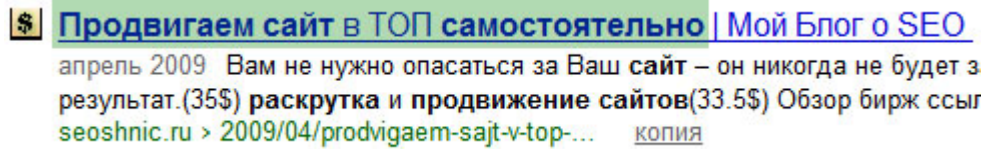
4) Разбавление синонимами. Синонимы можно придумать самому, а можно посмотреть поисковую выдачу Яндекс по нужному ключевому слову.



Из этого получаем синонимы:

раскрутка сайтов, раскрутки сайта

5) **Спектральные анкоры.** После [ввода Яндексом технологии Спектр](#) такие тексты ссылок тоже есть смысл употреблять. Откуда их брать? Правильно! Из выдачи Яндекса по интересующему запросу. Например, вот, что я нашел.



продвигаем сайт самостоятельно, продвижение сайта своими руками

6) Региональные анкоры. Если вы продвигаете сайт в регионах, то будет полезно включение этого самого региона в тексты ссылок.

продвижение сайтов в Москве

7) Разбавление URL-ом или названием сайта.

продвижение сайтов на блоге <http://sosnovskij.ru/>, продвижение сайта от Сосновского



Естественные анкоры

Назначение – придание естественности ссылочной массе.

1) Урловые. В виде урла сайта (страницы).

<http://sosnovskij.ru/>, <http://sosnovskij.ru/prodvizhenie-sajta-v-yandex/>

2) В виде часто употребляемых слов в качестве анкора.

Тут, здесь, по ссылке

В заключение 2 коротких правила:

- употребление анкоров в человеческом виде. Можно также в виде, в котором пользователи задают запросы поисковой системе. Примеры можно посмотреть в поисковых подсказках.
- Желательно, чтобы анкор в том или ином виде присутствовал на продвигаемой странице. Это не говорит о том, чтобы документ содержал список всех текстов ссылок. Если вы ставите разбавочный анкор “продвижение и раскрутка сайта”, будет полезно, если на странице хотя бы один раз употребляется слово “раскрутка”.

Часть IV/5. Советы по грамотному составлению анкоров

Автор: Сергей Кокиаров (Devaka)



Каждому оптимизатору известно, что качество продвижения сайта в поисковых системах зависит от качества его внутренней и внешней оптимизации. Качество внешней оптимизации определяется эффективностью размещенных (купленных) ссылок, которая зависит от эффективности донора, правильности составления анкора и от некоторых других факторов. Ниже представлены основные пункты, которые стоит учитывать при составлении анкоров, так как правильно составленный анкор-лист даст больше эффекта в продвижении запросов и сэкономит ссылочный бюджет.

10 советов по составлению анкоров.

Составляя анкоры для своих проектов, некоторые оптимизаторы используют самый простой вариант — прямое вхождение ключевого слова в текст ссылки. Даже при автогенерации анкоров в сервисах автоматического продвижения, максимум используется простое разбавление ссылки, иногда анкор разбивается на пару предложений. Следуя простым советам, если вы прежде не задумывались особо о грамотном составлении анкоров и использовали простые варианты, вы сможете сэкономить ссылочный бюджет минимум в 2 раза, а также увеличить тематический трафик на свой ресурс. Итак...

1. Ключевое слово

Ключевое слово, по которому вы собрались продвигать страницу вашего сайта, **должно входить в текст ссылки** при составлении анкоров (исключая случаи безанкорного продвижения, см. ниже). Это ключевое слово также **должно присутствовать в статистике поиска** (например, [wordstat](#)), то есть, теоретически, это слово или словосочетание люди должны использовать при поиске.

Например, если у вашей компании “РосЕвроОкна-Инвест” имеется сайт по продаже пластиковых окон, то при составлении анкоров ключевое слово **РосЕвроОкна-Инвест** может быть полезным лишь при брендовом продвижении, в остальных случаях необходимо использовать работающие запросы, так как только они дают нужный трафик.

Пример (здесь и далее из области микробиологии):

*спирулина выращивание
спирулина купить*

2. Разбавление

Поисковые машины любят естественные ссылки, так как они наиболее корректней отражают популярность ресурсов в сети. Разбавление текста ссылки, как и некоторые другие приемы, придают анкору немного естественности. Также разбавление анкоров вносит разнообразие в анкор-лист, показывая поисковикам, что на вас ссылаются не только с текстом **кондиционер купить**, но с разными вариантами естественных текстов, за которые было бы неверным поисковику наложить какой-нибудь фильтр.

При разбавлении анкоров также необходимо следить, чтобы разбавленный текст ссылки составлял словосочетание, которое люди используют при поиске, тогда, помимо разнообразия ссылок, вы получаете вес для потенциально работающих ключевых запросов, увеличивая трафик по менее частотным запросам.

Пример:

спирулина быстрое выращивание
спирулина сочи купить
спирулина оптом купить

3. Морфология

Не стоит заикливаться лишь на прямых вхождениях каждого из слов ключевого запроса в анкор, **используйте разнообразные формы слова** — склонения, изменения слова по числам и родам. Например, Яндекс знает множество вариантов (форм) слова [купить](#), каждое из используемых будет работать в ссылке на основной запрос.

Например, для запроса **спирулина выращивание** добавление таких анкоров, как представлены ниже, было бы очень полезным для разбавления всего анкор-листа.

Пример:

выращивание спирулины
выращиваем спирулину
где купить спирулину

Как видим, при использовании морфологических изменений слова анкоры получаются уже более естественными.

4. Синонимизация

Как и в предыдущих двух случаях, синонимы помогут разнообразить анкоры. Перед поиском по обратному индексу, поисковики переделывают запрос, вставляя нужные синонимы или сокращения. Так, если вы ищете по [аббревиатуре](#), например [кпу](#) или [imho](#), то увидите подсвеченным также текст “киевский политехнический институт” и “in my humble opinion”, соответственно.

Используйте синонимы и аббревиатуры слов в анкорах, это поможет не только разнообразить ссылки, но и разгрузить контент продвигаемой страницы, избавив его от лишнего текста при надобности.

Пример:

выращивание водоросли spirulina
где купить spirulina platensis

5. Очепятки

Использование опечаток в анкорах — хороший прием для привлечения дополнительного тематического трафика на сайт. Если опечатку вставить в текст, то читателю он может показаться безграмотным, к тому же вариантов опечаток может быть много и, чтобы не загромождать ими контент, выносите очепятки в анкоры.

Люди опечатываются в запросах не только потому, что они неграмотные, но зачастую потому, что ряд слов можно правильно написать различными способами. Например, как вы думаете, как правильно пишется название машины **фольцваген** на русском и на английском языках? :)

Пример:

где купить spirulinu
недорогое агенство недвижимости
нидвижимость москвы

6. Окружающий текст

Окружающий текст позволяет сделать ссылку более естественной, отделяя её от других ссылок в блоке. Чем длиннее окружающий текст, тем лучше для ссылки, однако многие биржи ограничивают длину до 100 символов. Ссылка без окружающего текста смотрится и воспринимается обособленной, в то время как окружающий текст может внести ей элемент тематического контекста.

Пример:

Группа управления биосинтезом микроводорослей изучает технологию **#a#выращивания водоросли spirulina platensis#/a#** в своих тайных лабораториях.

На нашем сайте вы узнаете **#a#где купить спирулину#/a#** высокого качества.

7. Естественный анкор

К естественным ссылкам относятся ссылки вида “здесь” и в виде URL. Подобные ссылки используются для [безанкорного продвижения](#), когда окружающий текст попадает в анкор-лист и влияет на результаты поиска. К тому же, естественные анкеры такого вида позволяют получить акцептору больше траста, а на форумах или в других социальных сервисах ссылка может пройти модерирование, что позволит получить “два зайца” одновременно.

Пример:

В научной статье <https://biotex.ibss.org.ua/tech/8/> рассказано о выращивании спирулины в искусственных водоемах.

О том, где купить спирулину, можно узнать **#a#здесь#/a#** по ссылке.

8. Знаки препинания

Из экспериментов известно, что при наличии в предложении определенных символов (точки, восклицательного или вопросительного знака, двоеточия) и следующего слова с заглавной буквы, Яндекс делит это предложение на два составляющих. При наличии нескольких предложений в анкоре, учитываться будет лишь первый.

Пример:

#a#ArchiCAD StarT. Поставки.#/a# Цена ниже.

В приведенном примере в анкор-лист попадет предложение ArchiCAD StarT, слово “Поставки” уже не будет учитываться, так как находится уже во втором пассаже. Если бы автор анкора поменял местами слова, то анкор не дал бы ссылочного веса на ключевое слово ArchiCAD, как, например, в этом случае:

#a#Внимание: Доставка цветов в Москве#/a#.

9. Распределение веса в анкоре

Каждому слову из текста ссылки присваивается вес (обычно, он обратно пропорционален встречаемости слова в общем индексе документов поисковика). Не стоит вдаваться в подробности этого процесса, просто при составлении анкоров не вставляйте в текст ссылки ненужные слова, которые могут перетянуть вес на себя, получая больше релевантности документу, чем остальные слова из ссылки. Но при этом и не стоит вдаваться в крайности, убирая даже союзы и предлоги, жертвуя естественностью анкора.

10. Отделение от пассажа

Многие вебмастера, размещая у себя на площадках ссылки, ставят в качестве разделителей ссылок дефис или вертикальную черту, которые не разделяют пассажи, как, например, блочные теги. Поэтому, при составлении анкоров желательно самому выделить предложение с ссылкой в отдельный пассаж. Делается это с помощью добавления предложений (слов) с разделителями слева и справа от анкора.

Пример:

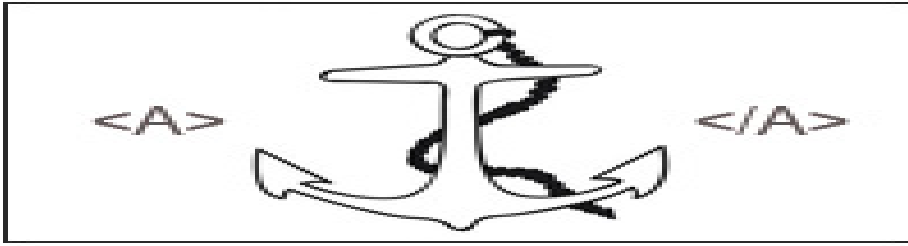
*Интересуетесь микроводорослями? Узнайте о **#а#выращивании спироулины#/а#** от специалистов-микробиологов. Подробности на сайте.*

Подобные анкоры будут наиболее эффективными и при размещении на любом из работающих доноров ссылка даст максимальный эффект. При этом старайтесь делать анкоры так, чтобы они не повторялись.

Естественно, что имеются и другие нюансы, касающиеся анкоров, но они выходят за рамки данной статьи. Этих 10-ти пунктов достаточно, чтобы улучшить ваш анкор-лист и добиться лучшей эффективности при меньших затратах.

Часть IV/6. Составляем анкоры ссылок – 5 ключевых моментов

Автор: Елена Камская (Digital Helen)



На SEO форумах и блогах тема про правильность составления ссылочных анкоров поднималась уже не раз. Обычно самые активные споры разгораются вокруг таких вопросов: стоит ли разбавлять анкоры и как это делать? какие анкоры считаются естественными? не склеиваются ли ссылки с одинаковыми анкорами и т.д. Мнений по каждому вопросу есть много. Я не буду останавливаться на каждом из них, а просто расскажу про свой подход к составлению анкоров, к которому я пришла, многократно анализируя ссылки конкурентов и экспериментируя с анкорами своих сайтов. Сейчас такой подход отлично работает и, я думаю, будет работать еще долго.

Итак, составляя анкоры ссылок, я руководствуюсь следующими принципами.

1. Необходимо учитывать особенности всего семантического ядра в целом.

Если страница, для продвижения которой составляются анкоры, раскручивается по нескольким фразам, то более частотные и конкурентные фразы должны встречаться в анкорах чаще, чем СЧ и НЧ. Порстой пример – если страница продвигается по словам “фабрика мебели” и “шатура мебель интернет магазин”, то фраза “фабрика мебели” должна встречаться в анкорах чаще, чем “шатура мебель интернет магазин”.

2. Необходимо учитывать особенности каждой ключевой фразы в отдельности.

При составлении анкоров для двусложных запросов не помешает иногда употреблять перестановку слов (“фабрика мебели” – “мебель фабрика”, “мебель шатура” – “шатура мебель”, “ремонт ноутбуков” – “ноутбуки ремонт” и т.д.). У меня, как правило, перестановка употребляется в 1/3 анкоров для каждого из двусложников.

Составляя анкоры для фраз, состоящий из 3 и более слов, саму фразу в чистом виде я вообще употребляю очень редко (не более, чем в 30% анкоров для этой фразы). Остальные анкоры я составляю чередованием слов, из которых эта фраза состоит. Например, если мне нужно составить 10 анкоров для продвижения сайта по фразе “шатура мебель интернет магазин”, эти 10 анкоров будут выглядеть приблизительно так:

1. <a>шатура мебель интернет магазин
2. <a>шатура мебель интернет магазин
3. <a>шатура мебель интернет магазин
4. <a>интернет магазин мебели шатура
5. <a>мебель шатура интернет магазин
6. <a>интернет магазин шатура
7. <a>интернет магазин мебели
8. <a>мебель шатура в интернет
9. <a>магазин мебели шатура
10. <a>магазин мебели в интернете

Это примеры в чистом виде, без употребления дополнительных слов и падежей, которые я тоже обычно использую. Только в 3 из 10 анкоров используется полноценная фраза без перестановок (1-3), в 2 из 10 фраза употребляется полностью (4-5), но с перестановками, а в 5 из 10 используется только часть фразы в

различных перестановка (6-10). Выглядит странно? Может быть, но именно такой метод помог мне сдвинуть с места сайт по трех-четырёхсложным СЧ, который топтался на 3-4 страницы более 3 месяцев. Тогда в каждом анкоре у меня полноценно употреблялся один из многословных ключевиков, и я полностью переписала более 70% анкоров приблизительно так, как указано в примере. Результат стал очевиден практически после следующего апдейта.

3. Нужно стараться делать анкоры разнообразными.

В зависимости от особенностей (частоты и конкурентности) ключевой фразы, я использую в анкорах от 30 до 60% точных вхождений. Остальное количество стараюсь разнообразить, используя следующие приёмы:

- разные падежи и числа каждого слова;
- разбавление ключевых слов другими словами;
- анкоры без употребления ключевых слов;

С падежами, я думаю, понятно. На всякий случай привожу пример:

<a>диван шатура – именительный падеж единственное число;
<a>диваны шатура – именительный падеж множественное число;
<a>диванов шатура – родительный падеж множественной
<a>диваном шатура – творительный падеж единственное число;

Ну и так далее.

С разбавлением немного сложнее. Исходя из предположения, что самое “слабое” (читай – редкоупотребляемое в языке и в интернете) слово забирает на себя наибольший вес, я стараюсь не употреблять для разбавления редкие слова. Как узнать, какое слово употребляется реже, а какое – чаще? В качестве косвенного показателя можно использовать статистику wordstat.yandex.ru – ВЧ слова можно считать более употребляемыми, чем СЧ и НЧ, и использовать их для разбавления.

В качестве анкоров без ключевых слов я, как правило, использую URL сайта, название компании, а также такие распространенные для этой цели фразы, как “тут”, “здесь”, “сюда”, “источник” и т.д.

4. Нужно стараться делать анкоры естественными

Бред в анкорах, возможно, и не несет никакого вреда для ранжирования и работает точно также, как и нормальные анкоры, но я всеравно стараюсь делать анкоры человекочитабельными и естественными по максимуму. Конечно, это дополнительная трата времени, но я все-таки придерживаюсь этого принципа. Сделать анкоры максимально естественными помогает окружной текст:

Вы будете удивлены качеством <a>диванов шатура, которые продаются в нашем магазине.

5. Нужно учитывать существующие анкоры.

Если сайт продвигался еще до вас, значит, он уже имеет какие-то внешние ссылки, тексты которых вы врятли сможете поменять. Значит, их нужно учитывать при создании новых текстов. Например, если в существующих ссылках используется преимущественно точное вхождение – нужно делать больше ссылок с разбавленными анкорами, если же большинство анкоров уже разбавленные – нужно делать упор на точное вхождение.

Что еще? Если я незнакома с тематикой и сомневаюсь по поводу того, как правильно составлять анкоры – я смотрю ссылки конкурентов, и это помогает мне определиться.

Глава V. Сервисы по анализу и получению ссылок

В этой главе обсуждаются всевозможные сервисы, помогающие проанализировать получение внешних ссылок, а также грамотное их использование.

Часть V/1. Лучшие SEO сервисы

Автор: SevaB

Недавно на форуме [проводился конкурс](#) на составление списка самых нужных и интересных сервисов для оптимизаторов.

Собственно вот что получилось:

SEO инструменты

| | |
|---|--|
| seobuilding.ru Бесплатные SEO сервисы | - Бесплатные SEO-инструменты, такие как плотность ключевых слов, сравнение страниц и проверка обратных ссылок, проверка скорости загрузки сайта и многое другое. |
| webconfs | - 21 SEO tools под бурж нет |
| RDS | - анализ страниц сайта на уровень вложенности, наличие внешних ссылок, проиндексированности в поисковиках, pr и других важных параметров. полезный плагин для многих браузеров (удобный инструмент для быстрого анализа SEO показателей сайта и страницы, рассчитанный на вебмастеров и оптимизаторов.). |
| www.dinews.ru/seo | - онлайн-сервис для анализа продвижения сайта. Быстрый анализ многих seo-параметров сайта. |
| www.pr-cy.ru | - множество инструментов для вебмастеров, таких как анализ сайта, контента, проверка титл, пр, словарь синонимов, генератор уникальных фраз, форум, вопросы и ответы, купля-продажа сайтов |
| www.cy-pr.com | - информеры pr и титл для сайтов, анализ сайта, whois, антиспам, css оптимизатор. В общем целая куча инструментов без которых ни один уважающий себя вебмастер не проживет. |
| smartreports.ru | - ещё одна система веб-анализа. Есть тепловая карта кликов, интересная штукавина, может помочь в улучшении юзабилити сайта. |
|  text.miratools.ru/ | - оценка тошноты страницы, количество ключевиков на странице, в title, в тегах strong, h1-h6. |
| SitePosition | - сервис определения позиций сайтов в поисковых системах и рейтингах. |
| seolib | - анализ сайта и поисковый аудит. |
| stroim | - выделение ключевых слов из текста. |
| Link Checker | - проверка валидности кода. |
| xtool | - сервис проверки траста в яндексе. |
| SEOGadget | - набор бесплатных инструментов. |
| Анализаторы | - анализатор качества поиска 8 поисковиков от Ашманова, анализатор апдейтов. |
| http://xseo.in/ | - полезный ресурс для проверки титл и пр(по датацентрам), индексации сайта, whois, склейки сайта, проверка исходящих |

| | | |
|--|---|---|
| | | ссылок, их валидности, проверка серверов, прокси и много других, не менее полезных сервисов. |
|  | http://istio.com/ | - онлайн анализ текстов и сайтов на уникальность, поиск копий с помощью Яндекса и Yahoo. В анализе текста выдает топ-10 слов, тошноту и словарь. |
| | http://separser.ru/ | - анализ выдачи поисковиков Гугла и Яндекса, статистика поисковых запросов и анализ сайта конкурентов. |
| | seumka.ru | - мониторинг положения сайта в поисковых системах. |
| | seo.bigli.ru | - код сайта глазами робота, определение плотности ключевых слов на странице. |
| | seop.ru/services | - на данном ресурсе собраны всевозможные seo-утилиты. |
| | SEO LinkTracker | - подсчёт внешних ссылок на странице, вычисление веса ссылок. |
| | solomono | - полная информация по ссылкам для любого сайта. |
| | backlinkwatch | - англоязычный сервис проверки обратных ссылок по Yahoo, показывает анкор, все исходящие ссылки со страницы, PR и атрибут nofollow у ссылающихся сайтов. |
| | promopark | - набор полезных мини-сервисов для решения популярных повседневных задач оптимизаторов (мониторинг показателей сайта, изменения выдачи поисковых систем (апдейтов), частотность запросов и др.). |
| | allpositions | - Мониторинг и анализ позиций сайта в поисковых системах. Что порадовало: можно выбрать российские, украинские или белорусские поисковики. Также показывает частотность для проверяемых запросов. |
| | http://www.cssoptimiser.com/ | - оптимизация css кода, уборка из него лишних пробелов и как следствие - ускорение загрузки сайта. Что полезно отразится на продвижении в Гугле. |
| | http://seo2web.ru/ | -генератор ошибок и опечаток. инструмент для формирования списка опечаток и неправильного написания для сервисов Яндекс.Директ, GoogleAdWords и Бегун, также для регистрации доменных имен с ошибкой. |
| | http://www.my-seotools.ru/ | - набор seo инструментов: Анализ ссылок сайта, Анализ обратных ссылок, проверка PR и ТИЦ. Для зарегистрированных пользователей доступно больше инструментов. |
| | http://ping-admin.ru/free_test/ | - проверка доступности сайта из различных точек мира, показывает время загрузки, ip сервера сайта и скорость загрузки страницы для разных скоростей интернета. |
| | http://www.tekto.biz/sick/ns.php | -оценка плотности ключевых слов, морфологический анализ текста. |
| | http://yatop1.com/ | - система мониторинга позиций в ПС |
| | http://bertal.ru/ | -сервис проверки HTTP заголовков сайта, просмотр HTML кода страниц. |
















| | |
|---|--|
| http://www.mypagerank.net/ | - англоязычный сервис для определения Page Rank |
| http://lr.seo-master.net/ | -анализ эффективности ссылки с заданной страницы. |
| http://www.seogenerator.ru/ | - генератор анкоров, текстов, названий. Есть также синонимайзер. Все онлайн. |
| http://ru.semrush.com/ | - мощный инструмент для поиска, анализа и подбора ключевых слов |
| http://www.rus-forum.com/ | -этот инструмент пытается определить будущее значение Google PageRank, т.е. сумму значимости адреса. Эта оценка не должна рассматриваться в качестве обязательного факта, поэтому использовать данный сетевой инструмент следует в качестве развлечения. |
| http://www.statun.com/ | -ещё один инструмент для сбора и анализа статистики веб-сайтов. |
| http://www.seoanalizator.ru/ | - сервис анализа сайтов. |
| http://seorank.com.ua/ | - анализ основных параметров сайта и его пузомерок, проверка склейки и внешних ссылок. |
| http://www.kass.ws/2008/01/09/besplatnyiy-skript-po-podboru-klyuchevyih-slov/ | - Бесплатный скрипт по подбору ключевых слов. |

SEO Сервисы

| | |
|---|--|
| procopywrite | - сервис подсчета вхождений ключевых слов в текст. |
| http://forumstat.ru/auth.php | - сервис сбора статистики с форумов phpBB, IPB, vBulletin, SMF. |
| wordstat | - статистика запросов в Яндексе. |
| promopark | - оповещения об апдейтах ПС на СМС. Удобная штука, если Вы в оффлайне, а хотите быть в курсе последних изменений. Услуга платная. |
| pastukhov | - Базы ключевых слов Пастухова. Базы ключевых слов, поисковых запросов Google, Яндекс, Rambler. Платно. |
| twite | - сервис для продвижения сайта в твиттере. |
| virustotal | - сервис проверки сайта на вирусы. |
| alexa | - мощный и авторитетный инструмент для комплексной оценки сайта по нескольким параметрам - трафик, просмотры страниц, входящие ссылки, поисковые запросы и т.д. |
| liveinternet | - рейтинг и статистика посещений сайта. |
| Подбор ключевых слов | - классный поиск кейвордов от Гугла. Получаем данные о самих ключевиках, оценку конкурентности, количество показов в месяц для всего мира и для заданного региона. Функционал гораздо более удобный, чем аналогичный от Яндекса. |
| http://forummap.ru/ | - онлайн генератор карты sitemap для форумов. |


| | |
|--|---|
| uhuhu.ru | - автоматическая регистрация в каталогах. |
| Генератор Sitemap | - Генератор карты сайта для поисковых систем, RSS-генератор. |
| siteexplorer | - подсчет количества бэков по yahoo. |
| FeedBurner | - позволяет создать свой фид(рассылку из rss ленты) и экспортировать ссылки на последние новости сайта в Twitter и Facebook. Это помогает материалам моментально влетать в индекс. |
| http://seobudget.ru/ | - удобный сервис для поискового продвижения и раскрутки сайтов (оценка бюджетов, проверка позиций и обратных ссылок, апдейты Яндекса и другие инструменты). |
| http://www.bposter.net/ | - автоматическое добавление Ваших ссылок в соцзакладки. По принципу действия схожа с Жукладчиком, но все действие происходит в окне браузера. |
| subscribe.ru | - незаменимый инструмент для тех, кто хочет создать свою рассылку на е-мэйл и быстро поделиться с многими людьми полезной информацией. Почти 150 000 читателей, я думаю каждый найдет себе целевую аудиторию среди них. |
| http://www.copyscape.com/ | - англоязычный мощный онлайн-инструмент для поиска копий страниц в интернете. |
| 1ps.ru | - регистрация в 13 000 каталогах рунета, отличная репутация, проверенная временем. Правда сейчас сервис потерял былую актуальность, но для наращивания ссылочной массы подойдет на 100%. Имеет статус сертифицированного агентства Яндекса. |
| Page Speed | - дополнение для браузеров FireFox и Chrome. Без нее не представляется работа с хтмл-кодом, очень мощный инструмент для его редактирования в визуальном режиме, можно сразу изменить часть сайта и посмотреть конечный результат. Имеется модуль для проверки скорости загрузки сайта и рекомендации по ее улучшению. |
| http://www.seoquake.com/ | - полезное расширение для Mozilla Firefox, предназначенное в первую очередь, для веб-мастеров, имеющих дело с поисковой оптимизацией и раскруткой интернет - ресурсов. |
| плагин Винка | для оперы, не такой опциональный, как для мозиллы но все же. |
| Правильные апдейты Яндекса | - апдейты текстового индекса Яндекса. Один из самых шустрых сервисов. Есть график изменения выдачи по дням. |
| плагин Винка | для Firefox, расширяющий возможности фильтрации новых заявок и контроля уже купленных ссылок в интерфейсе бирж SAPE и Uniplace. Суперская вещь. |
| webmaster.yandex.ru | - панель вебмастера. После добавления сайта можно узнать много-много о своём сайте (сколько страниц в индексе, проблемы индексации, сколько сайтов ссылается и т.д.). |
| Инструменты Google для вебмастеров | - Очень удобная панель от гугла, позволяет получить множество полезной информации о своем сайте - поисковые запросы, обратные ссылки, ключевые слова, предложения хтмл и др. |
| www.bing.com/toolbox/webmasters/ | - панель вебмастеров от Bing, для анализа поисковых запросов и |

| | | |
|--|---|--|
| | | позиций в этой системе. Кстати принадлежит она мелкософту. |
| | www.google.com/analytics | - панель от Гугла: система веб-аналитики, анализа данных по трафику. |
| | articletop.ru | - бесплатная обновляемая база каталогов статей. Сайты, которые есть в системе - размещают Ваши статьи бесплатно, некоторые и без обратной ссылки, их ТИЦ от 0 до 600. |
|  | http://hotlog.ru/ | - счётчик и статистика посещаемости сайта. |
| | http://webvisor.ru/ | - продвинутый сервис для юзабилити-тестирования сайта, оценки действий посетителей на сайте, оптимизации размещения контента. Карты активности посетителей, запись их действий на сайте, есть даже услуга исследований движений взгляда. |
| | http://extheme.ru | -сервис по определению тематики сайтов, страниц и текстов. |
| | http://tcy.in/ | -поиск зеркал сайта. |
| | http://pmetrics.performancing.com/ | - сайт статистики, интересен тем, что в режиме реального времени вы можете наблюдать как пользователи переходят по вашим страничкам из какого региона. |
| | http://www.synonymizer.ru/ | - при написании статей на сайт, а особенно при насыщении их ключевиками часто не хватает слов. Вот отличный словарь синонимов, который поможет легче справиться с написанием текста. |
| | http://vface.controlstyle.ru/ | -сервис по оценке стоимости ссылки с главной или внутренней страницы сайта. |
|  | http://pingweb.ru/ | -сервис круглосуточного мониторинга сайтов. При недоступности сайта моментально отправляется смс-сообщение к Вам на телефон и письмо на e-mail. |
|  | http://www.addsearch.ru/ | - автоматизированный веб-сервис, позволяющий добавить страницы сайта в индекс поисковых систем Яндекс, Google и Mail. |
| | http://teh.ru/ | -данный сервис проверяет, передают ли ссылки вес. |
| | http://direct.yandex.ru/ | -сервис определения частоты запросов по Яндексу. |
| | http://serpparser.ru/ | - мониторинг позиций сайта в ПС. |
| | http://www.generatorssilok.ru/ | -генерирует ссылки для Sape, FatLink и в HTML-виде. Правда, для большей чистоты, необходимо затем перебрать полученные анкоры. |
| | http://blogaster.ru/ | - проверка размещенных ссылок(через sape или другие биржи) на их наличие, продвижение сайта в серпе. |
| | http://supplemental.name/ | -проверяем качество сайта по мнению Google. |
| | http://host-tracker.com/ | - мониторинг сайтов на доступность. Ежедневные, еженедельные, месячные, квартальные, годовые отчеты по электронной почте. Есть free версия. |
| | http://cy-history.info/ | -история изменени тИЦ. |
| | http://www.8nog.com/counter/index.php?ifs | -сервис подсчёта количества знаков и слов в тексте. |

| | | |
|--|--|---|
|  | http://www.be1.ru/services/stat/ | -сервис для комплексного анализа сайта (ТИЦ, PR, счётчики, мета-данные, ссылки на сайт, noindex-nofollow, оценка текста на странице и др.). |
|  | http://seo2web.ru/ | - генератор ошибок в ключевых словах, пригодится тем, кто делает сайты под запросы с опечатками или ошибками. |
|  | http://www.textprom.ru/ | - написание статей (seo, текстов для сайтов, книг и научных работ) и рекламных текстов на заказ. |
|  |  http://cheaptop.ru/ | - предоставляют услуги регистрации в каталогах статей и сайтов, сабмит в сервисы соц-закладок, ссылки с блогов и профилей на форумах. |
|  | http://mainspy.ru/ | -предлагает набор интересных сервисов: определение позиции сайта, seo-анализ, проверка ссылок, проверка ответа сервера, перевод в транслит, подсчёт символов в тексте и др. |
|  | http://www.newox.ru/free_base.php | -бесплатные базы ключевых слов. Последнее обновление от 08.2009 года, но кеев всё равно много. |
|  | http://do-follow.ru/ | - сервис поиска дофоллоу блогов, прекрасно подойдет для тех, кто хочет увеличить ссылочную массу своему сайту |
|  | http://www.elama.ru/ | вся контекстная реклама в Интернет в одном месте. Это система, которая позволяет централизованно управлять рекламными кампаниями в основных системах контекстной рекламы. |
|  | http://lpbase.biz/ | - база исключительно белых каталогов. После покупки примерно 1 раз в месяц бесплатное обновление. |
|  | http://copylancer.ru/ | - постоянно расширяющийся набор сервисов и служб, призванный удовлетворить все ваши потребности в уникальном контенте. |
|  |  http://sloger.net | информационный ресурс для SEO-шников и не только. |
|  | http://www.seonews.ru/ | новости SEO, SEO-аналитика, мастер классы, вебинары и т.д. |
|  | http://www.gasaw.com/pantera | -размещение вашей информации на досках объявлений. |
|  | http://letusindex.com/ | - ускорение индексации страниц сайтов. |
|  | http://webmarketinglist.ru/ | - бесплатная библиотека интернет маркетинга, имеется куча статей по тематике интернет-коммерции , электронные книги, обучающие курсы и многое другое. |
|  | http://optimisation.ru/ | - Поисковая оптимизация и продвижение сайтов в Интернете. Статьи и конференции по поисковому маркетингу. |
| | http://www.tineye.com | -проверка уникальности картинок. |
| | http://www.keeplinks.ru | -сервис проверки ссылок, купленных в Блогуне. |
| | http://tools.hod.ru | -определение вхождения слов и фраз в текст, генератор вариантов текста. |
| | http://www.prodavatel.ru | -система автоматической проверки ссылок, размещенных через систему Блогун. |
| | http://xap.ru/ | -международный он-лайн сервис, предоставляющий полный спектр услуг по аутсорсингу для специалистов по интернет- |


| | | |
|--|---|---|
| | | маркетингу и продвижению сайтов. Так позиционируют себя сами владельцы. |
| | http://mordaha.ru/ | -система обмена трафиком, ссылками и статьями. |
| | http://freelink.ru/ | - Постоянно новые сайты с индексируемыми ссылочками и хорошим пузом. |
| | http://www.megaindex.tv/ | - телевидение об интернет-маркетинге |

SEO Форумы


| | | |
|--|---|--|
| | SeoBuilding SEO форум | - SEO-форум, где Вам обязательно помогут решить Ваши проблемы, проанализируют сайт бесплатно, помогут ценным советом. |
| | seoshnik | - Сайт о Поисковой Оптимизации в сети Интернет. |
| | www.nulled.cc | - очень толковый форум. , где общаются нормальные спецы. Кстати, на нулде есть ещё много чего интересного. |
| | www.maultalk.com/ | - один из крупнейших сео-форумов Рунета. Там можно найти ответы на миллионы вопросов по поисковой оптимизации, задать свой вопрос. |
| | www.seocafe.info | - сео-форум о поисковой оптимизации, множество людей там общаются. |
| | http://www.promoforum.ru/ | -форум о раскрутке сайта, поисковых системах и рекламе в интернете. |
|  | http://www.weblogalyzer.biz/forum/ | -Форум программ AllSubmitter и Advantage Web Log Analyzer. Раскрутка и статистика сайтов. Не официальная поддержка пользователей. |
| | http://www.ua-seo.com/ | - украинский форум о продвижении сайта и поисковой оптимизации. |
| | http://submitter.ru/ | -регистрация в русскоязычных каталогах и рейтингах. |
| | searchengines.ru | - Один из первых SEO форумов. |

Учебники по поисковой оптимизации

| | | |
|--|---|---|
| | SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я | - Бесплатный учебник, справочник и энциклопедия по поисковой оптимизации. Совместный труд лучших SEO блогеров и оптимизаторов Рунета. |
| | htmlbook.ru | - свойства html и css тегов, огромный справочник по ним. Самоучитель html и css, есть даже css3. Сайт-находка для новичков в освоении языков.К seo имеет косвенное отношение, но все же правильная верстка важна. |
| | Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах | - Книга Игоря Ашманова и Андрея Иванова. |
| | seobook | - еще один seo-учебник. В нем все расписано от простого - истории возникновения поисковых систем до сложного - особенностей их работы и |









| | | |
|--|---|--|
| | | ранжирования. |
| | GoogleWebmasterHelp | - подборка видеоматериалов по поисковой оптимизации от Google, переводчик на русский язык - Михаил Шакин. |
| | http://www.cybermarketing.ru/ | - бесплатные семинары по продвижению сайтов от CyberMarketing.ru при поддержке SeoPult и Sape. |
|  | http://www.seoschool.ru/ | Школа поисковой оптимизации -Авторские переводы публикаций специалистов в области поискового маркетинга и поисковой оптимизации. |

Сервисы по продвижению сайтов




| | | |
|--|--|---|
| | ROOKEE | - система автоматизированного продвижения сайтов. |
| | WebEffector | - Система автоматического продвижения сайтов. |
| | SeoPult.ru | - сервис автоматического продвижения сайтов. Автоматическая закупка ссылок, с которой админы имеют всего 10%. Оценка стоимости продвижения и генерация анкоров на высоком уровне. |
| | Sape.ru | - легендарная "сапа" с помощью которой огромное количество людей зарабатывают и продвигают сайты. Самая первая биржа ссылок в Рунете, работает очень давно и проверена не одной тысячей, а то и десятками тысяч людей. |
| | LinkFeed.ru | - Аналог Sape - (а многие называют ее полной копией)здесь тоже можно разместить ссылки и статьи. Доступна проверка проиндексированности ссылок, подбор релевантных страниц по заданным ключевым словам, в общем весь стандартный набор. |
| | MainLink.ru | - очередная биржа ссылок, в работе с 2005 года. Обещают удобный интерфейс, ручной и автоматический режим работы, отзывчивую техподдержку. Количество отзывов(положительных) очень впечатлило. |
|  | TrustLink.ru | - биржа ссылок.во-первых, там нет нулевых сайтов, минимальный ТИЦ=10. Безопасность сайта-донора, удобство работы, безупречная репутация - вот что обещают нам трастлинковцы. В партнерах у них крупнейшие seo-конторы, одна из них seopult.ru, поэтому 60% ссылок обещают выкупать через 2 недели после регистрации. |
| | www.setlinks.ru | - еще одна биржа ссылок-статей, основной плюс для вебмастеров - мгновенный вывод денег(от 35 руб). Для оптимизаторов - бесплатное определение позиций в поисковых системах по заданному вопросу, продвижение не только в Яндекс и гугле, но еще в Рамблере и Yahoo, Alexa Rank. Имеется свой набор seo-инструментов, среди которых анализ сайта, сравнение конкурентов, ключевые слова конкурентов, массовая проверка ТИЦ и рг. |
|  | www.miralinks.ru | - это система размещения статей на качественных ресурсах навсегда. |
| | www.gogetlinks.net | - Биржа вечных ссылок. тут есть еще и вечные обзоры - те же статьи. Преимущества - ссылка/обзор размещается навсегда, не надо каждый месяц ее оплачивать, как в Sape. немногим более 6000 сайтов - но из них 25% в Яке и Дмозе. |
| | getgoodlinks.ru | - биржа вечных ссылок под google, можно размещать вечные статьи, обзоры и ссылки-картинки. Причем написание обзоров можно заказать там же. |

| | | |
|--|---|--|
| | www.liex.ru | - ещё одна система размещения статей. Но, в отличии от www.miralinks.ru часто в этой системе принимаются не очень качественные площадки и статьи. |
| | Advego | - биржа статей, здесь можно купить готовый контент на свой сайт или заказать его. Присутствуют полезные примочки такие как: анализ текстов, проверка орфографии. А программой Advego Plagiatus можно проверить уникальность текста, что очень нужно, вдруг Вам продали не уникальную работу. |
|  | SeoTXT | - сервис для работы с контентом сайта (анализ страниц, генератор, оптимизатор). Там ещё и seo-копирайтинг. |
| | blogun.ru | - крупнейший в рунете организатор рекламных кампаний. Реклама в блогах (постовые, обзоры). |
| | www.rotaban.ru | - эффективный инструмент размещения рекламы различных форматов на блогах. |
| | rotapost | - сервис, похожий на Блогун. Эффективная реклама в блогах. |
| | MegaIndex | - система автоматизации продвижения и мощные средства анализа сайтов и поисковых алгоритмов. |
| | http://uniplace.ru/ | - биржа ссылок. |
| | Mapemomo | - Продвижение в Интернете с оплатой за результат. |
| | kazapa | - биржа быстрых рекламных ссылок. Постоянная проверка размещения ссылок на сайтах вебмастеров, размещение ссылок вручную, в систему принимаются любые сайты. |
| | uniplace | - еще одна биржа ссылок, малоизвестная. Положительных отзывов нашел много. |
|  | linktolink | - биржа обмена ссылками, покупка и продажа ссылок, определение SEO параметров. |
| | http://www.seozavr.ru/ | - биржа купли продажи ссылок, имеется возможность размещать статьи. |
| | http://www.buypost.ru/ | - покупка ссылок в блогах и новостных сайта, очень быстрое их размещение |
| | http://ankors.ru/ | -биржа анкоров. |
| | http://www.megaindex.ru/ | - система автоматизации продвижения сайта, включает в себя анализ сайта, проверку позиций, покупку ссылок в автоматическом режиме, отслеживание динамики продвижения |
| | http://seoreg.ru/ | -регистрация в каталогах и размещение статей. |
| | http://web-support.ru/ | -регистрация в каталогах и поисковых системах. |
| | http://beagent.ru/ | -ещё один проект Блогуна. Организация рекламных кампаний в социальных сетях. |
|  | http://www.wm-monitor.ru | - мониторинг рекламных брокеров, бирж ссылок и статей, партнёрских программ. |
| | http://drivelink.ru/ | -веб сервис, который позволяет автоматически осуществлять проверку и покупку ссылок в Sape, MainLink, LinkFeed, Setlinks. |
|  | http://www.miralinks.ru/ | - система размещения статей |
|  | http://free.miralinks.ru/ | - каталог сайтов для бесплатного размещения статей и пресс-релизов |

SEO Блоги

| | | |
|--|---|--|
|  | SEO WIKI | - Одна из самых полных SEO энциклопедий рунета. |
|  | Блог Глобатора | - блог Михаила Шакина, пожалуй один из самых лучших SEO блогов. Интересно и полезно. В качестве бонуса: после каждого поста прикольный ролик. |
|  | dofollow.vbond.kiev.ua | - список dofollow блогов, с возможностью оставить свою ссылку с нужным анкором. Реально можно повысить ТИЦ и pr, просто очень много затрат ручной работы и пузомерки получаются дороговатые. |
|  | ktonanovenkogo | - очень полезный блог для новичков, описано создание сайта популярных smc с нуля и его дальнейшее продвижение собственными силами. Есть уроки вёрстки сайта html и css, вёрстки форума на smf (как наш), примеры заработка на сайте и многое другое. |
|  | devaka | - отличный SEO блог. |
|  | seowit | - блог довольно известного спеца в seo - Алексея Скорнякова. Там можно найти теоретические и практические статьи по вопросам касательно внешней и внутренней оптимизации и продвижения сайта. |
|  | seom.info | - блог Александра Люстика (MyOST). Интересные материалы по продвижению и оптимизации сайтов, много seo-софта. |
|  | http://www.terehoff.com | - Блог от Алексея Терехова - о продвижении сайтов и блогов, их монетизации, имеются разделы о заработке, о разных хитростях с WordPress и подкасты - аудиозаписи-интервью с блоггерами. |
|  | http://blog.dimok.ru/ | - блог от Димка, одного из популярных seo-шников рунета. Имеется информация о продвижении сайтов, поисковых системах, интервью, подкасты, книги и заметки. |
|  | http://www.workinseo.ru/ | - блог о seo и не только о нем, а еще помощь новичку, работа с биржами ссылок и контекстной рекламой. |
|  | http://blograte.ru/category/id/1/ | - Все SEO блоги в одном месте, по рейтингам. |

Программы для оптимизаторов

| | | |
|--|-------------------------------|--|
|  | site-reporter | - Бесплатная программа site-reporter. Программа определяет параметры сайта, позиции в поисковых системах и многое-многое другое. |
|  | CS Yazzle | - Программа для раскрутки и продвижения сайтов. Программа платная, но с очень большими возможностями (комплексный анализ конкуренции Вашего сайта, стоимости вывода в ТОП по ключевым словам и др. |
|  | Allsubmitter | - Легендарная программа, ее и описывать даже не надо. Прогоны по каталогам, куча инструментов и полезностей, анализатор бирж ссылок, подбор ключевых слов, html оптимизатор и валидатор - и это еще далеко не все возможности программы. |

| | | |
|--|--|--|
| | <u>XRumer</u> | - еще одна легендарная и действенная программа для продвижения. В чем суть - раскидывает огромное количество ссылок по гостевых, форумам и т.д. Т.е фактически - это спам, но спам с неплохим эффектом, обратные ссылки после прогона растут как грибы после дождя. |
| | <u>CS Sape Master</u> | - ещё один инструмент для работы с сапой. Можно заюзать демо-версию и оценить работу программы, прежде чем купить. Функционал программы огромен, экономится время для тех, кто активно закупается. |
| | <u>Site-Auditor</u> | - бесплатная(как мало их в наше время) программа с неслабым набором функций: проверка позиций в Яндексе, Гугле и Рамблере по заданным словам, экспресс-анализ сайта - проиндексированные страницы, обратные ссылки, пузомерки. Программа видит счетчики основных систем статистики. показывает график загрузки страницы - что медленнее грузится, как исправить. |
| | <u>Жукладочник</u> | - программа для постинга в соцзакладки из Вашего RSS потока для быстрой индексации материалов на сайте поисковыми роботами. Все происходит автоматически, довольно хорошая софтинка. |
|  | <u>Словоёб</u> | - Прога для анализа ключевых слов. |
| | <u>Semonitor</u> | - программа для оптимизаторов, дает возможность проверять сайт по позициям, ищет площадки для обмена ссылками, подбор ключевых фраз, индексация сайта и многое другое. |
| | <u>pagepromoter</u> | - прекрасная программа для продвижения сайта. |
| | <u>YADD</u> | - программка для массово добавления страниц а аддурилку Яндекса. Страницы с купленными ссылками, страницы каталогов после прогона по ним или свой список новых сайтов - для быстрой индексации, существенно облегчает ручной труд. |
| | <u>SMILE SEO Tools</u> | - По принципу действия слабо отличается от аллсабмиттера, но в цене в 2.5 раз меньше. |
| | <u>Add2Board</u> | - программа, которая рассылает Ваши объявления по доскам объявлений, которых в базе более 2000. Поможет существенно увеличить ссылочную массу + привести покупателей. |
| | <u>DCFinder</u> | - проверка уникальности текста. |
| | <u>http://sitepumper.ru/</u> | - сервис добавления сайтов в индекс поисковых систем |
| | <u>http://www.smushit.com/ysmush.it/</u> | - сервис для оптимизации изображений от Yahoo. Ужимает картинка без потери на качества, чем существенно помогает быстрой загрузке сайта. |
| | <u>http://www.promo-soft.ru</u> | -ресурс предлагает несколько полезных программ для продвижения сайта. Регистрация сайта в каталогах, |

| | | |
|--|---|---|
| | | досках и т.д. |
| | http://www.interascope.ru/downloads.html | -предлагают нам несколько полезных программ. "TextOBRAZ 1" -seo блокнот для непростых задач оптимизатора, "огуречный LINKOSCOPE 1 и 2" - проверка внутренней перелинковки сайта, "E&#38;#039;RIDA 2" -программа для комплексного анализа сайта. |
| | http://www.seogenerator.ru/download/ | -генератор анкоров, текстов и названий. |
|  | http://www.weblogalyzer.biz/rus/weblogalyzer.html | -профессиональная программа для сбора и анализа статистики сайта. |
| | http://sespider.ru/ | -программа для определения позиций сайта. |
| | http://slybyte.com/ | - SE Watcher программа проверки позиций сайтов во многих ПС. |
| | http://inserp.ru/ | - программа Inserp Analytics. Ее функционал - сео-анализ поисковых запросов, анализ своего сайта: позиции, запросы и др. |
| | http://byan.ru/ | -Программа Баян поможет с минимальными усилиями проверить большое количество сайтов на бан в Яндексе, увидеть более детально (в индексе, бан, запрет в robots.txt), добавить сайты в ПС (аддурилка). |
| | http://www.fastblogfinder.com/ | -платная программа, которая в автоматическом режиме ищет Dofollow-блоги с целью получения бесплатных бэклинков. |
| | http://www.generating-the-web.com/generating-the-web.shtml | -десктопная программа, предназначенная для автоматической генерации неповторяющихся анкоров для ссылок. |
| | http://www.cleverstat.com/ru/page-rank-software.htm | PaRaMeter -это бесплатная программа для проверки Google PageRank и отслеживания его изменений. |
| | http://myallsubmitter.ru/seolinkgenerator/ | - дополнение к всемирно любимому Allsubmitter, основная цель которого - улучшение отдачи от регистрации в каталогах за счет автоматического размещения этих самых ссылок на своем сайте (как и у 1ps) |
| | http://linkaudit.com.ua | -программа LinkAudit. Предназначена для упрощения ведения учёта купленных и проданных рекламных мест на сайтах. Платная (40\$ за 2 клиентских рабочих места). |
| | http://monkeywrite.ru/ | - программа для размножения статей. Можно скачать бесплатно и протестировать 2 недели, потом просит ключ. |
| | http://knightword.ru/ | -платная программа для размножения контента и синонимайза. |
| | http://zenolab.com/ru/products/zennoposter/features/ | - программа для автоматизации seo-задач, таких как регистрация фрихостов, аккаунтов в соцсетях, профилей форумов, почтовых ящиков, постинг на |

| | | |
|--|---|--|
| | | форумы и блоги и т.д. |
| | http://www.linking-the-web.com/linking-the-web.shtml | -десктопная программа для автоматического мониторингирования купленных вручную и обменных обратных ссылок. |

Добавить сервисы к этому списку вы можете на странице ниже:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/seo_servisy_seo_instrumenty_i_seo_utility/konkurs_poleznye_seo_resursy_interneta/

Часть V/2. Биржи ссылок

Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)

Биржа ссылок - это сервис, предоставляющий возможность вебмастерам продать ссылки со своего сайта или блога, а оптимизаторам купить эти самые ссылки. Биржи ссылок являются на текущий момент одним из самых популярных инструментов для продвижения сайтов и блогов. В тоже время, биржи ссылок очень популярны как средство монетизации сайтов и блогов, а отдельных сайтах являются основным способом заработка.

Русскоязычные биржи ссылок

Основные биржи:

1. <http://sape.ru/>
2. <http://mainlink.ru/>
3. <http://www.xap.ru/>
4. <http://www.linkfeed.ru/>
5. <http://www.fatlink.ru/>
6. <http://www.setlinks.ru/>

Сравнительная таблица по основным биржам:

| Биржа | Сайтов | Страниц |
|-------------|---------|------------|
| sape.ru | 170 078 | 53 135 859 |
| mainlink.ru | 75 955 | 30 806 381 |
| xap.ru | | 42 799 464 |
| linkfeed.ru | 24 654 | 9 304 553 |
| fatlink.ru | | 48 419 |
| setlinks.ru | 22 448 | 6 531 865 |

Прочие:

1. <http://www.prospero.ru/>
2. <http://www.getlinks.ru/>
3. <http://www.propage.ru/>
4. <http://www.linksbank.ru/>
5. <http://www.adtime.ru/>
6. <http://www.clx.ru/>
7. <http://www.spacelinks.ru/>
8. <http://m-links.ru/>
9. <http://www.buylinks.biz/>
10. <http://www.indexx.ru/>
11. <http://seozavr.ru/>
12. <http://www.liex.ru/>
13. <http://www.seolin.ru/>
14. <http://miralinks.ru/>
15. <http://uniplace.ru/>

Англоязычные биржи ссылок

1. <http://www.text-link-ads.com/>

2. <http://www.textlinkbrokers.com/>
3. <http://www.linkworth.com/>
4. <http://www.LinkHaul.com>
5. <http://www.LinkAdage.com>
6. <http://www.BackLinks.com>
7. <http://www.livecustomer.com/>
8. <http://www.linkworth.com/>
9. <http://www.link-vault.com/>
10. <http://www.receiveivlinks.com/>
11. <http://www.dclickads.com/>

Кроме того, если национальные биржи. Например, **немецкие**:

1. <http://www.linklift.de/>
2. <http://www.text-links-mieten.de/>
3. <http://www.teliad.de/>
4. <http://www.linkadage.com/>
5. <http://www.linkbuy.de/>

Часть V/3. Купить трастовые ссылки теперь просто

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

При [продвижении сайта](#) очень важно на него что бы ссылались авторитетные сайты, с отличным весом.



Например, что бы этот сайт был в основных каталогах как [Dmoz](#) и ЯК (Яндекс каталог), если это новостной сайт что бы он транслировался в [Гугл](#) новости и [Яндекс](#) новости и так дальше.

На хороших трастовых сайтах отличная индексация ссылок, и поисковые системы на ура учитывают с них ссылки на продвигаемые сайты. Если коротко и ясно, то речь сегодня пойдет о сервисе [PR.sape.ru](#).

Немного о сервисе:

В нем можно размещать [ссылки](#) в новых новостях в [СМИ](#) или новостных сайтах. Ссылки размещаются навсегда, а не арендуются, что есть большой плюс.

Список площадок, размещающих ссылки в новостях

| Название | Стоимость, руб. | Титц | PR | Каталоги, Агрегаторы | Регион |
|----------------------------------|-----------------|-------|----|--------------------------|------------------|
| kharkov.ua → | 4 277,78 | 7 700 | 6 | Yasa Ян, Gn, Нов | Страны СНГ |
| crimea.ua → | 452,22 | 4 700 | 5 | Yasa Dmoz Ян, Gn | Москва и область |
| mignews.com → | 977,78 | 4 300 | 4 | Yasa Dmoz Ян, Gn, Нов | |
| vokrugsveta.ru → | 1 833,33 | 3 800 | 4 | Yasa Dmoz Ян, Gn, Нов | Москва и область |
| vvv.ru → | 1 222,22 | 3 500 | 3 | Yasa Dmoz Ян | Россия |
| versii.com → | 3 788,89 | 3 300 | 7 | Yasa Dmoz Ян, Gn | Страны СНГ |
| rsci.ru → | 1 222,22 | 3 300 | 6 | Yasa | |
| annews.ru → | 2 444,44 | 3 200 | 5 | Yasa Dmoz Ян, Gn, Нов | Москва и область |

Как мы видим, есть авторитетные площадки по заоблачным ценам, например больше 4000 рублей за ссылку. Но если посмотреть на скрин, то можно чуток меньше показателей найти за 300-500 рублей.

Таких [ссылок](#) много не нужно при продвижении, точнее бюджет получится сильно раздутым и он не оправдает вложения в ближайшем будущем.

Но если хорошо поискать, то есть много площадок по приемлемым ценам (100-200 рублей) и с отличными показателями.

Для разбавления ссылочной массы при продвижении сайта самое оно. По практике скажу, что 5-10% ссылочного бюджета можно потратить на ссылки в [СМИ и новостных сайтах](#).

Так же в сервисе достаточно много тематических площадок, например по авто, по туризму и так дальше.

Часть V/4. Выбор качественных площадок для размещения ссылок

Автор: Сергей Сосновский

Сегодня пост будет о **выборе сайтов для размещения ссылок** на свои ресурсы и проекты. Главные вопросы поста: “На каких площадках предпочтительнее покупать ссылки для продвижения его в поисковых системах?”, “Какие критерии использовать в оценке?”.



Не секрет, что в последнее время “вечные ссылки” стали на порядок эффективнее арендуемых. Стали набирать популярность такие сервисы, как [gogetlinks](#) и [miralinks](#), о которых я не раз упоминал у себя в блоге. Со статейной биржей даже проводил эксперимент с [1000 носетумелей до 2000](#) за 3 месяца.

С развитием этих систем, стали также распространяться сайты, которые созданы специально под них. Да и в принципе проблема поиска и выбора качественной площадки для размещения ссылок всегда стояла перед оптимизаторами и вебмастерами, которые продвигают свои проекты. Ниже я постараюсь все структурно описать.

Индексация

Года 4 назад, когда я узнавал о [seo](#) от умных дядек, то они постоянно говорили об индексации. Тогда я не понимал, что на самом деле это один из важных показателей, который характеризует качество площадки. Если сайт **полно и быстро индексируется**, то значит, что он импонирует поисковым системам. С большой долей вероятности можно сказать, что и ссылки с такой площадки будут работать хорошо. В идеале новые материалы должны попадать в индекс поисковиков за сутки (если речь идет о яндексе, то контент “съедается” быстроботом).

Если говорить о моем блоге, то новые материалы на нем примерно за такой период и индексируются. Также важно, чтобы страницы уверенно “сидели” в индексе и периодически не вылетали из него. При выборе площадки для размещения ссылок стоит сравнить **количество проиндексированных страниц в Яндексе и Google**. Если значение различается в более, чем 2 раза (при грамотной настройке robots.txt), то это первый сигнал к тому, чтобы задуматься о размещении.

Вот скриншоты RDS бара блога и некоторых сайтов, которые говорят о нормальной индексации (? – это ошибка парсинга).

| | | |
|--|---|---|
| Проиндексировано Индекс Я стр: 8 апр Индекс G стр: ? Индекс Я: 658 Индекс G.ru: 812 (55%) Индекс R: 603 Индекс Y: 781 Индекс Bing: 426 | Проиндексировано Индекс Я стр: Да, без кеша Индекс G стр: ? Индекс Я: 659 Индекс G.ru: 796 (66%) Индекс R: 587 Индекс Y: 500 Индекс Bing: 467 | Проиндексировано Индекс Я стр: 11 апр Индекс G стр: ? Индекс Я: 595 Индекс G.ru: 703 (64%) Индекс R: 532 Индекс Y: 340 Индекс Bing: 412 |
|--|---|---|

Еще 2 момента:

- **Визуальное соотношение** количества страниц на сайте и проиндексированных поисковиками. Иногда попадаются сайты, на которых должно быть не меньше 1000 страниц, а в индексе на самом деле всего 200-300, хотя ресурс не новый. Это зачастую говорит о том, что поисковым системам он не нравится.
- Количество страниц, находящихся в [дополнительном индексе Google](#). Точнее говоря, если в основном индексе меньше 40-50% страниц, то это говорит, либо о неправильном robots.txt, либо о низком качестве контента. Если у вас так, то возможно вам будет полезен материал про [вывод страниц из копий google](#) (именно так называют дополнительный индекс).

Тематичность

Сейчас все еще существуют 2 лагеря оптимизаторов: одни говорят, что при подсчете веса ссылки не учитывается тематика площадки, другие считают, что учитывается. На мой взгляд, если, например, [Megaindex](#) может автоматически категоризировать ресурсы по тематикам, то гигантам поисковой индустрии это не составить большого труда. Почему бы поисковикам не увеличивать эффективность ссылки, которая стоит на смежном проекте? По-моему логично 😊. Я лично предпочитаю в первую очередь покупать линки с тематичных сайтов.

Региональность

Региональная выдача развивается с каждым месяцем. Сейчас уже не только в Яндексе, но и в Google. Через некоторое время пользователи по геоадресам [поисковым запросам](#) будут попадать только на “домашние” ресурсы. Также уверен, что вес ссылок с проектов, имеющих такой же регион, что и продвигаемый сайт, будет только увеличиваться.

“Живость”

О ней я уже говорил в посте про [продвижение статьями в системе miralinks](#). Если сайт способен привлекать интерес не только у поисковых машин, но еще и у пользователей, то это также идет ему в плюс. Что может говорить о “живости” проекта? Это комментарии, дискуссии, большое количество ответов на опросы и так далее. То есть если на сайте есть так называемое комьюнити, то это хорошо 😊. Поисковиков иногда можно обмануть, а вот пользователей вряд ли удастся. Сюда бы я отнес и количество упоминаний в соцсетях, которое с распространением социальных кнопок и счетчиков, можно легко отследить.

Пузомерки

Внешние [показатели сайта](#) также оказывают влияние на впечатление, которое складывается при оценке сайта на его качество. Зачастую очень сильное. Чем выше показатели ([ТИЦ](#), посещаемость, [pagerank](#)) площадки, тем лучше. Но здесь нужно брать во внимание и соотношение этих показателей. Представьте, например, ресурс, который имеет ТИЦ 300 и 10-20 ежесуточных посетителей. У меня бы он вызвал

большие подозрения. То есть тут, как и в случае с индексацией должно быть все в “гармонии” 🤖. Также можно оценить поведенческие факторы, которые доступны из открытых источников статистики. Сюда же отнесу и наличие сайта в авторитетных каталогах: DMOZ и Яндекс-каталог. Если он там есть, то это плюс. Но не стоит гнаться за ссылками только с ресурсов, которые там описаны. Это лишь один из многих факторов в оценке проекта.

Подводя итог, можно сказать, что самая **идеальная площадка для размещения ссылки** – это региональный тематический ресурс, лидер в своей отрасли, находящийся в авторитетных каталогах DMOZ, Яндекса, имеющий хорошую посещаемость (1000 посетителей в сутки и выше), индексацию, постоянно обновляющийся контент, аудиторию и адекватные “пузомерки”.

Часть V/5. Сапа. Советы новичкам

[ixpander](#)

ixpander:

Расскажите кто-нибудь поподробнее как зарабатывать на сапе?

Есть у меня сайт ПР2 тиц10.

У гугл 400 проиндексированных страниц

У яндекса 3500.

Всего страниц 3500 (из них 3000 на английском [учебники])

Страниц с пр2 и пр1 штук 40 (все русские).

Русские страницы о спорте, английские о программировании.

Сколько можно заработать в месяц с такого сайта?

Кто есть поопытнее, дайте подробные инструкции плиз.

Cyandpr:

Регаете акк на сапе добавляете сайт, по инструкции, ждете индексации, ставите цены и размещаете. Вот только с англоязычными как то не то по-моему, но если страницы на английском языке есть в индексе Яндекса, то можно размещать без проблем. О русскоязычных страницах вообще молчу, тем более с ПР1 и ПР2, расхватают и моргнуть не успеете.

По поводу оценки заработка такого сайта сложно сказать, в зависимости от цен и раскупаемости ссылок.

И вот что интересно, почему в Google так мало страниц в индексе, ведь сайт в основном на английском?

Контент уник?

Chiliee:

Этим страницам ставьте цену в 3-4 раза выше средней цены по системе.

Анализируйте ссылки [плагином Wink'a](#), не желательно использовать длинные анкеры, ссылки на нерелевантные страницы. Самое главное - нельзя ставить ссылки на сайты в бане яндекса, возможны санкции вплоть до исключения из индекса.

seoman:

Самое главное, когда начнете работать с сапой, после регистрации она запросит ваши паспортные данные. Потом вам с ними по обычной почте надо будет обменяться бумажными договорами. Иначе без договора вы не сможете выводить деньги из системы. Помимо этого если вы из России:

Цитата: "В этом случае помимо вознаграждения обслуживающего Вас агента и лицензионного вознаграждения ООО «Сапе» (суммарно 10% от дохода), будет дополнительно удерживаться 13% Вашего дохода на уплату налога на доходы физических лиц и 24% для компенсации возникающих в связи с исполнением агентского поручения расходов агента."

Chiliee:

Сапа, имхо, самая лучшая биржа. Нету там никаких заморочек, просто при регистрации выбирайте "Я не являюсь гражданином Российской Федерации..." и все 😊 Многие так сидят пока доходы не превышают 20к рублей, потом октрывают ИП и честно платят налоги 😊

Можете еще [Trustlink.ru](#) попробовать (новая биржа от Сеопульт-а)

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

Часть V/6. Сервисы покупки постовых и контекстных ссылок

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

если у вас возникают вопросы: **Как купить постовой? Где купить постовой? Где купить ссылки навсегда? Где купить контекстные ссылки?**



Данный пост о том, где можно найти любые ссылки для [продвижения сайта](#), а именно сервисы на которых можно их приобрести.

Итак, приступим:

[Rotapost](#) – из всех сервисов про которые я вам сегодня расскажу он самый молодой, но функционал лично для меня тут самый удобный, и количество блогов растет ежедневно.

В данной системе можно прикупить много постовых, по вашим правилам на нормальных блогах. Для начала прочитайте про [эффективную покупку постовых в Ротапост](#), а так же [отчет после 1-го месяца пользования этим сервисом](#). Я уже пользуюсь этим сервисом и очень доволен, так как блогов стало на порядок больше, процент нормальный блогов тоже отличный, и прикупил постовых там я уже больше 650.

[Gogetlinks](#) – отличный сервис для получения контекстных ссылок навсегда и постовых на продвигаемый сайт. Его в кругах вебмастеров и оптимизаторов знают больше всего. Изначально сам сервис был заточен под [поисковую систему Яндекс](#). Система отличная, блогов и сайтов больше чем в Ротапосте.

Им я пользуюсь, потому что в нем можно купить постовые и купить контекстные ссылки с многих тематических ресурсов разных тематик, которых нет в других сервисах.

[Blogun](#) – это самый первый сервис покупки постовых в блогах, им я пользовался и прикупил там не мало ссылок на сайты, но по сравнению с новыми сервисами, функционал и удобство использованием тут страдает. Тем не менее, те кто привыкли прикупать постовые в данном сервисе 2 года назад, до сих пор очень активно им пользуются.

[Getgoodlinks](#) – это аналог Gogetlinks, только заточенная под [поисковую систему Google](#). Система развивается неплохо, и например если вы хотите продвигать сайты под англоязычный сегмент, то тут можно найти площадки. Пока выбор не большой, но есть все перспективы роста.

А так же если вы, например, продвигаете сайт только под Google, то тут есть неплохие сайты под контекстные ссылки и постовые.

[Pr.sape](#) – это сервис от самой крупной биржи ссылок, в помощью его вы можете разместить контекстные ссылки в СМИ сайтах, причем не только в старых статьях а и в новых. Тут получается **двойная выгода**:

- ссылки моментально входит в индекс и передает вес
- можно получить трафик со статьи на продвигаемый сайт

Если нужны инвайты в PR.sape.ru – напишите на почту, есть пару инвайтов.

Я пользуюсь всеми перечисленными сервисами для получения ссылок на продвигаемые сайты. Скоро будет обзоры по Pr.sape и Getgoodlinks. Думаю после этого обзора купить постовые и купить контекстные ссылки навсегда будет легче.

Часть V/7. Сервисы определения ссылочного бюджета

Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)

Приветствую Вас, уважаемые, читатели. В блоге blog.dimok.ru есть мой гостевой пост, где я занимаюсь ведением seo.blog.seoadd.ru. Вы не знаете об этом блоге - [подпишитесь на RRS](#). Вашему вниманию хочу представить пост на тему “Сервисы определения ссылочного бюджета”.

На сегодняшний день проблема правильной оценки ссылочного бюджета у многих оптимизаторов и SEO компаний стоит остро. Давайте начнем немного с истории.

Какие способы определения ссылочного бюджета были раньше?

Один из вариантов.

Когда работали операторы anchor и link в поисковой системе yandex.ru и непом - фильтр не был дифференцируемым. Надо было собрать обратные ссылки на конкурентов из Топа и посмотреть показатели PR и тИЦ этих доноров, и определить среднюю стоимость ссылок с этими показателями. В результате получаем сумму, которую нам необходимо будет потратить на покупку ссылок.

Пример такого запроса:

anchor#link=”www.seoadd.ru”[seo]

Второй из вариантов.

Заходим в сервис wordstat.yandex.ru, вводим запрос и смотрим количество показов в месяц по этому запросу. Один показ стоил один рубль, данную стоимость выставляли клиенту.

Как определять ссылочный бюджет сегодня?

На сегодняшний день стоимость зависит от самого сайта, его возраста, количества естественных ссылок и качества этих ссылок, количества страниц у сайта с уникальными текстами, позициях сайта по запросам и от прочих параметров, говорящих о качестве сайта. При оценке бюджета обязательно обращайте внимание на параметры сайта.

На рынке SEO существует много сервисов, позволяющих определить ссылочный бюджет как платно, так и бесплатно. Я разделил сервисы на несколько групп:

1. Сервисы автоматического продвижения, которые основаны на создании обратного индекса бирж ссылок и добавил к ним своих формул и параметров:
 - a. seopult.ru;
 - b. rookee.ru;
 - c. webeffector.ru;
 - d. MegaIndex.ru -данные не подтверждены, что сервис работает таким образом.
1. Сервисы, собирающие обратные ссылки из поисковых систем, в которых эта возможность доступна:
 - a. seobudget.ru;
 - b. SEOLib.ru.
1. Сервисы, позволяющие создать собственную формулу. Например, основываясь на данных из direct.yandex.ru и wordstat.yandex.ru.

- a. direct.yandex.ru;
- b. wordstat.yandex.ru;
- c. adstat.rambler.ru
- d. **begun.ru**
- e. AdSense.google.com
- f. adwords.google.com
- g. siteexplorer.search.yahoo.com

Коротко об исследовании

Я решил проверить 7 запросов в различных сервисах и сравнить результаты. Запросы, которые я взял:

- пластиковые окна (п. о.);
- раскрутка сайтов (р. с.);
- офисная мебель (о. м.);
- авиабилеты (а.);
- столешницы (с.);
- двери из массива (д. из м.);
- пресс формы (п. ф.).

Сервисы для оценки бюджета:

- - seopult.ru
- webeffector.ru
- rookee.ru
- MegaIndex.ru
- seobudget.ru
- SEOLib.ru
- direct.yandex.ru
- siteexplorer.search.yahoo.com

| Сервис / ключевой запрос | п. о. | р. с. | о. м. | а. | с. | д. из м. | п. ф. |
|--|-----------|-----------|----------|-----------|----------|----------|---------|
| seopult.ru | 20 700р. | 61 200р. | 20 700р. | 25 200р. | 7 380р. | 783р. | 1 800р. |
| webeffector.ru | 71 055р. | 56 205р. | 31 950р. | 14 805р. | 7 020р. | 1 350р. | 1 080р. |
| rookee.ru | 25 733р. | 37 808р. | 52 786р. | 43 411р. | 3 294р. | 976р. | 913р. |
| MegaIndex.ru | 127 926р. | 38 394р. | 4 147р. | 142 110р. | 26 064р. | 5 094р. | 3 420р. |
| seobudget.ru | 6 280р. | 28 500р. | 26 487р. | 18 510р. | 6 646р. | 1 670р. | 2 965р. |
| SEOLib.ru | 13 301р. | 51 758р. | 21 444р. | 10 084р. | 4 601р. | 5 783р. | 4 698р. |
| direct.yandex.ru | 241 441р. | 8 630р. | 58 540р. | 22 720р. | 5 136р. | 1 744р. | 544р. |
| siteexplorer.yahoo.com | 20 646р. | 600 236р. | 25 028р. | 34 275р. | 4 673р. | 10 878р. | 1 017р. |
| моя стоимость | 40 000р. | 30 000р. | 30 000р. | 20 000р. | 8 000р. | 1 500р. | 1 300р. |

Дачные, которые были получены мной, можно будет увидеть в ближайшее время.

В сервисах seopult.ru, rookee.ru, webeffector.ru, megaIndex.ru берем значение, выставляемое сервисом.

В сервисе seobudget.ru я собирал обратные ссылки на конкурентов из Топы 1,2,3,4,5. и высчитал среднее арифметическое значение.

Ссылочный бюджет в seobudget.ru = (Топ1 + Топ2 + Топ3 + Топ4 + Топ5)/5

В SEOLib.ru собирал обратные ссылки на конкурентов из Топы 1,2,3,4,5,10. и высчитал среднее арифметическое значение.

Ссылочный бюджет в SEOLib.ru = (Топ1 + Топ2 + Топ3 + Топ4 + Топ5 + Топ10)/6

В сервисе direct.yandex.ru в разделе “Оценка месячного бюджета рекламной кампании” взял значение из столбца “Прогноз бюджета, у.е.*” напротив “гарантированные показы” и разделил на три, тем самым получил ссылочный бюджет.

В siteexplorer.search.yahoo.com взял значение с количеством обратных ссылок на каждый сайт из Топ 10. Высчитал среднее арифметическое количества ссылок по запросу и умножал на 5. Естественно, расчет был бы значительно точнее, если бы я посмотрел PR и ТИЦ всех доноров, выставил им среднюю цену.

В каждом сервисе есть плюсы и минусы

| Сервис | завшает в max раз | занижает в min раз | скорость оценки | стоимость |
|--|-------------------|--------------------|-----------------|-----------|
| seopult.ru | 2 | 0,5 | быстро | бесплатно |
| webeffector.ru | 1,9 | 0,7 | быстро | бесплатно |
| rookee.ru | 2,2 | 0,4 | быстро | бесплатно |
| MegaIndex.ru | 7,1 | 0,1 | быстро | бесплатно |
| seobudget.ru | 2,3 | 0,2 | долго | платно |
| SEOLib.ru | 3,9 | 0,3 | долго | платно |
| direct.yandex.ru | 6 | 0,3 | быстро | бесплатно |
| siteexplorer.yahoo.com | 20 | 0,5 | быстро | бесплатно |

Начнем с первой группы

Плюсы:

- Seopult.ru.
 - Можно посмотреть, сколько денег тратит каждый из конкурентов на ссылки в бирже ссылок.
 - Можно посмотреть ссылки конкурентов.
- Rookee.ru.
 - Самая большая база ссылок.
- budget.webeffector.ru.
 - Сделали отдельный сервис для оценки бюджета budget.webeffector.ru.

Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которых нет в биржах ссылок.
- webeffector.ru.
 - В сервисе стоит ограничение на ввод слов за одну итерацию максимум 10 слов.
 - Надо вводить капчу.
- rookee.ru.
 - Нельзя копировать стоимости слов.
 - Кодировка в экспорте неправильная.

Перейдем к сервисам второй группы

Плюсы:

- Если оценивать конкурентов, на которых стоит не более 1000 ссылок, точность будет высокая.
- Можно посмотреть, сколько денег тратит каждый из конкурентов на ссылки.
- Получаем данные для аналитики, анкеры, PR, ТИЦ, кол-во внешних ссылок и т. д.

Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которые закрыты от индексации поисковых систем, показывающие обратные ссылки.
- Ограничения по сбору до 2000 ссылок.

Сервис direct.yandex.ru

Плюсы:

- Принцип работы основан на спросе в Директе.
- Альтернативный вариант оценки.

Минусы:

- Если по данному запросу нет конкуренции в Директе, то данные будут занижены, или наоборот.
- Слова сортируются в алфавитном порядке.

Сервис siteexplorer.search.yahoo.com

Минусы:

- Не учитываются ссылки с ресурсов, которые закрыты от индексации в поисковой системе yahoo.com.
- Учитывает ссылки с другими ключевыми словами.

Подведем итоги

На сегодняшний день существуют несколько сервисов, позволяющих определить ссылочные бюджеты для продвижения сайта. У каждого из них есть свои плюсы и минусы. Каким пользоваться - выбирать Вам самим. Лично я иногда пользуюсь сервисами seopult.ru, budget.webeffector.ru, seobudget.ru и direct.yandex.ru. Спасибо большое за публикацию моего поста Димку.

Глава VI. Индексация сайта

В главе рассматриваются способы индексации ресурсов и методы ускорения попадания в базы данных поисковых систем.

Часть VI/1. Среднее время индексации

[Автор: belthazor](#)

belthazor:

Добрый вечер всем, вообще я около двух недель назад увлекся темой сайтостроения, создал сайт на джумле и залил его где то 3 дня назад. Вроде бы придерживался советов из разных источников по внутренней оптимизации, хотелось знать примерное время индексации и повлияет ли как то на ускорение индексации если буду размещать ссылки на свой сайт на сайтах с высокой посещаемостью? Вы все люди опытные, помогите советом) Заранее благодарен за ответ.

Brabus:

добавьте сайт в яндекс вебмастер, в панель управления гугл, прогоните по закладкам, ссылки с посещаемых сайтов это отлично, только помните, что аудиторию того сайта должно заинтересовать Ваше предложение (ссылка). В совокупности это обязательно поможет.

belthazor:

Если не трудно объясните что за закладки и по каким лучше проганять

Chiliec:

Загляните в тему [продвижение социальными закладками](#). 😊

dlanego:

Подскажите, пожалуйста, какая индексация займет меньше времени?

1. Создаю сайт из 20 страниц (если этого, конечно, достаточно для попадания в индекс яндекса. Есть тут минимум?), отдаю на индексацию и потом постепенно добавляю на сайт страницы, которые уже индексируются по мере приходов роботов.
2. Сначала полностью наполняю сайт основным содержимым (ну, 1000 страниц, например) и только после этого отправляю на индексацию.

Sevab:

Про 1000 страниц не понятно. Если это будет копипаст, то без разницы. Хоть так хоть так может не проиндексировать.

Создавайте сайт и постепенно наполняйте. Сделайте карту сайта. После изменений обновляйте ее. Пропишите в роботсе путь к карте.

Прогоните сайт по соц. закладкам. Получите несколько ссылок со сторонних сайтов. Это ускорит индексацию.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

Часть VI/2. Часто задаваемые вопросы по индексации страниц сайта

[Автор: Delorean](#)

Delorean:

В связи с большим количеством вопросов по индексации, решил создать **FAQ** – вопросы и ответы, надеюсь, он будет полезен тем, кто собирается задать свой вопрос. В этом ФАКе рассматриваем индексацию двух наиболее популярных систем – **google** и **yandex**

Что такое индексация?

Индексация - это обход поисковыми роботами интернет страниц и добавление их (страниц) в свою базу для последующей обработки, систематизации и вывода в результатах поиска.

Каков механизм индексации?

Механизм прост. Поисковой робот находит ссылку на ваш сайт, или на отдельную страницу, в интернете. Переходит по этой ссылке и начинает загружать страницы себе в базу. Робот будет переходить по ссылкам на вашем сайте и таким образом обойдет их все. Если страница или целый сайт недоступен, робот не будет задерживаться и пойдет дальше.

Как добавить мой сайт на индексацию?

Для индексации сайта, достаточно разместить ссылку на ваш сайт на уже проиндексированном ресурсе. Но, стоит добавить сайт, непосредственно в аддурилки (панель добавления новых сайтов) поисковых систем -

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

<http://www.google.ru/addurl/?continue=/addurl>

Что такое робот поисковой системы?

Робот (англ. crawler) хранит список URL, которые он может проиндексировать, и регулярно выкачивает соответствующие им документы. Если при анализе документа робот обнаруживает новую ссылку, он добавляет ее в свой список. Таким образом, любой документ или сайт, на который есть ссылки, может быть найден роботом, а значит, и поиском Яндекса.

Какие бывают индексирующие роботы

В Яндексе есть несколько видов роботов, которые выполняют разные функции. Например, есть робот, который индексирует rss-ленту для поиска по блогам. Или робот, который индексирует только картинки. Самый важный — основной индексирующий робот, функция которого — поиск и индексирование информации для формирования базы основного поиска.

В помощь основному есть быстрый робот — он предназначен для оперативного индексирования свежей, актуальной на данный момент информации. Если среди проиндексированных страниц своего сайта вы видите две копии какого-либо документа — скорее всего это означает, что помимо основного робота документ также был проиндексирован и быстрым роботом.

Взято из хелпа яндекса - <http://help.yandex.ru/webmaster/?id=995324>

С более полным списком роботов ПС и тем, как они представляются в логах можно ознакомиться тут -

<http://www.tengy.ru/bot.html>

Каково среднее время индексации сайта?

Время индексации сайта может варьироваться от нескольких часов, до нескольких недель и даже месяцев, тут все зависит от вас и вашего ресурса.

Как ускорить процесс индексации?

Для ускорения процесса индексации, нужно добавить свои ссылки в социальные закладки, которые любят ПС (поисковые системы) Приведу несколько наиболее любимых закладок у ПС:

<http://memori.ru/>

<http://zakladki.yandex.ru/>

<http://bobrdobr.ru/>

<https://www.google.com/bookmarks/>

<http://www.delicious.com/>

Другие закладки, можно посмотреть, например, [ТУТ](#)

Так же добавьте свой сайт в панели веб мастера ПС

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

<http://www.google.ru/webmasters/>

Позже они вам пригодятся не только для индексации, но и для анализа.

Влияет ли качество хостинга на скорость индексации?

Да влияет, если ваш хостинг работает с перебоями и ваш сайт часто не работает, либо имеет длительное время отклика, то роботы ПС не смогут проиндексировать ваш сайт во время его недоступности. А это увеличивает время индексации сайта. Будьте внимательны и следите за постоянной доступностью сайта, ведь неизвестно, когда к вам заглянет робот.

Влияет ли имя домена на качество индексации?

Вопрос спорный, но лучше не извращаться и присваивать своим сайтам понятные и не сильно длинные имена.

Что такое Ап выдачи или когда ждать результатов индексации?

Ап - апгрейд, это обновление чего либо, в данном случае – это обновление результатов выдачи. После обработки загруженных роботом страниц при индексации, они появляются в поиске. Так вот, при каждом апе происходит обновления списка поисковой выдачи, списка ранжирования сайтов. У Яндекса такой ап происходит в определенные дни 1-2 раза в неделю. А другие дни поиск не обновляется. У гугла наоборот, ап происходит постоянно и в любое время ваши страницы могут быть проиндексированы и добавлены в поиск.

Что такое ЧПУ?

ЧеловекоПонятный урл, то есть ссылки вида - http://www.seobuilding.ru/seo-forum/indeksaciya_saita/ -

удобные для восприятия человеком. Эти ссылки помогают сайтам занимать более высокие места в поисковой выдаче, за счет дополнительного ключа в адресе страницы.

Страницы были проиндексированы, но я поменял контент и дизайн?

Ничего страшного, со временем, все страницы в поиске обновятся на новые, но у яндекса это может затянуться на несколько месяцев, с гуглом должно быть быстрее.

Почему поисковые системы не индексируют страницы сайта?

Тут несколько вариантов:

Flash и Java ссылки

Запрет в Robots.txt

Слишком большое количество ссылок на странице

Бан сайта поисковыми системами

Запрет в мета-тегах

Вход на страницы через заполнение форм

Неуникальный контент

Что такое карта сайта и для чего она нужна?

Карта сайта (Sitemap) – это содержание нашего сайта, аналогично содержанию любой книги. В файле карты представлены все разделы и материалы сайта. И служит карта для быстрого и полного индексирования сайта, а так же для удобства навигации пользователей. Для разных CMS (систем управления сайтом) существуют разные карты сайта, например на WordPress существуют специальные плагины для простоты создания.

Подробнее о создании карты -

<http://htmlweb.ru/analiz/sitemap.php>

Как настроить robots.txt?

Robots.txt — специализированный файл, с его помощью мы ограничиваем доступ поисковым роботам к тому или другому разделу сайта. Любой поисковой робот сначала прочитает Robots.txt, а только потом начнет индексировать страницы сайта.

Так же с помощью файла robots.txt можно ограничить индексацию сайта, однако некоторые недобросовестные боты могут игнорировать наличие этого файла.

Тема довольно обширная, поэтому более подробно о robots.txt советую прочесть по этим ссылкам –

<http://ktonanovenkogo.ru/seo/uluchshaem-indeksaciyu-sajta-poiskovikami-robots-txt-dlya-joomla-smf-wordpress-chast-2.html>

<http://www.stasv.ru/articles/robotstxt/>

Как узнать когда был поисковой робот на моем сайте?

Можно посмотреть логи, если робот был на сайте, там это будет зафиксировано, как представляются роботы ПС смотрите тут - <http://www.tengy.ru/bot.html>

А можно пойти, на мой взгляд, по более простому пути, а именно, добавить свой сайт в панель вебмастера ПС

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

<http://www.google.ru/webmasters/>

Что такое ранжирование?

Это процесс выстраивания найденных по запросу пользователя страниц в порядке наибольшего соответствия искомому запросу.

Как попасть в топ по поисковой выдаче?

Очень обширный вопрос, это исследует и изучает такое понятие как **SEO**. Ответ на этот вопрос – это комплекс мероприятий направленных на поисковую оптимизацию. На это влияет большой ряд факторов. Этому посвящено множество тем на этом форуме.

Что такое бан и за что его можно получить?

Своими словами на этот вопрос ответить не получится, потому как ПС банят за определенные провинности и для раскрытия этого вопроса обратимся к статье взятой из блога

<http://www.cavablog.pp.ua/seo/ban-sajta-ot-yandeksa-i-google/>

Бан сайта – выброс сайта из индекса поисковой системы и невозможность добавления сайта в индекс ПС.

Давайте разберемся, с помощью, каких действий можно попасть в бан.

Я собрал “данные правила” в виде тезисов.

За что можно получить бан от Яндекса

- 1.Клоакинг (подмена содержимого сайта при обращении к ней ПС и пользователя);
 - 2.Высокая плотность ключевых слов (больше чем 7%);
 - 3.Большое количество исходящих ссылок;
 - 4.Низкий процент уникальности контента на сайте;
 - 5.Бессмысленный текст (генерируется в автоматическом режиме);
 - 6.Скрытый текст (текст, который совпадает с цветом фона);
 - 7.Большое количество рекламы;
 - 8.Участие сайта в линкфарме;
- Выше были приведены основные правила, по которым происходит бан сайта от Яндекса.

За что можно получить бан от Google

- 1.Чужой контент;
 - 2.Скрытый текст (белый текст на белом фоне довольно популярное явление);
 - 3.Частое использование ключевиков;
 - 4.Участие в линкфарме;
 - 5.Клоакинг;
 - 6.Исходящие ссылки в большом количестве;
 - 7.Распространение вирусов с вашего домена;
 - 8.Спам с домена;
- Только что привел основные “правила”, следуя которым можно получить бан сайта от яндекса и google. Разделение на бан от яндекса и google очень условное.

Вы же понимаете, что это два топовых поисковика в *RUS* и *UA*.

Примечание*

Линкфармы – сайты или группы сайтов, интенсивно ссылающиеся друг на друга

Что такое фильтры и какими они бывают?

Фильтры – это определенные алгоритмы, которые направлены на удаление из поиска ненужных страниц, хлама. Фильтром достаточно много, каждый я тут описывать не буду, а приведу лишь их названия, а описания уже прочтете по ссылкам.

Фильтры Яндекса:

Непот-фильтр
Редирект фильтр
Фильтр плотности ключевых слов
Фильтр «Ты последний»
АГС-30 и АГС-17
Аффилирование

Фильтры Google:

"Песочница" (sandbox)
Фильтр "Дополнительные результаты"
Фильтр Bombing
Фильтр Bowling
Фильтр "Возраст домена"
Фильтр "Дублирующийся контент"
Фильтр -30
Фильтр "Опущенные результаты"
Фильтр "Социтирование"
Фильтр "Links"
Фильтр "Много ссылок сразу"
Фильтр "Чрезмерная оптимизация"
Фильтр "Битые ссылки"
Общий фильтр "Степень доверия" (Google Trust Rank)

Подробнее о фильтрах можно прочесть тут -

<http://tytto.ru/Ссылки/2009-09-24-07-55-43.html>

<http://dlepro.com/310-filtry-ps-yandeks-i-google.html>

Так же интересный видео семинар по фильтрам -

<http://rutube.ru/track/2573947.html?v=da0c25e363a81642bfeb53b3082aefa5>

Что делать если ничего не помогает и мой сайт не индексируется Яндексом?

Если вы все перепробовали и прошло уже достаточно времени, а ваш сайт так и не появился в поисковой выдаче Яндекса, остается одно – писать письмо Платону Щукину -

<http://feedback.yandex.ru/?from=webmaster> Подробно опишите суть вашей проблемы и вам в скором времени ответят и расскажут ваши дальнейшие действия.

Кто такой Платон Щукин?

Это очень хороший вопрос и конкретного ответа на него нет, многие считают что это команда саппорта яндекса, кто-то говорит, что это один человек. Прочтите вот эту статью - <http://www.terehoff.com/platot-schukin-living-person.html> может что-то проясниться для вас.

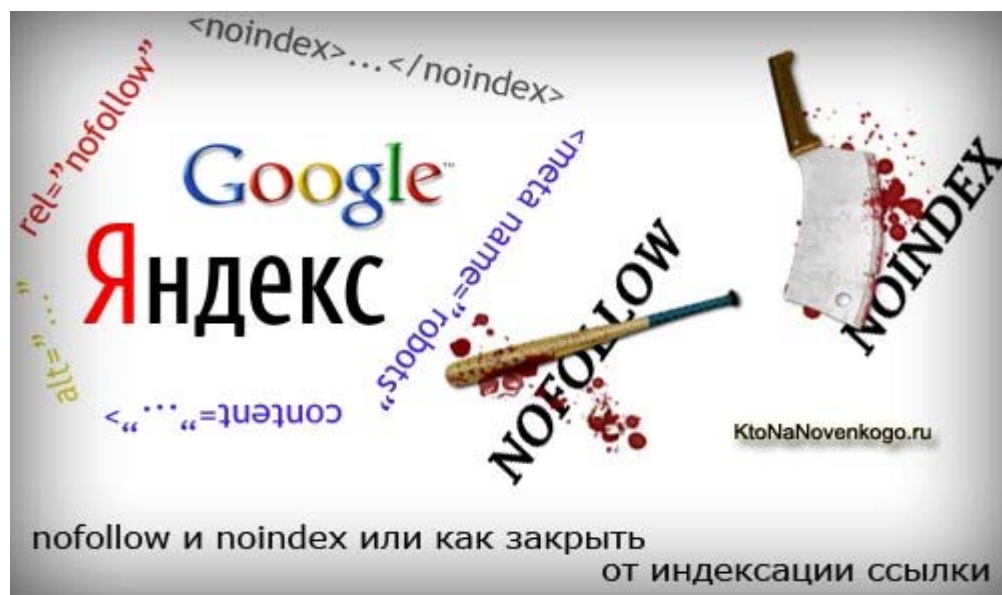
Если вы не нашли в этом сборнике ответ на ваш вопрос, пишите, с удовольствием ответим и добавим его сюда.

Подробнее эту тему вы можете [почитать на форуме](#).

Часть VI/3. Nofollow и noindex или как закрыть от индексации ссылки и не потерять статический вес

Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo

Сегодня я хочу затронуть проблему понимания того, можно ли сейчас использовать **теги nofollow и noindex** для того, чтобы закрыть ссылку от индексации поисковыми системами, ибо за последние полгода, или год произошло кардинальное изменение алгоритма работы как тега noindex, так и тега nofollow.



Проблема здесь заключается в том, что Google изменил принцип расчета статического веса при использовании тега nofollow (вообще-то, nofollow не является тегом как таковым, но для упрощения я его буду называть именно так, дабы не вносить дополнительный сумбур в терминологию) и изменение это давно и горячо обсуждается на разных тематических форумах по продвижению и оптимизации сайтов.

Да и Яндекс тоже не отстал от своего самого большого конкурента на рынке поиска рунета и изменил свое отношение к тегу nofollow (стал его учитывать), но зато теперь тег noindex никак не влияет на учет закрытой им ссылки. Google так вообще не знает о теге noindex и, естественно, его с успехом игнорирует.

Но рассказать обо всем в двух словах это не наш метод и поэтому давайте все же **разберемся с nofollow и noindex** основательно и со всеми подробностями, ибо KtoNaNovenkogo.ru в первую очередь — блог для начинающих вебмастеров, интересы которых я обязан ставить во главу угла.

Ссылочное ранжирование и статический вес — две важные функции обратных ссылок

Поэтому я сейчас немного подпущу «воды», как выражаются некоторые господа в комментариях, и попробую на пальцах и абстрактных примерах показать, как именно работали теги nofollow и noindex до описанных выше изменений и как они работают сейчас. Ну, и попробуем понять **как закрыть от индексации ссылки** при текущем раскладе и можно ли это вообще сделать.

Да, и сразу оговорюсь, что мое мнение ни в коей мере не является абсолютной истиной, ибо оно лишь выражает мою точку зрения на данную проблему с учетом поисковыми системами тегов nofollow и noindex и, естественно, может быть ошибочным в силу различных причин. Поэтому в комментариях

приветствуется оспаривание данной теории, но все же, желательно, чтобы это было хоть немного аргументированно. Заранее спасибо всем комментаторам, ибо в споре рождается истина.

Итак, давайте сначала вернемся немного в прошлое и посмотрим, как можно было с помощью тегов nofollow и noindex закрыть от индексации ссылки (чаще всего все же пытаются закрыть от индексации внешние ссылки, ибо они способствуют утеканию статического веса с сайта, но об этом поговорим чуть позже).

Ссылки для поисковых систем выполняют сразу две основных функции, помогающих поисковикам формировать наиболее релевантную поисковую выдачу. P.S. Здесь я уже начал употреблять терминологию SEO и для того, чтобы вам было понятнее о чем идет речь, просмотрите предварительно эту публикацию — [Как продвигать сайт начинающему вебмастеру](#).

Так вот, тексты ссылок, которые называют еще анкерами, позволяют поисковым системам проводить так называемое **ссылочное ранжирование**, существенно влияющее на положение сайта в поисковой выдаче. Именно по этой причине для продвижения сайта по какому-либо поисковому запросу (особенно по [высокочастотным и среднечастотным запросам](#), ибо для продвижения по низкочастотным запросам вообще может не понадобиться покупка внешних ссылок) оптимизаторы стараются закупить как можно больше обратных ссылок с текстами (анкерами), содержащими ключевые слова из того запроса, по которому продвигается данная страница сайта.

В свое время ряд энтузиастов сделали так, что по запросу «жалкий неудачник» в Google открывался сайт тогдашнего президента Америки Джорджа Буша младшего. Что примечательно, на самом сайте вообще не встречалось данное словосочетание, но зато на этот сайт была проставлена уйма обратных ссылок с текстом (анкором) «жалкий неудачник», в результате чего вышел такой казус. Сейчас уже такой фокус не пройдет, ибо ссылочное ранжирование не имеет такого колоссального влияния на ранжирование сайта и нужно, чтобы и на самом сайте Буша встречалась эта фраза.

Но на этом роль ссылок в поисковом продвижении сайта не заканчивается, ибо все поисковики в обязательном порядке для каждой страницы каждого отдельно взятого сайта рассчитывают так называемый **статический вес**. Возможно, что разные поисковые системы рассчитывают статический вес страниц чуть по разному, но суть остается не измененной — статический вес передается странице только по ссылке и при этом не учитывается текст (анкор) этой ссылки.

Правда, любая страница (документ, как их именуют поисковики) сразу после своего появления (индексации ее поисковыми системами) имеет изначальный минимальный статический вес, который может быть неограниченно увеличен за счет входящих внешних и внутренних ссылок на эту страницу. Тут ключевым моментом является то, что **статический вес передается не только внешними ссылками**, но и внутренними.

Причем, страница (документ), ссылаясь на другие внешние или внутренние страницы, вовсе не теряет свой собственный статический вес, который целиком и полностью зависит только от количества и качества входящих на нее ссылок. Под качеством я подразумеваю собственный статический вес страниц доноров (доноры — те страницы, с которых проставлены ссылки на ваш документ, который в этом случае выступает акцептором).

Извините за многословие, но объяснять понятно и при этом кратко я не умею, ибо для этого нужен талант. Продолжим развивать нашу мысль. Помните в школе когда-то были популярны задачи про бассейн с несколькими входящими и исходящими трубами? Там еще нужно было рассчитать толи время наполнения бассейна, толи уровень воды в нем. Но не суть важно. Просто я хочу взять в качестве абстрактного примера для пушей наглядности именно такой бассейн, да не простой, а с рядом допущений.

Каждую страницу сайта можно будет представить как отдельный бассейн, в который будет подводиться вода по ряду труб разного диаметра (наши входящие внутренние и внешние ссылки из документов с разным статическим весом), а так же будет ряд труб, по которым вода побежит на страницы вашего же

или же какого-либо другого сайта (исходящие внутренние и внешние ссылки). Уровень же воды в бассейне будет эквивалентен статическому весу, набранному данным документом (вебстраницей вашего ресурса).

Допущение же будет состоять в том, что вода, утекая по трубам исходящих ссылок, не будет уменьшать уровень воды в бассейне (статический вес документа). Вот именно на таком примере мы и рассмотрим для наглядности **роль тегов nofollow и noindex** (до и после произошедших изменений) и то, как можно закрыть от индексации ссылки.

Теперь смотрите внимательно. Допустим, что у нас с одной вебстраницы проставлено 4 внутренних ссылки и одна внешняя (в аналогии с бассейном это будет эквивалентно пяти исходящим трубам одинакового сечения). В результате, максимальный статический вес, который может передать этот документ (вебстраница), будет поделен ровно на 5 частей и лишь одна пятая этого веса передастся на каждую из 4 внутренних страниц вашего сайта, а одна пятая ссылочного веса уйдет по внешней ссылке.

Как закрыть от индексации ссылки (nofollow?)

А теперь представьте, что вы имеете возможность попросить поисковые системы не индексировать эту самую одну внешнюю ссылку (закрыть ее от индексации или в аналогии с бассейном — перекрыть вентиль на трубе, ведущей не на ваш сайт). Тогда максимальный статический вес документа, который он может передать, нужно будет делить уже не на 5 частей, а только на 4, что позволит внутренним страницам вашего ресурса получить несколько больший статический вес.

Вроде бы пустяк, но если у вашего ресурса тысяча страниц, а вы закроете от индексации несколько сквозных внешних ссылок (которые будут присутствовать на всех вебстраницах ресурса, например, ссылок со [счетчиков посещений](#)), то суммарный прирост статического веса у документов вашего сайта будет ощутимым. А [статический вес напрямую влияет на положение вашего сайта в поисковой выдаче](#) при ранжировании (естественно, при прочих равных условиях оптимизации).

Так, думаю, что с вопросом, **зачем закрывать внешние ссылки от индексации** мы разобрались и теперь осталось только выяснить, а как закрыть ссылки от индексации? Раньше было все просто — заключаете ненужную вам ссылку в открывающий и закрывающий тег noindex, а в [HTML тег ссылки A](#) прописываете атрибут nofollow, например, так:

```
<noindex>
<a rel="nofollow" href="http://сайт.ru/">Внешний ресурс</a>
</noindex>
```

В WordPress для автоматизации процесса закрытия от индексации всех внешних ссылок можно использовать, например, [плагин WP-NoRef](#). При использовании этого плагина, если в тег ссылки прописать специальный класс, то внешняя ссылка останется открытой для индексации поисковыми системами. Это может понадобиться, например, при проставлении ссылки в постовом или рекламном обзоре.

И такой способ закрытия от индексации отлично работал. Статический вес не передавался по закрытой таким образом ссылке и внутренние страницы вашего сайта, в результате, получали несколько больший статический вес, чем в случае с открытой внешней ссылкой. Но так было раньше, а сейчас с закрытием ссылок от индексации все стало очень и очень проблемно, если не сказать больше — полная ж...

Но эта ж... касается только удержания статического веса на сайте, в то время как **ссылка закрытая тегом nofollow** по прежнему не будет учитываться поисковыми системами и тут важно понимать, что, например, в комментариях просто необходимо закрывать ссылки от индексации, ибо большое количество внешних ссылок на спамные ресурсы (вы в состоянии проверить все сайты комментаторов?) сделает ваш сайт тоже спамным в глазах поисковых систем.

Итак, вернемся к тому, что **Google изменил алгоритм работы тега nofollow** — теперь по ссылке, в которую вставлен nofollow, статический вес на документ передаваться не будет, но в то же время, это не увеличит долю статического веса передаваемого на внутренние страницы, по оставшимся открытым для индексации внутренним ссылкам. Такой вот финт ушами.

Если вернуться к нашему примеру с бассейном и трубами, то ситуация с nofollow и noindex может быть представлена следующим образом. Если исходящие из бассейна трубы приравнять к исходящим с ресурса внутренним и внешним ссылкам, то ту ситуацию, которая имела место быть раньше, можно представить как перекрывание вентиля на трубе, ведущей на другой ресурс. И при этом больше воды (статического веса) перетекало по оставшимся трубам (внутренним ссылкам).

А вот текущая ситуация с тегом nofollow и отношением к нему Google выглядит как выдирание трубы внешней ссылки с корнем — ссылочный вес уже не потечет на внешний ресурс, но и у нас в бассейне останется дырка, а следовательно, внутренние страницы вашего сайта по прежнему будут недополучать статического веса.

Как Яндекс учитывает nofollow и noindex

Это мы все говорили за Google, а как обстоит ситуация с **использованием nofollow и noindex для Яндекса**, ведь это наш незабвенный лидер поиска в рунете. Тут все много туманнее, ибо однозначных суждений нет по этому вопросу. Но похоже, что Яндекс, после того как стал учитывать nofollow в тегах ссылок, снял с тега noindex всякое влияние на индексацию или запрет индексации ссылок.

Теперь **тег noindex** служит одной единственно цели — закрывать от индексации в Яндексе и Рамблере некоторые фрагменты текста. И если использовать тег noindex для ссылок, то он просто запретит Яндексу индексировать текст (анкор) ссылки, а вот сама ссылка и передаваемый по ней статический вес по прежнему будут учитываться и браться в расчет.

Другой вопрос, как **Яндекс учитывает nofollow**? Копирует ли он схему работы nofollow, которая была в Google до недавнего времени или же сразу взял на вооружение переделанный алгоритм расчета статического веса при наличии в ссылке тега nofollow. Лично я затрудняюсь ответить на этот вопрос, но полагаю, что стоит рассчитывать именно на худший вариант.

Тогда получается, что у нас с вами уже не осталось инструментария, позволяющего **полноценно закрыть от индексации ссылки**, да так, чтобы не было утечки статического веса с сайта в пустоту. По-прежнему мы можем закрыть от индексации целые страницы или ссылки на них с помощью [meta mega Robots](#), но вот с отдельно взятыми ссылками возникают сложности.

Можно, конечно же, проставлять внешние ссылки через редиректы или джаву, но Google такие ссылки уже научился учитывать, а Яндекс если еще и не научился, то скоро обязательно научится. В связи с этим вообще не понятно как быть с внешними ссылками из комментариев и счетчиков посещений. Они по любому получается будут сосать статический вес с сайта в пустоту (при закрытии их от индексации nofollow), либо на ресурсы комментаторов или счетчиков (в случае отказа от использования nofollow).

Некоторые вебмастера, кстати, используют в комментариях не простой nofollow, а **rel="external nofollow"**, хотя external тут вовсе не подразумевает закрытие внешних ссылок, а обозначает открытие ссылки во внешнем окне (аналог атрибута target="_blank", который в XHTML стал не валидным, т.е. не соответствующим стандартам), но этот external работать будет только в связке еще и со специально написанным скриптом на javascript. В общем, это уже совсем из другой темы и к закрытию ссылки от индексации никакого отношения не имеет.

Собственно, я решил попробовать вообще убрать ссылки из комментариев и посмотреть как это повлияет на общее положение моего блога как в поисковой системе Google, так и в Яндексе. Если изменений в лучшую сторону не будет, то верну все как и было. Эксперимент получится, наверное, репрезентативным, ибо комментариев у меня около 6 000 и большинство из них имеют ссылку на ресурс комментатора.

Если кому-то интересно, то **убрать ссылки из комментариев WordPress** довольно просто. Вам нужно будет [подключиться к сайту по FTP](#) и открыть на редактирование файл `comments.php` из папки с используемой вами [темой WordPress](#). В этом файле вам нужно найти место, где будет прописан следующий кусочек кода:

```
<?php comment_author_link() ?>
```

и заменить его на чуть измененный вариант:

```
<?php comment_author() ?>
```

А так же, для того, чтобы убрать из формы добавления нового комментария в WordPress строчку для ввода URL, вам нужно будет удалить подобный участок кода:

```
<p>
    <input type="text" name="url" id="url" value="<?php echo $comment_author_url; ?>"
size="28" tabindex="3" class="textarea" />
    <label for="url">
        <?php _e('<acronym title="Uniform Resource Identifier">URI</acronym>'); ?>
    </label>
</p>
```

Если приведенная мною теория окажется правдивой, то должно произойти постепенное увеличение накопленного на блоге статического веса, что не преминет сказаться на позициях сайта в поисковой выдаче Google, ну и возможно, Яндексa. В общем, поглядим.

Часть VI/4. 10 проверенных методов ускорить индексацию сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Когда сайт оптимизирован и запущен, теперь главная цель стоит перед ним что бы он начал индексироваться поисковыми системами. Сегодня я вам расскажу про **10 проверенных методов как ускорить индексацию сайта** поисковыми системами.



1. Добавление сайта в формы добавление поисковиков

У каждой поисковой системы существует форма добавление сайта:

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

http://www.rambler.ru/doc/add_site.shtml

<http://www.google.ru/intl/ru/addurl.html>

<http://catalog.aport.ru/rus/add/AddUrl.aspx>

Это может ускорить индексацию вашего сайта.

2. Комментарии в популярных блогах

Поисковые системы очень часто посещают популярные блоги что бы проиндексировать новые страницы, и ваш комментарий в свежей статье может привлечь поисковик зайти на ваш сайт.

3. Сервисы вопросов и ответов

В последнее время все большей популярностью пользуются сервисы вопросов и ответов крупных поисковых систем, и я знаю точно, что это работает, поскольку частота индексации таких сервисов быстрая, плюс это способ оставить ссылку навсегда.

<http://otvety.google.ru/otvety/>

<http://answers.yahoo.com/>

4. Добавление RSS ленты в RSS агрегаторы

Это сайты, которые публикуют анонсы сайтов участвующих в RSS агрегаторе. В связи с тем что на них постоянно обновляется контент, они хорошо индексируются поисковыми системами.

Список сайтов где можно добавить rss ленту:

<http://www.addrss.ru/catalogues.php>

5. Постовой в популярном блоге

Очень часто популярне блоги ставят на комментарии nofollow и noindex, в итоге поисковая система не учитывает ссылки и не перейдет на ваш сайт, и тут есть выход купить постовой в таком блоге.

Тут есть много полезностей от покупки постового, в первых это ссылка навсегда в постоянно развивающемся ресурсе. Во вторых ссылку можно поставить с нужным вам текстом, например, купить ноутбук и так далее.

Тут контакты где вы можете их приобрести <http://tyomma.ru/post2/>

6. E-mail рассылка от Subscribe.ru

На этом сервисе недавно или только что открытые рассылки анонсируются, и тут уже важно сделать первый анонс, в котором поставить ссылку или пару ссылок на свой сайт, что бы привлечь поисковые системы. Этот же метод очень полезен, поскольку ваши рассылки остаются в архиве, и ссылки на ваш сайт тоже.

7. Ссылка в подписи на тематических форумах

Поисковые системы положительно относятся к популярным форумам и постоянно их индексируют. На крупнейшем русскоязычном форуме про поисковые системы forum.searchengines.ru поисковик схватывает ссылку, за 1-3 дня, но если постоянно участвовать в последних интересных темах, то поисковики учтут ссылку намного быстрее.

Что касается самого популярного англоязычного форума forums.digitalpoint.com это же тематики, то там все намного быстрее, там можно привлечь поискового робота за один час или даже быстрее.

8. Добавление в закладки

Существует множество популярных закладок, через которые можно ускорить индексацию сайта, плюс еще и получить трафик.

Лично использую www.bposter.net

Там есть прогон по закладкам бесплатно, так и vip, который платный, но дает намного больший эффект. Плюсы этого сервиса что все происходит в автоматическом режиме, вписал название, ссылку на пост, описание, ключевые слова и понеслась.

9. Зеркало блога на бесплатных блоговых платформах

Это очень помогает ускорить индексацию вашего основного сайта или блога, поскольку поисковые системы очень быстро индексируют только созданные блоги.

<http://www.livejournal.com/>

<https://www.blogger.com/start>

<http://www.liveinternet.ru/top/>

<http://my.ya.ru/?ncrnd=9695>

<http://blogs.mail.ru/>

Это пять основных и проверенных, с помощью которых можно добиться быстрой индексации сайта.

10. Карта сайта от Google

Регистрируемся в [Google webmastertools](https://www.google.com/webmasters/), добавляем сайт, читаем мануал как сделать sitemap, делаем и заставляем поисковую систему гугл чаще и глубже индексировать наш сайт.

Часть VI/5. 15 советов по ускорению индексации сайта и блога!

Автор: Александр Борисов (boricov)

Раньше, когда я писал статьи, то замечал, что после добавления в блог они слишком долго индексируются поисковыми системами Яндекс, google, Rambler и т.д.



Напишешь статью, а в выдаче она появляется только через 1-2 дня. Это, на самом деле очень долго и говорит о том, что с блогом что-то не так! Набравшись опыта, изучив кучу различной информации в интернете и применив полученные знания на практике, теперь мои новенькие, свеженькие статьи в блоге индексируются гуглом примерно через 2-3 часа, а Яндексом через 4-5 часов и раньше! Чтобы помочь и вам ускорить индексацию сайта (блога), я решил написать подробнейшую статью на эту тему.

Давайте сначала, как обычно, для новичков. Что такое **индексация сайта** и что такое выдача?

Индексация сайта — это процесс прихода на ваш сайт или блог поисковыми роботами google, Яндекс и т.д., который сканирует ваш новый добавленный контент на сайт (блог) и добавляет его в свою индексную базу. То есть теперь, ваша статья будет выдаваться в выдаче поисковых систем.

Выдача думаю понятно что это такое. Зашли вы в любой поисковик, набрали какую-то фразу, нажали «поиск» и он вам выдает список различных сайтов, где имеется информация по вашему запросу. Вы запросили, вам выдали.

Почему индексация сайта так важна?

Во-первых, ваши новые статьи будут быстрее заноситься в индексную базу и появляться в выдаче поисковых систем. Соответственно увеличение трафика на сайт пойдет быстрее.

Во-вторых, если вы будете продавать ссылки с сайта допустим на бирже [Gogetlinks](http://www.gogetlinks.ru/), то индексация сайта там играет очень важную роль. Если ссылка на вашем сайте (блоге) после продажи не успеет проиндексироваться в течение определенного времени, то денег вы не заработаете, деньги вернутся обратно человеку, который заказал у вас размещение ссылки! Кто не понимает о чем я говорю, имеется в виду, что такое продажа ссылок, то почитайте вот эту статью — [«Как заработать на ссылках»](#). Так же вебмастера при покупке ссылок обращают внимание на индексацию тех сайтов, на которых они покупают ссылки, если индексация плохая, то это уже минус...

| ИИЦ | PR | Индексация (%) | Скорость размещения | В черный список | В белый список |
|-----|----|----------------|---------------------|-----------------|----------------|
| 300 | 6 | 100 | 3.9 дн. | ✗ | ✓ |
| 300 | 5 | 86 | 1.4 дн. | ✗ | ✓ |
| 300 | 6 | 97 | 5 дн. | ✗ | ✓ |
| 000 | 4 | 89 | 1.8 дн. | ✗ | ✓ |
| 900 | 3 | 100 | 1 дн. | ✗ | ✓ |

На картинке вы видите, что сайт в первой строчке и последней имеют 100% индексацию, это очень хорошо. В середине сайты с индексацией по хуже. Вроде бы мелочи, но все же... Это кстати скриншот из Gogetlinks.

Хорошо! Я думаю вы теперь поняли, что *индексация сайта* (блога) очень важна. Давайте теперь я дам вам несколько полезных советов, применив которые на практике, я уверен, вы ускорите индексацию своего ресурса в несколько раз.

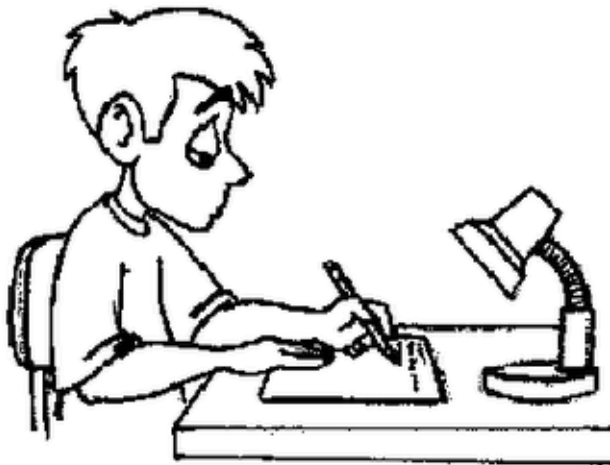
Как ускорить индексацию сайта (блога)?

Совет №1. Не переживайте! «В смысле, не переживайте?», — можете спросить вы. Многие ребята, которые вот вот на днях сделали себе сайт или блог удивляются, почему же их новые статьи, да и весь сайт в целом, так долго индексируются поисковыми системами. Дело все в том, что у поисковых систем есть свой уровень доверия к каждому сайту (траст). Траст — показатель качества сайта. В него входят: показатели ТИЦ, PR, AlexaRank, возраст самого сайта, количество страниц в индексе, количество внешних ссылок на сайт (их качество), наличие сайта в таких каталогах как DMOZ, Yandex, Mail, посещаемость и т.д... Траст блога можно проверить [здесь](#).

Пока ваш сайт (блог) молодой и зеленый, то не стоит ждать супер мега индексации, работайте и все будет хорошо!!!

Совет №2. Добавляйте на сайт (блог) только уникальный контент. Вы должны писать сами, ни в коем случае контент не должен быть краденым, скопированным с других ресурсов (ctrl + c, ctrl + v), скопированным и немного переделанным и т.д. Только ваш контент и ни чей больше!!! Поисковые системы относятся к копированному контенту как к мусору. Пишите уникальные и полезные статьи!

Совет №3. Пишите регулярно! Очень и очень важный момент. Сам замечаю, если не пишу в блог 3-5 дней, то скорость индексации новых статей уменьшается. Писать нужно один раз в 2-3 дня, а лучше каждый день! Приучите робота к постоянному приходу на ваш ресурс.



Совет №4. Сделайте на сайте (блоге) 2 карты сайта. О том как сделать карту сайта sitemap.xml я описывал здесь — [«Sitemap.xml для wordpress»](#). После того как карта сайта сделана, кроме того, что вы закинете ее в корень вашего блога (папка public_html или httpdocs), вам необходимо отправить ее поисковым системам Google и Yandex. Сделать это можно в разделе «Инструменты для вебмастеров» — «Отправить sitemap.xml». Об инструментах для вебмастеров я писал здесь — [«Инструменты, SEO сервисы и программы для блоггера»](#).

Для wordpress есть один очень хороший плагин создания карты сайта, он называется Google XML Sitemaps. Скачать его [можно здесь](#). Этот плагин обязательно должен стоять на вашем блоге.

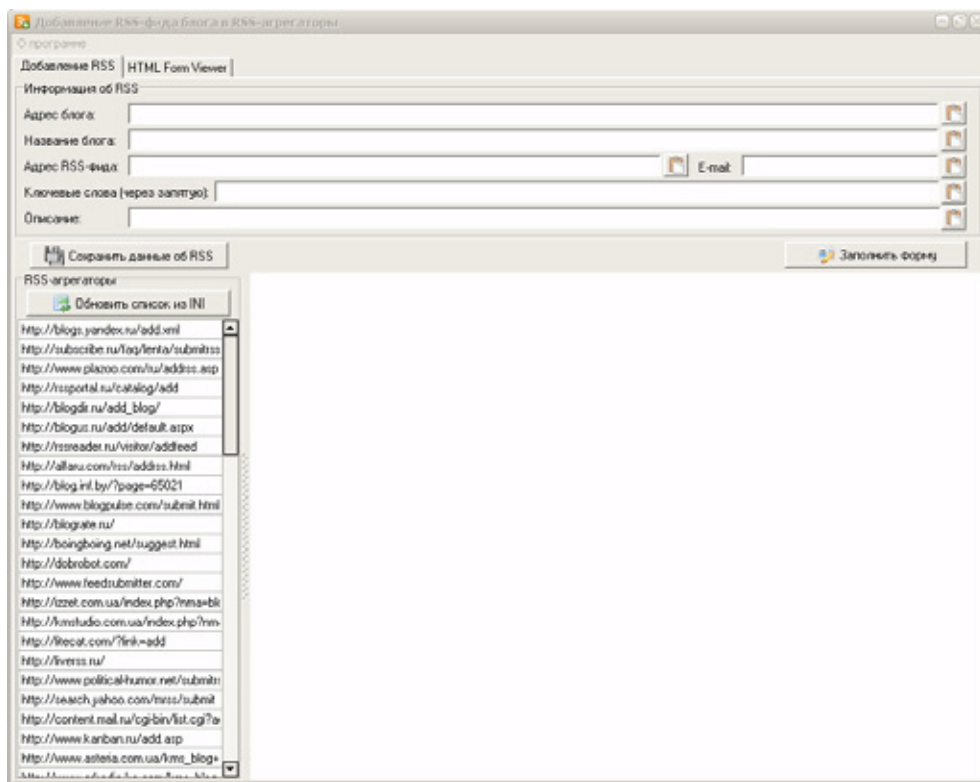
Кроме создания невидимой для человека карты сайта, нужно так же сделать видимую карту сайта на самом сайте (блоге). У меня это раздел «Все статьи блога» в котором имеются ссылки на все статьи моего блога. Это очень хорошо сказывается на индексации. Робот приходит на блог, заходит в этот раздел и видит сразу все ссылки в одном месте.

Сделать такую карту сайта можно при помощи плагина для wordpress — sitemap generator. Скачать его [можно здесь](#). После того как установите плагин, его можно настроить в настройках. На странице, которой вы хотите видеть вашу карту сайта нужно через редактор HTML вставить вот такой код - <!-- ddsitemapgen -->.

Совет №5. Сделайте внутреннюю перелинковку на сайте (блоге). Об этом я писал здесь — [«Внутренняя оптимизация wordpress»](#). Правильная внутренняя перелинковка — залог хорошей индексации сайта.

Совет №6. Сделайте RSS трансляцию всех статей вашего блога в различных RSS каталогах. Все анонсы ваших статей будут публиковаться в них. Поисковики довольно не плохо индексируют RSS каталоги. Для прогона своей RSS ленты в каталогах я пользовался программой RSS Adder. Скачать программу [можно здесь](#).

Выглядит она вот так:



Делается все просто. Открываете программу, заполняете все поля: адрес блога, название блога, адрес rss фида, ключевые слова, описание, e-mail. Далее идете по списку. Нажимаете 2 раза на 1 rss каталог в списке, нажимаете — «заполнить форму», вводите капчу где нужно и жмете «добавить», и так по всем каталогам. В программе забита база каталогов от 24.08.2010, в ней 82 каталога.

Совет №7. Поставьте ссылку на главную страницу блога в профиле аккаунта на форуме.

Зарегистрируйтесь на 3-5 самых мощных форумах по тематике вашего сайта (блога) и поставьте в профиле (подписи) ссылку на главную страницу вашего блога. Форумы постоянно обновляются и хорошо индексируются поисковыми системами.

Было бы не плохо если бы вы после написания каждой статьи в блог, заходили на эти форумы и оставляли в каких-нибудь интересных вам **НОВЫХ** темах 2-3 сообщения. Соответственно в сообщениях отобразится ваша подпись, а в ней ссылка на ваш сайт (блог).

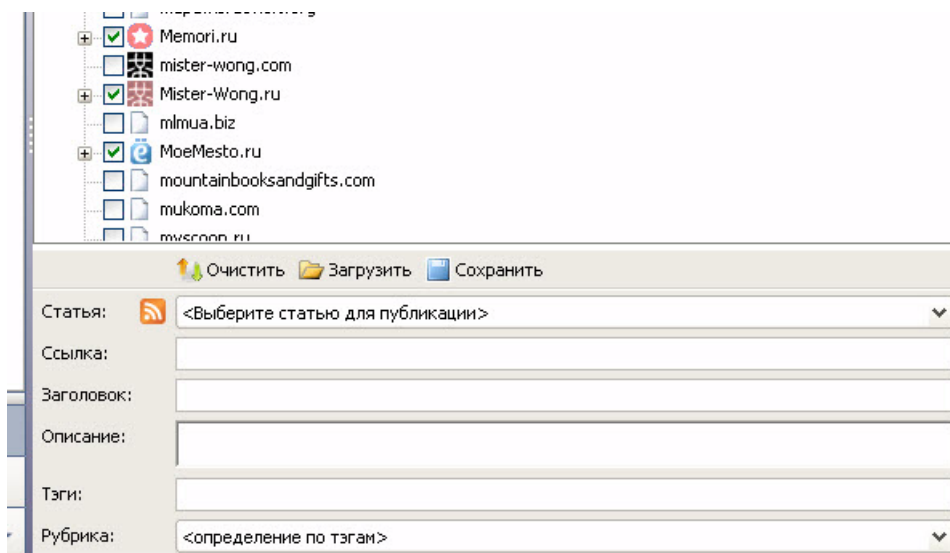
Совет №8. Комментируйте популярные блоги вашей ниши. Опять же, возьмите 2-3 трастовых блога вашей тематики, с хорошими показателями, хорошей посещаемостью и индексацией и оставляйте комментарии к постам. Кроме ускорения индексации вы получите еще и дополнительный трафик на сайт (блог).

Совет №9. Делайте постинг анонсов новых статей в социальные закладки. Я не добавляю сразу в несколько десятков закладок, это не к чему, но вот в:

memori.ru
bobrdobr.ru
moe-mesto.ru
100zakladok.net
mister-wong.ru

обязательно делаю постинг. Поисковики очень быстро индексируют социальные закладки.

Чтобы не мучиться и не делать постинг в ручную, то можно воспользоваться различными программами, которые делают постинг на автомате. Советую использовать или Жукладочник или Sapiient Social Submitter.



Я пользуюсь первой программой. Регистрируюсь в социальных закладках на сайтах в ручную один раз, после этого добавляю данные для входа в программу. Когда мне нужно сделать постинг в социальные закладки я просто заполняю все поля программы: ссылка, заголовок, описание, теги, выбираю рубрику, отмечаю галочкой закладки в которые хочу сделать постинг и нажимаю — "постинг". Все! Ссылки на мою новую статью в блоге сразу же появляются в соц.закладках.

Совет №10. Делайте кросспостинг в блоги на блог платформах Li.ru, Livejournal.com, wordpress.ru, blogspot.com. Сделайте себе, получается, 4 блога и делайте в них кросспостинг. Более подробно о нем я писал здесь — [«Как поднять позиции блога в поисковиках»](#) 4 пункт. Там я рассказываю о сервисе Пистон. Кроме него есть еще одна классная программа, называется она - Windows Live Writer.

Поисковые системы хорошо индексируют эти блоги, так как они очень трастовые. Не поленитесь делать кросспостинг после добавления каждой новой статьи на сайт или блог.

Совет №11. Делайте анонсы своих новых постов в социальных сетях и группах в Subscribe.ru. Более подробно об этом я писал здесь — [«Как увеличить трафик на блог. 8 полезных ресурсов»](#). Кроме трафика, это еще и ускорение индексации. Вот допустим, я заметил, что добавленные мной ссылки в социальную сеть Grabr индексируются очень быстро, ссылки с Subscribe еще быстрее.

Совет №12. Не забывайте про сервис Вопросы/Ответы от google. После того как я добавляю новую статью на блог я [иду туда](#) и в поиске ищу подходящие по тематике моей статьи, вопросы. Отвечаю на них оставляя свою ссылку. Думаю google быстро проиндексирует свой же сервис.

Вот допустим эта статья, *«Как ускорить индексацию сайта»*. После ее публикации в блог, в поиске сервиса я наберу эту фразу и посмотрю вопросы людей на эту тему. Буду им отвечать. Есть еще вот такой интересный сервис вопросов и ответов - [vorum](#).

Совет №13. Добавляйте ссылку на новую статью в социальные сети (Facebook, mail.ru) и Twitter. Для упрощения этой работы советую установить [кнопки социальных сетей](#). Твиттер очень быстро индексируется поисковыми системами.

Совет №14. Сделайте правильный файл robots.txt для блога. Вообще этот пункт надо было в начале статьи написать, ну да ладно! В общем правильно составленный файл robots.txt так же залог успеха в индексации вашего ресурса. Более подробно об этом файле вы можете почитать здесь — [«Robots.txt для wordpress»](#).



Совет №15. Купите ссылку с главной страницы трастового, мощного сайта вашей тематики, который постоянно обновляется! Если на ваш сайт (блог) будет стоять такая мощная ссылка с главной страницы, то быстрая индексация вам обеспечена. Поищите в интернете где можно купить такие ссылки. Можете зайти в поисковик google и набрать к примеру «Продам ссылки с морды» или «Продаю ссылки с главной страницы». Можете поискать на [форуме о поисковых системах](#) в разделе «Ссылки — обмен, покупка, продажа». Вот только платить за эту ссылку в большинстве случаев придется каждый месяц, можно купить и вечную ссылку.

Добавлено 4.06.2011:

Совет №16: Добавьте список пинг сервисов в админке wordpress. Более подробно написал об этом Артур в своей недавней статье [«Ускоряем индексацию сайта в поисковиках Яндекс и гугл пинг сервисами»](#). За что большое ему спасибо!

Ну вот наверное и все по этой теме. Теперь и вы знаете как ускорить индексацию сайта. Может быть кто-то подскажет еще какие-то хорошие способы ускорения индексации? Пожалуйста напишите в комментариях!

Теперь давайте поговорим о другом.

Как запретить индексацию сайта?

Если вы хотите запретить к индексации поисковыми системами какую-то часть контента на вашем сайте, то можете просто заключить его в тег `<noindex>здесь контент</noindex>`. Но это действует только для Яндекса. Закрывать ссылки от индексации гуглом можно так:

```
1 <a href="http://site.ru" rel="nofollow">Текст ссылки</a>
```

Чтобы закрыть весь сайт от индексации, то необходимо открыть главный файл сайта (для wordpress это header.php) и между тегами `<head></head>` вставить вот такую строчку:

```
1 <meta name="robots" content="noindex, nofollow">
```

Наверняка похожая строчка там уже имеется и выглядит она вот так:

```
1 <meta name="robots" content="follow, all" />
```


Вот ее нужно заменить на первую. Но вообще закрывать весь сайт от индексации не нужно я думаю. 😊

Ну вот и все на сегодня! Думаю из этой статьи вы возьмете для себя много полезного! Ускоряйте индексацию своих сайтов и блогов!

Часть VI/6. Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Как ускорить индексацию сайта - этот вопрос часто можно встретить на форумах вебмастеров. От индексации зависит очень многое: позиции сайта в поисковиках, количество посетителей с них, популярность ресурса, и, в конечном итоге, прибыль с сайта. Я собрал способы, которые я опробовал при продвижении сайтов и которые действительно эффективны для улучшения и ускорения индексации сайта поисковыми системами.



По направленности все способы можно разделить на две категории - внутренняя оптимизация сайта и работа с внешними факторами. По финансовым затратам - бесплатные и платные способы.

Как ускорить индексацию сайта - бесплатные способы

1. Создайте карту сайта для Google (sitemap) в формате xml. Для создания html и xml карт для своего сайта воспользуйтесь онлайн-генератором XML-Sitemaps.com, который бесплатно обрабатывает до 500 страниц. После генерации сохраняете sitemap в корне своего сайта в формате xml. Для того, чтобы скормить xml-карту поисковой системе Google, нужно зарегистрировать аккаунт в [Сервисе Google Webmaster](#), и затем в меню Sitemap добавить ссылку на вашу xml-карту вида ваш_сайт/sitemap.xml. После регистрации в этом сервисе можно настроить русский язык интерфейса. По моим наблюдениям, после добавления sitemap в Google робот этой поисковой системы начинает чаще заглядывать на ваш сайт и лучше его *индексировать*. Кроме того, сервис Google для вебмастеров предлагает много полезных опций.

2. Создайте html карту сайта в 1 клике от главной страницы, на которой находятся ссылки на все страницы вашего сайта. Если страниц очень много, то разбейте карту сайта на несколько страниц. Разместите ссылку на карту сайта на всех страницах.

3. Зарегистрируйтесь в сервисе [Яндекс.Вебмастер](#) и добавьте свой сайт, что позволит отслеживать индексацию страниц сайта Яндексом, а также пользоваться другими полезными функциями.

4. Регистрация в каталогах - если вы еще не регистрировали сайт в каталогах, то советую сделать это. Подробнее о регистрации в каталогах читайте тут: [“Как регистрировать сайт в каталогах”](#). Можно регистрировать сайт вручную. Искать каталоги можно, набрав запрос “каталог сайтов” в любом

поисковике. Это очень долгий и трудоемкий процесс. Можно купить программу Allsubmitter с базами каталогов, которая значительно облегчает регистрацию в каталогах. Можно заказать прогон по каталогам (например, у [меня](#), или на форуме forum.searchengines.ru). Можно использовать специальные сервисы регистрации в каталогах:

1ps.ru

autoreg.ru

uhuhu.ru.

5. Организуйте RSS-трансляцию материалов с вашего сайта и зарегистрируйте вашу RSS-ленту в RSS-каталогах. Это позволяет публиковать анонсы ваших материалов на других сайтах.

Feedburner.com

FeedReader.ru

LiveRSS.ru

Newsread.ru

Rssreader.ru

Plazoo.com

6. Напишите статью (а лучше несколько) и опубликуйте ее в каталогах статей. Чтобы найти каталоги статей, просто наберите “каталог статей” или “добавить статью” в любом поисковике. В статье разместите 2-4 ссылки на главную страницу вашего сайта или на внутренние страницы. Подробнее о продвижении статьями читайте здесь: [“Продвижение сайта статьями”](#).

7. Грамотная внутренняя перелинковка очень важна для ускорения индексации сайта. Все страницы должны иметь 2-3 ссылки на главную. Продублируйте меню. Например, если у вас горизонтальное меню в верхней части сайта, то продублируйте его в нижней части. Сделайте дополнительные ссылки на основные разделы меню на всех страницах сайта.

Разместите список из самых популярных материалов сайта (например, в Wordpress это решается плагином Most Popular, который вы можете найти в моей статье [“84 лучших плагина Wordpress”](#)), а также список последних записей. В конце каждой статьи сделайте несколько ссылок на похожие материалы. Кроме улучшения индексации, это увеличит количество просматриваемых страниц на вашем сайте (если у вас стоит Wordpress, то воспользуйтесь плагином Related Articles, который вы можете найти во все той же статье [“84 лучших плагина Wordpress”](#)). Старайтесь в тексте каждой страницы ссылаться 1-2 раза на другие статьи вашего сайта.

8. Правило трех кликов. Сделайте навигацию на сайте так, чтобы любая страница вашего сайта была доступна не далее, чем в 3 клика от главной.

9. Старайтесь не делать выпадающие меню на скриптах и flash, это затрудняет индексацию сайта поисковыми системами.

10. Добавьте сайт в формы добавления поисковиков:

[Добавить сайт в Яндекс](#)

[Добавить сайт в Google](#)

[Добавить сайт в Рамблер](#)

[Добавить сайт в Апорт](#)

[Добавить сайт в MSN](#)

[Добавить сайт в Gogo](#)

В Mail.ru нет смысла добавляться, так как используется поисковая база Яндекса.

11. Добавьте сайт в рейтинги:

[Добавить сайт в Рамблер Топ 100](#)

[Добавить сайт в Рейтинг Mail.ru](#)

12. Добавьте сайт в каталоги:

[Добавить сайт в Dmoz](#) - выбираете подходящую категорию, и ищете ссылку “Предложить URL” в правом верхнем углу.

[Добавить сайт в Каталог Mail.ru](#) - выбираете подходящую категорию, и внизу ищете ссылку “Добавить сайт”.

13. Добавьте сайт в социальные закладки (подробнее о социальных закладках вы можете прочитать в моей статье [“Обзор социальных закладок рунета”](#)). Большой плюс социальных закладок в том, что в них можно добавлять внутренние страницы сайта. В каждом сервисе необходимо зарегистрироваться.

[memori.ru](#)

[moemesto.ru](#)

[bobrdobr.ru](#)

[rumarkz.ru](#)

[myscoop.ru](#)

[mister-wong.ru](#)

[100zakladok.ru](#)

[bookmark.searchengines.ru](#)

Для облегчения добавления страниц сайта в социальные закладки воспользуйтесь сервисами [SEndez.ru](#), а также установите кнопки добавления в закладки в конце каждой статьи вашего сайта от сервисов

[Однакнопка](#) или [Как-так](#). Это позволит вашим посетителям самостоятельно добавлять ваши статьи,

которые им понравились, в свои социальные закладки. Подобные англоязычные сервисы - [AddThis.com](#) и [SocialPoster.com](#). Я рекомендую добавлять каждую стоящую статью с вашего сайта в сервисы социальных закладок.

14. Напишите интересную статью на вашем сайте, и разместите ее в сервисы социальных новостей. В каждом сервисе необходимо зарегистрироваться.

[news2.ru](#)

[news2.by](#)

[news2.kz](#)

[smi2.ru](#)

[newsgrad.com](#)

[moikrug.ru](#)

[newsland.ru](#)

[vaau.ru](#)

[electrovesti.com](#)

[hotru.net](#)

[livepress.ru](#)

[bloglenta.ru](#)

[fano.ru](#)

[nov.osti.info](#)

[vkurse.ru](#)

[yangler.ru](#)

15. Старайтесь избегать зон .info и .org при регистрации домена, так как бывает, что Яндекс плохо их индексирует.

Как ускорить индексацию сайта - платные варианты

16. Купите ссылок на главную или внутренние страницы своего сайта (смотря что вам нужно проиндексировать) на биржах ссылок [Sape](#), [Хар](#) или [CLX](#). Это очень эффективный способ. Чтобы получить максимальный эффект, рекомендую покупать ссылки с сайтов, размещенных в Яндекс.Каталоге (для Яндекса) и в Dmoz'е (для Google). Быстрее всего индексируются ссылки с главных страниц сайтов. Чем выше показатели ТИЦ и Google PageRank на купленных сайтах, тем лучше. Во избежание недоразумений рекомендую вручную просматривать сайты, на которых вы купили ссылки.

17. Напишите статью со ссылками на свой сайт и опубликуйте ее на биржах статей [Seozavr](#), [Xmest](#), [Liex](#). Подробнее о продвижении статьями: “[Продвижение сайта статьями](#)“. Плюс этого варианта в том, что можно быстро найти массу сайтов и разместить на них статью.

18. Напишите и главное разместите статьи на сайтах схожей тематики. Найти сайты, которые готовы разместить ваши статьи, можно на специализированных форумах:
Плюс этого варианта в том, вы платите за размещение статьи один раз.

Часть VI/7. Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Индексация сайта - важный момент для многих владельцев сайтов.



Со времени написания мною статьи [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#) я нашел еще 16 новых способов того, как ускорить индексацию сайта.

Смысл ускорения индексации - привлечь поисковых роботов (пауков) на сайт. Главное, знать, где эти пауки водятся 🕸.

1. Сервисы вопросов и ответов

В последнее время сервисы вопросов и ответов становятся очень популярными. На них заходит большое количество посетителей, контент постоянно обновляется, и поисковые пауки там просто живут.

Смысл не в том, чтобы спамить ссылки на свой сайт в каждом комментарии. Лучше сделать один осмысленный комментарий, чем несколько несодержательных. Найдите категорию по тематике своего сайта и почитайте ее некоторое время. Затем найдите вопрос, в котором вы компетентны, и помогите задавшему вопрос человеку содержательным и полезным советом, к месту указав ссылку на свой сайт.

[Вопросы и ответы Google](#)

[Ответы на Mail.ru](#)

[Yahoo Answers](#) (англ.)

Со временем будут появляться новые сервисы, поэтому время от времени набирайте запрос “вопросы и ответы” в поисковике, чтобы находить новые.

2. Социальные сети для блоггеров

В рунете социальных сетей для блоггеров пока немного, но они прекрасно индексируются поисковиками, а также ставят прямые ссылки на ваш сайт. Изучите материалы на этих сайтах, и, если тематика вашего сайта соответствует тематикам, публикуемым на этих сайтах, опубликуйте 1-2 анонса наиболее интересных материалов на вашем сайте. Затем время от времени можете добавлять в них анонсы своих лучших статей.

Вот примеры социальных сетей для блоггеров:

[Корича](#)
[SportExes](#)

Был еще хороший сервис BlogParad.ru, но с недавнего времени он не работает.

3. Комментарии в популярных блогах

Поисковые пауки часто посещают популярные блоги. С помощью комментария на таком блоге можно эффективно привлечь поискового паука на свой сайт. При этом, естественно, нужно написать толковый комментарий. Ссылку в тексте комментария делать не нужно - это во многих случаях приведет к удалению комментария. Достаточно при добавлении комментария указать адрес своего сайта в соответствующем поле. Имя пишите, как имя, а не ключевое слово.

Как найти популярные блоги? Очень просто. Зайдите в [рейтинг блогов](#) Яндекса, и вы найдете много популярных блогов.

4. Посты и комментарии в популярных сообществах

Сообщества отличаются от блогов тем, что в них можно вступить и опубликовать свою заметку. В сообществах можно оставлять комментарии, как и на обычных блогах. Ни в коем случае нельзя спамить в сообществах. Вас оперативно удалят из него и закроют доступ.

В популярных сообществах участвуют десятки тысяч участников. Для того, чтобы найти популярные сообщества, зайдите в [рейтинг сообществ](#) Яндекса.

Большинство сообществ находятся на блоговых сервисах LiveJournal, Liveinternet и Blogs.Mail.ru. Для того, чтобы вступить в сообщества, нужно сначала зарегистрироваться в этих сервисах. После этого вы получите в свое распоряжение блог.

Кстати, вовсе необязательно публиковать ссылку на свой сайт в сообществе. Достаточно написать несколько постов на своем свежем бесплатном блоге, и в них поставить по 1 ссылке на свой сайт. Затем публикуете заметку или комментарий в сообществе без каких-либо ссылок. Поисковый паук зайдет через ссылку на ваш профиль и проиндексирует ваш бесплатный блог, а следом и ваш сайт.

5. Заказ постов на сервисе Блогун

Еще один способ ускорения индексации сайта - заказать платный пост на блогах через сервис [Блогун](#). Там вы найдете множество блогов по любым тематикам, которые готовы написать о вашем сайте посты в следующих форматах:

- одно-два предложения с 1 ссылкой (стоимость от \$0.1)
- краткий обзор(до 1000 символов) (стоимость от \$1)
- подробный обзор сайта или продукта (стоимость от \$5)

Блоги очень быстро индексируются поисковиками, поэтому размещать в них ссылки на свой сайт очень эффективно для ускорения индексации.

Еще важное преимущество Блогуна, которое мне очень нравится - вы платите за ссылку на свой сайт только один раз, и она остается на все время существования блога. За нее не надо платить ежемесячно, как на других биржах ссылок.

Вы можете предоставить свой текст публикации либо заказать его написание блогерам. Кроме этого, можно указать такие параметры, как адрес нужной страницы на вашем сайте, скрыть любое упоминание о том, что пост был оплачен и задать нужные вам ключевые слова для текста ссылки.

6. Сделайте блог на своем сайте

Блог на том же движке Wordpress имеет большое преимущество для поисковиков - он имеет функцию пинга поисковиков и специальных сервисов, сообщая им о каждой новой публикации на вашем блоге. В итоге поисковый паук придет на ваш сайт гораздо быстрее, чем если бы сайт был без блога.

Чтобы эффективно использовать этот метод, нужно организовать блог не на поддомене, а в подпапке вашего основного сайта. Например, как это сделал мой знакомый блоггер Стивен Снелль на своем сайте VandelayDesign.com. Можете прочитать мое [интервью со Стивеном](#), которое он недавно дал для блога Shakin.ru.

После того, как вы организовали блог на вашем сайте, в админке зайдите в

Options - Writing - Update Services
(Настройки-Написание-Сервисы обновления)

и в самом низу вы найдете список сервисов для пинга.

Затем скопируйте мой список [100 сервисов для пинга](#), и вставьте их в окно. Теперь при публикации любого поста на вашем блоге все эти сервисы будут получать сигнал о том, что у вас появился новый материал, и поисковые пауки в ближайшее время посетят ваш блог и сайт.

7. Добавьте RSS ленту своего сайта в RSS агрегаторы

RSS агрегаторы - это сайты, которые публикуют анонсы материалов с различных сайтов, используя их RSS ленты. RSS агрегаторы хорошо индексируются поисковиками во многом благодаря тому, что на них много постоянно обновляющегося контента, то есть анонсов из RSS лент.

Вы можете бесплатно добавить RSS ленту своего сайта в RSS агрегаторы. Если у вашего сайта нет RSS ленты, то организуйте блог. Все блоги имеют RSS ленту, поэтому вы сможете добавить ее в RSS агрегаторы.

RSS агрегаторы:

<http://alfaru.com/rss/addrss.html>

<http://allfeed.net/addfeed.php>

<http://blog.inf.by/>

http://blogdir.ru/add_blog/

<http://blogs.yandex.ru/add.xml>

<http://blogus.ru/add/Default.aspx>

<http://catalog.eximer.net/add/>

<http://catalog.gpmv.ru/add/1>

<http://directory.mblog.ru/add.php>

<http://fozi.ru/addfeed.html>

<http://headlines.ru/site/addrss/>

<http://kanban.ru/add.asp>

<http://litecat.com/?link=add>

<http://liverss.ru/>
<http://news.nofollow.ru/?page=addrss>
<http://newsread.ru/add.htm>
<http://plazoo.com/ru/addrss.asp>
<http://redtram.ru/pages/addsource/>
<http://retranslator.ru/directory/add/>
http://rss.by/add/add_channel.html
http://rss.zelenkov.net/rss_add.php
<http://rss-lenta.ru/rss/add>
<http://rssnews.org.ua/index/5.html>
<http://rss-news.ru/addrss.html>
<http://rssportal.ru/webmaster.php>
<http://rssreader.ru/addfeed>
http://vsev.net/sites/services/rss/add_rss

8. Перенаправьте RSS ленту своего сайта через Feedburner

[Feedburner](#) - самый крупный в мире провайдер услуг по управлению RSS фидами. Его не так давно приобрел Google. Главный плюс перенаправления вашей RSS ленты через Feedburner - это то, что она будет гораздо быстрее индексироваться поисковиками.

9. Откройте e-mail рассылку

Казалось бы, странный метод. Вы спросите меня - зачем организовывать e-mail рассылку, когда нужно просто ускорить индексацию сайта? И я отвечу - открытие e-mail рассылки эффективно помогает ускорить индексацию сайта.

Дело в том, что на том же сервисе [Subscribe.ru](#) только что открытые рассылки анонсируются. Это дает возможность через этот анонс привлечь поисковики на свой сайт. Нужно только сразу сделать первый выпуск рассылки и поместить в него ссылку на свой сайт. Кроме этого, все выпуски рассылок на этом сервисе автоматически попадают в блог вашей рассылки, который тоже хорошо индексируется.

О том, как организовать e-mail рассылку, читайте в моей статье [E-mail рассылка как инструмент продвижения сайтов](#).

10. Сделайте ссылку на сайт в подписи на форумах

Добавьте ссылку в свою подпись на популярных форумах и напишите несколько сообщений. Поисковики любят форумы с высокой посещаемостью, поэтому ссылка с такого форума значительно ускоряет индексацию сайта.

По моим наблюдениям, ссылка в подписи на форуме оптимизаторов [Searchengines.ru](#) помогает поисковикам проиндексировать новый сайт в течение 1-4 дней. Ссылка в подписи на англоязычном форуме вебмастеров [DigitalPoint](#) позволяет роботу Google проиндексировать ваш сайт в течение 15-45 минут.

11. Добавьте свою новость в StumbleUpon или Digg

С помощью этого метода можно привлечь робота Google на свой сайт за 5-30 минут. Но для этого нужно сделать одну интересную статью на английском и опубликовать ее на своем сайте. Затем регистрируетесь в социальных сетях [StumbleUpon](#) и [Digg](#) и добавляете туда свою англоязычную страницу.

Подробнее о продвижении сайтов с помощью StumbleUpon вы можете прочитать в моей статье [Продвижение сайтов с помощью StumbleUpon](#).

Добавление в любые социальные сети позволяет значительно ускорить индексацию сайта, но по моим наблюдениям, самые эффективные социальные сети для ускорения индексации - это StumbleUpon и Digg.

12. Создайте блог на бесплатных блоговых сервисах

Блоги на популярных сервисах довольно быстро индексируются поисковиками. Достаточно создать там блог и написать несколько статей или заметок со ссылками на ваш сайт. Для дополнительного ускорения индексации можете добавить друзей или оставить комментарии на популярных блогах. Обычно робот приходит на сайт через 1-5 дней после создания бесплатного блога.

Вот список наиболее популярных блоговых сервисов:

[LiveJournal](#)
[Blogger](#)
[Liveinternet](#)
[Ya.ru](#)
[Blogs.Mail.ru](#)

13. Опубликуйте пресс-релиз

Пресс-релиз - это отличный способ ускорить индексацию сайта. Подробнее о пресс-релизах и о том, как их использовать для продвижения сайтов вы можете прочитать в моей статье [Продвижение сайта пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить](#).

Для ускорения индексации англоязычных сайтов вы можете использовать мою свежую [базу англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8](#).

14. Купите ссылку в постовом на популярном блоге

Постовой - это форма рекламы на блогах, когда блоггер ставит прямую ссылку на рекламодателя в начале или конце поста. Выбирайте блоги, которые часто обновляются и имеют хорошую посещаемость. Затраты составят от 3 до нескольких десятков долларов на одну ссылку в постовом.

Заходите на понравившийся вам блог, ищите раздел “Реклама на блоге” и пишите блоггеру. Большинство блоггеров предлагают рекламу на своих блогах, поэтому проблем найти подходящий блог не возникнет.

15. Напишите гостевой пост на популярном блоге

Гостевой пост - это когда вы пишете интересную и полезную статью по определенной тематике и по договоренности с блоггером высылаете ему свою статью, и он ее публикует на своем блоге. При этом указывается ваше авторство и ставится ссылка на ваш сайт.

Если вы обладаете профессиональными знаниями в какой-либо сфере и можете написать интересную статью, то этот способ замечательно подходит для ускорения индексации. Пишите статью и высылайте ее одному или нескольким блоггерам с указанием, что она уникальная. Многие блоггеры охотно разместят ваш материал, если он подходит их блогу по тематике, а вы эффективно ускорите индексацию своего сайта.

16. Возьмите интервью у популярного блоггера

Казалось бы, зачем брать интервью для ускорения индексации сайта? Дело в том, что многим блоггерам нравится давать интервью, и в большинстве случаев они поставят прямую ссылку на страницу с интервью на вашем сайте. Поисковые роботы часто посещают популярные блоги.

Этот метод подходит не для всех сайтов, но если у вас молодой и интересный тематический сайт или блог, то это хороший способ не только ускорить индексацию сайта, но и получить дополнительных посетителей на свой сайт.

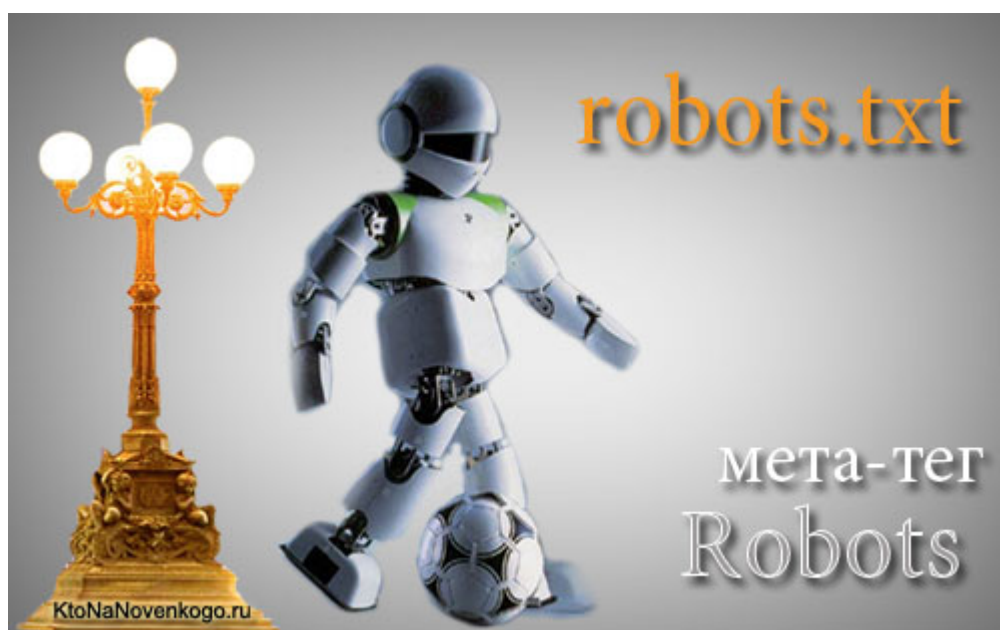
Подробнее о том, как брать интервью, вы можете прочитать в моей статье [Как увеличить посещаемость сайта с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть третья](#).

В целом могу сказать, что если вы используете вышеперечисленные методы ускорения индексации сайта, а также методы из статьи [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#), то вы гарантированно приведете поисковых роботов на свой сайт.

Часть VI/8. Улучшаем индексацию сайта поисковиками – Robots.txt для Joomla, SMF, WordPress

[Автор: Дмупуй KtoNaNovenkogo](#)

Для продвижение вашего сайта важно не только его уникальное наполнение, но и то, **как индексируется ваш сайт**. Надо очень четко понимать, что не все содержимое сайта (файлы и директории), созданного на каком-либо движке (Joomla, SMF или WordPress), должно быть доступно для индексирования. Если не прописать определенные правила поведения для [ботов поисковых систем](#), то в индекс поисковиков попадет множество страниц, не имеющих отношения к содержимому сайта, а также может произойти многократное **дублирование** информации (по разным ссылкам будет доступен один и тот же материал сайта), что поисковики не любят.



Для чего нужен файл robots.txt, как его можно посмотреть для любого сайта, блога, форума

Для того, чтобы задать правила поведения для поисковых ботов используется **файл robots.txt**. С его помощью мы сможем влиять на процесс индексации сайта. Robot.txt представляет из себя обычный текстовый файл, который вы сможете создать, и в дальнейшем редактировать, в любом текстовом редакторе (например, Notepad++). Поисковый робот будет искать этот файл в корневом каталоге вашего сайта и если не найдет, то будет индексировать все до чего сможет дотянуться.

Поэтому после написания требуемого файла robots.txt (все буквы в названии должны быть в нижнем регистре - без заглавных) его нужно [сохранить в корневую папку сайта](#), так чтобы он был доступен по такому адресу: http://vash_site.ru/robots.txt (например, мой файл robots.txt доступен по адресу <http://ktonanovenkogo.ru/robots.txt>).

Кстати, если вы хотите узнать как выглядит файл robots.txt того или иного сайта, то достаточно будет дописать к адресу главной страницы этого сайта /robots.txt. Это может быть полезно для определения наилучшего варианта для вашего файла robots.txt, но при этом надо учитывать, что для разных сайтовых движков оптимальный файл robots.txt будет выглядеть по разному. Поэтому если вы хотите определиться с **лучшим вариантом файла robots.txt**, допустим для форума на SMF, то и изучать файлы robots.txt нужно для форумов, построенных на этом движке.

Составные части (директивы) и правила написания файла robots.txt

Файл robots.txt имеет совсем не сложный синтаксис, который очень подробно описан, например, в [Яндексе](#). Обычно, в файле robots.txt указывается для какого поискового робота предназначены описанные ниже директивы (директива 'User-agent'), сами разрешающие ('Allow') и запрещающие директивы ('Disallow'), а также еще активно используется директива 'Sitemap' для указания поисковикам, где именно находится файл карты сайта.

Еще полезно указать в файле robots.txt какое из зеркал вашего сайта является главным в директиве 'Host'. Если даже у вашего сайта нет зеркал, то полезно будет указать в этой директиве, какой из вариантов написания вашего сайта является главным с www или без него. Т.к. это тоже является своего рода зеркалированием. Об этом я подробно рассказывал в этой статье: [Домены с www и без www — история появления, использование 301 редиректа для их склеивания](#).

Теперь поговорим немного о **правилах написания файла robots.txt**. Директивы в файле robots.txt имеют следующий вид:

```
1 <поле> : <пробел><значение><пробел>
2 <поле> : <пробел><значение><пробел>
```

Правильный файл robots.txt должен содержать хотя бы одну директиву «Disallow» после каждой записи «User-agent». Пустой файл robots.txt предполагает разрешение на индексирование всего сайта.

Указание названия поискового робота в директиве User-agent

Директива «User-agent» должна содержать название поискового робота. При помощи этой директивы можно указать каждому конкретному поисковому роботу, какие страницы сайта индексировать, а какие нет. Пример написания директивы «User-agent», адресованной всем поисковым ботам зашедшим на ваш сайт, выглядит так:

```
1 User-agent : *
```

Если вы хотите в директиве «User-agent» задать условия индексирования только для какого то одного поискового робота, например, Rambler, то нужно написать так:

```
1 User-agent : StackRambler
```

Робот каждой поисковой системы имеет своё название (например, для рамблера это StackRambler), как в приведенном выше примере. Здесь я приведу **список наиболее часто встречаемых поисковых роботов, самых известных поисковиков**:

| | | |
|--------------|---|--------------------------|
| 01 Google | http://www.google.com | Googlebot |
| 02 Yahoo! | http://www.yahoo.com | Slurp (или Yahoo! Slurp) |
| 03 AOL | http://www.aol.com | Slurp |
| 04 MSN | http://www.msn.com | MSNBot |
| 05 Live | http://www.live.com | MSNBot |
| 06 Ask | http://www.ask.com | Teoma |
| 07 AltaVista | http://www.altavista.com | Scooter |
| 08 Alexa | http://www.alexa.com | ia_archiver |
| 09 Lycos | http://www.lycos.com | Lycos |
| 10 Яндекс | http://www.ya.ru | Yandex |
| 11 Рамблер | http://www.rambler.ru | StackRambler |

| | | |
|-------------|---|-------------------------------|
| 12 Мэйл.ру | http://mail.ru | Mail.Ru |
| 13 Апорт | http://www.aport.ru | Aport |
| 14 Вебальта | http://www.webalta.ru | WebAlta (WebAlta Crawler/2.0) |

У крупных поисковых систем иногда кроме основных поисковых ботов имеются также отдельные боты для индексации блогов, новостей, изображений и т.д. Много информации по разновидностям поисковых роботов вы можете почерпнуть на [этом ресурсе](#).

Примеры использования директив (User-agent, Disallow, Host, Sitemap) в файле robots.txt

Приведу несколько простых примеров файла robots.txt с объяснением его действий.

1. Приведенный ниже код для файла robots.txt разрешает всем поисковым ботам индексировать весь сайт. Это задается пустой директивой Disallow.

```
1 User-agent: *
2 Disallow:
```

2. Следующий код, напротив, запрещает всем поисковикам индексировать сайт. Устанавливает это директива Disallow с "/" в поле значения.

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /
```

3. Такой файл robots.txt будет запрещать всем поисковикам индексировать содержимое каталога /image/ (<http://mysite.ru/image/> - путь к этому каталогу)

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /image/
```

4. В приведенном ниже примере, для индексирования будут запрещены директория «image», а так же все файлы и директории, начинающиеся с символами «image», т. е. файлы: «image.htm», «images.htm», директории: «image», «images1», «image34» и т. д.):

```
1 User-agent: *
2 Disallow: /image
```

5. При описании путей для директив Allow-Disallow можно использовать **символы '*' и '\$'**, задавая, таким образом, определенные логические выражения. Символ '*' означает любую (в том числе пустую) последовательность символов. Следующий пример запрещает всем поисковикам индексацию файлов с расширением ".aspx":

```
1 User-agent: *
2 Disallow: *.aspx
```

Во избежания возникновения неприятных проблем с зеркалами сайта ([Домены с www и без www — история появления, использование 301 редиректа для их склеивания](#)), рекомендуется добавлять в файл robots.txt директиву **Host**, которая указывает роботу Яндекса на главное зеркало вашего сайта ([Директива Host, позволяющая задать главное зеркало сайта для Яндекса](#)). По правилам написания robots.txt в записи для User-agent должна быть хотя бы одна директива Disallow (обычно ставят пустую, ничего не запрещающую):

```
1 User-agent: Yandex
```

```
2 Disallow:  
3 Host: www.site.ru
```

либо

```
1 User-agent: Yandex  
2 Disallow:  
3 Host: site.ru
```

в зависимости от того что для вас оптимальнее.

Директива Sitemap указывает на местоположение карты сайта в формате .xml. В качестве параметра указывается путь к файлу, включая http://. Например:

```
1 Sitemap: http://site.ru/sitemap.xml
```

Назначение и синтаксис мета-тега Robots

Существует **альтернативный способ** сообщить роботам поисковиков о том, можно ли индексировать данную конкретную страницу или нет. Для этого внутри тега "HEAD" нужной страницы, прописывается **МЕТА-тег "Robots"** и так повторяется для всех страниц, к которым нужно применить то или иное правило индексации. Пример применения мета-тега:

```
1 <html>  
2 <head>  
3 <meta name="robots" content="noindex,nofollow">  
4 <meta name="description" content="Эта страница ....">  
5 <title>...</title>  
6 </head>  
7 <body>  
8 ...
```

В этом случае роботы всех поисковых систем должны будут забыть об индексации этой страницы (об это говорит noindex в мета-теге) и анализе размещенных на ней ссылок (об этом говорит nofollow) .

Существуют только две пары директив: [no]index и [no]follow. **Index** указывают, может ли робот **индексировать страницу**. **Follow** - может ли он **следовать по ссылкам со страницы**. Значения по умолчанию – "index" и "follow". Есть также укороченный вариант написания с использованием "all" и "none", которые обозначают активность всех директив или, соответственно, наоборот: all=index,follow и none=noindex,nofollow.

Для блога на WordPress вы сможете настроить мета-тег Robots, например, с помощью плагина All in One SEO Pack - [Боремся с дублированием контента в блоге на WordPress, запрещая индексацию архивов тегов, категорий или временных архивов в плагине All in One SEO Pack](#)

Ну все, с теорией покончено и пора переходить к практике, а именно, к составлению оптимальных файлов robots.txt для Joomla, SMF и WordPress. Но об этом уже [во второй части статьи](#).

[Вторая часть:](#)

Файл robots.txt в купе с [мета-тегом Robots](#) позволяют указать поисковым системам **какие страницы сайта индексировать**, а какие нет.



К тому же, у проектов, созданных на основе какого-либо движка (Joomla, WordPress, SMF и др), имеется множество вспомогательных файлов не несущих никакой информативной нагрузки. Если не запретить индексацию всего этого мусора в *robots.txt*, то время, отведенное поисковыми системами на индексацию вашего сайта, будет тратиться на перебор [поисковыми ботами](#) файлов движка на предмет поиска в них информационной составляющей. В этом случае, времени на полноценную **индексацию сайта** может не остаться.

Как запретить индексацию поисковыми системами дубликатов на сайте через robots.txt

Кроме того, следует стремиться к уникальности контента на своем проекте и не следует допускать дублирования контента (информационного содержимого) вашего сайта в индексе поисковых систем. Дублирование может возникнуть в том случае, если один и тот же материал будет доступен по разным адресам. Поисковые системы, проводя индексацию сайта, обнаружат дубли и, возможно, примут меры к некоторой пессимизации вашего ресурса.

Если ваш проект создан на основе какого-либо движка (Joomla, SMF, WordPress), то *дублирование контента* будет иметь место возможно с высокой вероятностью, а значит нужно с ним бороться, в том числе и с помощью запрещающих индексацию директив файла **robots.txt**.

Например, в WordPress, страницы с очень похожим содержимым, могут попасть в индекс поисковика если разрешена индексация содержимого рубрик, содержимого архива тегов и содержимого временных архивов. Но если с помощью **мета-тега Robots запретить индексацию** архива тегов и временного архива (можно теги оставить, а запретить индексацию содержимого рубрик), то дублирования контента не возникнет. Для этой цели в WordPress лучше всего будет воспользоваться возможностями [плагина All in One SEO Pack](#).

Еще сложнее с дублированием контента обстоит дело в форумном движке SMF. Если не производить тонкую **настройку индексации сайта поисковиками в robots.txt**, то в индекс поисковых систем попадут многократные дубли одних и тех же постов. В Joomla иногда возникает проблема с дублированием контента обычных страниц и их копий, предназначенных для печати.

Robots.txt предназначен для задания глобальных правил запрета индексации в целых директориях, либо в файлах и директориях, в названии которых присутствуют заданные символы (по маске). Примеры задания таких правил вы можете посмотреть в первой статье этой серии: [Назначение и синтаксис файла robots.txt](#).

Для запрета индексации поисковыми системами одной единственной страницы, удобно использовать мета-тег Robots, который прописывается в шапке (между тегами head) нужной страницы. Подробно о синтаксисе мета-тега Robots можно почитать здесь: [Назначение и синтаксис мета-тега Robots](#). Для запрета индексации внутри страницы можно использовать тег NOINDEX, но он, правда, поддерживается только поисковой системой Яндекс.

Включение директивы Host в файл robots.txt для Яндекса

Теперь давайте рассмотрим конкретные примеры robots.txt, предназначенного для разных движков - Joomla, WordPress и SMF. Естественно, что все три файла robots.txt, созданные для разных движков, будут существенно (если не сказать кардинально) отличаться друг от друга. Правда, будет во всех этих robots.txt один общий момент и момент этот связан с поисковой системой Яндекс.

Т.к. в рунете поисковик Яндекс имеет достаточно большой вес, то нужно учитывать все нюансы его работы, то для корректной индексации сайта Яндексом нужно добавить директиву Host в файл robots.txt. Эта директива, в явной форме, укажет Яндексу главное зеркало вашего сайта. Более подробно почитать об этом вы можете здесь: [Директива Host, позволяющая задать главное зеркало сайта для Яндекса](#).

Для указания директивы Host советуют использовать отдельную директиву User-agent в файле robots.txt, предназначенную только для Яндекса (User-agent: Yandex). Это связано с тем, что остальные поисковые системы могут не понимать директиву Host и, соответственно, ее включение в директиву User-agent, предназначенную для всех поисковиков (User-agent: *), может привести к негативным последствиям.

Как обстоит дело на самом деле - сказать трудно, ибо [алгоритмы работы поисковиков](#) - это вещь в себе, поэтому лучше сделать в robots.txt все так, как советуют. Но в этом случае в файле robots.txt вам придется дублировать в директиве User-agent: Yandex все те правила, что вы задали в директиве User-agent: *. Если вы оставите директиву User-agent: Yandex с пустой директивой Disallow:, то таким образом вы в robots.txt разрешите Яндексу индексировать все содержимое сайта.

Прежде чем перейти к рассмотрению конкретных вариантов файла robots.txt, хочу вам напомнить, что проверить работу своего файла robots.txt вы можете в панелях вебмастеров поисковых систем. О том, как это сделать, вы можете почитать в материалах этой рубрики - [Панели для вебмастеров в поисковых системах](#).

Правильный robots.txt для форума на движке SMF (Simple Machines Forum)

Для форума на движке SMF правильным будет файл robots.txt следующего содержания (взят с форума технической поддержки SMF из [этой темы](#)) :

```
01 User-agent: *
02 Allow: /forum/*sitemap
03 Allow: /forum/*arcade
04 Allow: /forum/*rss
05 Disallow: /forum/attachments/
06 Disallow: /forum/avatars/
07 Disallow: /forum/Packages/
08 Disallow: /forum/Smileys/
09 Disallow: /forum/Sources/
10 Disallow: /forum/Themes/
11 Disallow: /forum/Games/
```

```
12 Disallow: /forum/*.msg
13 Disallow: /forum/*.new
14 Disallow: /forum/*sort
15 Disallow: /forum/*topicseen
16 Disallow: /forum/*wap
17 Disallow: /forum/*imode
18 Disallow: /forum/*action
19
20 User-agent: Slurp
21 Crawl-delay: 100
```

Обратите внимание, что этот robots.txt приведен для того случая, когда ваш форум SMF установлен в директории forum основного сайта. Если форум не стоит в директории, то просто удалите из всех правил /forum. Авторы данного варианта файла robots.txt для форума на движке SMF говорят, что он даст максимальный эффект, если вы не будете активировать на своем форуме дружественные URL (ЧПУ).

Дружественные URL в SMF можно активировать или деактивировать в админке форума, пройдя по следующему пути: в левой колонке админки выбираете пункт "Характеристики и настройки", в нижней части открывшегося окна находите пункт "Разрешить дружественные URL", где можете поставить или снять галочку.

Еще один **правильный файл robots.txt для форума SMF** (но, наверное, еще не окончательно оттестированный):

```
01 User-agent: *
02 Allow: /forum/*sitemap
03 Allow: /forum/*arcade # если не стоит мод игр, удалить без пропуска строки
04 Allow: /forum/*rss
05 Allow: /forum/*type=rss
06 Disallow: /forum/attachments/
07 Disallow: /forum/avatars/
08 Disallow: /forum/Packages/
09 Disallow: /forum/Smileys/
10 Disallow: /forum/Sources/
11 Disallow: /forum/Themes/
12 Disallow: /forum/Games/
13 Disallow: /forum/*.msg
14 Disallow: /forum/*.new
15 Disallow: /forum/*sort
16 Disallow: /forum/*topicseen
17 Disallow: /forum/*wap
18 Disallow: /forum/*imode
19 Disallow: /forum/*action
20 Disallow: /forum/*prev_next
21 Disallow: /forum/*all
22 Disallow: /forum/*go.php # либо тот редирект что стоит у вас
23 Host: www.мой сайт.ru # указать ваше главное зеркало
24
25 User-agent: Slurp
26 Crawl-delay: 100
```


Как вы можете видеть в этом robots.txt, директива host, предназначенная только для Яндекса, включена в директиву User-agent для всех поисковиков. Я бы, наверное, все-таки добавил **отдельную директиву User-agent в robots.txt только для Яндекса**, с повтором всех правил. Но решайте сами.

Правило:

```
1 User-agent: Slurp
2 Crawl-delay: 100
```

связано с тем, что поисковая система Yahoo (Slurp - это имя его поискового бота) сканирует ваш сайт в много потоков, что может негативно сказаться на его производительности. В этом правиле robots.txt, директива Crawl-delay, позволяет задать поисковому роботу Yahoo минимальный период времени (в секундах) между концом закачки одной страницы и началом закачки следующей. Это позволит снять нагрузку на сервер **при индексации сайта поисковой системой Yahoo**.

Для удаления из индекса поисковиков версий для печати страниц форума SMF рекомендуют проделать, описанные ниже операции (для их осуществления понадобится открыть некоторые файлы движка на редактирование - [Как открыть файл вашего сайта на редактирование с помощью программы FileZilla](#)). В файле Sources/Printpage.php находите (например, с помощью встроенного поиска в Notepad++) строку:

```
1 fatal_lang_error(472, false);
```

Вставляете сразу под ней:

```
1 $context['robot_no_index'] = true;
```

В файле Themes/название_вашей_темы_оформления/Printpage.template.php находите строку:

```
1 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=', $context['character_set'],
1 ' " />
```

Вставляете ниже нее следующую строку:

```
1 <meta name="robots" content="noindex" />
```

Если вы так же хотите, чтобы в версии для печати была ссылка для перехода на полную версию форума (в случае, если часть страниц для печати уже попали в индекс поисковиков), то в том же файле Printpage.template.php вы находите строку с открывающим тегом HEAD:

```
1 <head>
```

И вставляете ниже строку:

```
1 <a href="http://www.мой сайт.ru/">На форум</a>
```

Получить больше информации по этому варианту файла **robots.txt для форума SMF** вы можете, почитав [эту ветку](#) русскоязычного форума поддержки SMF.

Правильный robots.txt для сайта на Joomla

Рекомендованный файл **robots.txt для Joomla** выглядит так:

```
01 User-agent: *
```

```
02 Disallow: /administrator/  
03 Disallow: /cache/  
04 Disallow: /components/  
05 Disallow: /images/  
06 Disallow: /includes/  
07 Disallow: /installation/  
08 Disallow: /language/  
09 Disallow: /libraries/  
10 Disallow: /media/  
11 Disallow: /modules/  
12 Disallow: /plugins/  
13 Disallow: /templates/  
14 Disallow: /tmp/  
15 Disallow: /xmlrpc/
```

В принципе, здесь практически все учтено и работает этот **файл robots.txt для Joomla** хорошо, запрещая индексацию поисковыми системами того, что индексировать не следует. Единственное, в этот правильный robots.txt следует добавить отдельное правило User-agent: Yandex для вставки директивы Host, определяющей главное зеркало сайта для Яндекса, а так же **указать в robots.txt путь к файлу Sitemap**. Поэтому в окончательном виде **правильный robots.txt для Joomla**, по-моему мнению, должен выглядеть так:

```
01 User-agent: *  
02 Disallow: /administrator/  
03 Disallow: /cache/  
04 Disallow: /includes/  
05 Disallow: /installation/  
06 Disallow: /language/  
07 Disallow: /libraries/  
08 Disallow: /media/  
09 Disallow: /modules/  
10 Disallow: /plugins/  
11 Disallow: /templates/  
12 Disallow: /tmp/  
13 Disallow: /xmlrpc/  
14  
15 User-agent: Yandex  
16 Disallow: /administrator/  
17 Disallow: /cache/  
18 Disallow: /includes/  
19 Disallow: /installation/  
20 Disallow: /language/  
21 Disallow: /libraries/  
22 Disallow: /media/  
23 Disallow: /modules/  
24 Disallow: /plugins/  
25 Disallow: /templates/  
26 Disallow: /tmp/  
27 Disallow: /xmlrpc/  
28 Host: vash_sait.ru  
29
```

30 Sitemap: http://vash_sait.ru/index.php?option=com_xmap&sitemap=1&view=xml&no_html=1

Да, еще обратите внимание, что во втором варианте файла `robots.txt` для Joomla нет директивы `Disallow: /images/`, **запрещающей индексацию картинок вашего сайта**. Я забыл сначала акцентировать ваше внимание на этом, но мне об этом напомнил уважаемый **Alex**, написавший следующее:

В Joomla не правильно закрывать от индексации поисковыми системами папку Images. Закрыв ее от индексации в `robots.txt`, вы не будете участвовать в поиске по картинкам Яндекс и Google. А если у вас еще и изображения уникальные, так вы будете терять еще один весомый аргумент, для показа поисковикам, что ваш проект интересный

Полностью с ним согласен в том, что если изображения, используемые на вашем проекте уникальные, и вы хотите, чтобы посетители находили ваш сайт еще и с поиска по картинкам от Яндекс и Google, то обязательно удалите это правило из своего файла `robots.txt`, но так же не забывайте прописывать всем вашим изображениям атрибуты Alt и Title ([Для участия ваших изображений в поиске по картинкам Яндекс и Google прописываем теги ALT и TITLE](#)). Именно по ключевым словам, прописанным в этих атрибутах и будут приходить целевые посетители на ваш проект с поиска по картинкам Яндекс и Google.

При создании интернет магазина для Joomla на основе компонента VirtueMart я столкнулся с тем, что в индекс поисковой системы стали попадать версии для печати страниц этого самого магазина. Кнопка, ведущая на страницу для печати, была необходима (заказчик так хотел), поэтому оставался только вариант с **запрещением индексации страниц для печати в `robots.txt`**.

Но все оказалось совсем не сложно. Дело в том, что для создания версии для печати в Joomla используется такой же адрес страницы, за исключением одного: обращение идет не к файлу `index.php`, а к файлу `index2.php`. При этом не осуществляется загрузка шаблона Joomla, т.е. выводится только содержимое страницы на весь экран. Поэтому, для запрещения индексации версий страниц для печати в VirtueMart, я **добавил в файл `robots.txt` для Joomla** следующее правило:

1 Disallow: /index2.php?page=shop

Вы тоже можете добавлять свои правила в `robots.txt`, но после этого обязательно **проверьте `robots.txt`** - достигли ли вы желаемого результата. Для это используйте соответствующие [инструменты панелей вебмастеров поисковиков](#).

Правильный `robots.txt` для блога на WordPress

Не буду приводить пример **файла `robots.txt` для WordPress**, который рекомендуют разработчики. Вы и сами можете его посмотреть. Многие блогеры вообще не ограничивают роботов поисковых систем в индексации их блогов на WordPress. Чаще всего в WordPress блогах можно встретить файл `robots.txt` автоматически заполненный плагином Google XML Sitemaps ([Установка и настройка плагина для WordPress Google XML Sitemaps для создания карты сайта в формате XML — для поисковых систем](#)), в котором присутствует лишь ссылка на адрес карты сайта для WordPress-блога, созданной этим плагином.

Но, по-моему, все-таки следует **запретить индексацию в `robots.txt`** тех файлов вашего блога на WordPress, которые не имеют отношения к информационный составляющей. Во-первых, на это уйдет много времени у поискового бота и может совсем не остаться времени для индексации статей на вашем блоге под управлением WordPress. Во-вторых, индексация всего того мусора, что вы поленитесь **запретить в `robots.txt` для индексации в WordPress**, будет создавать довольно приличную нагрузку на сервер, а у WordPress и без этого есть с этим проблемы ([Оптимизируем блог на WordPress для снижения его нагрузки на сервер хостинг-провайдера](#)).

Поэтому, здесь я приведу в **правильный robots.txt** для блога на **WordPress**, а вам уже решать, использовать его в таком виде, использовать свой вариант robots.txt для WordPress или же не использовать robots.txt вообще:

```
01 User-agent: *
02 Disallow: /cgi-bin
03 Disallow: /wp-admin
04 Disallow: /wp-includes
05 Disallow: /wp-content/plugins
06 Disallow: /wp-content/cache
07 Disallow: /wp-content/themes
08 Disallow: /trackback
09 Disallow: */trackback
10 Disallow: */*/trackback
11 Disallow: */*/feed/*/
12 Disallow: */feed
13 Disallow: /*?*
14
15 User-agent: Yandex
16 Disallow: /cgi-bin
17 Disallow: /wp-admin
18 Disallow: /wp-includes
19 Disallow: /wp-content/plugins
20 Disallow: /wp-content/cache
21 Disallow: /wp-content/themes
22 Disallow: /trackback
23 Disallow: */trackback
24 Disallow: */*/trackback
25 Disallow: */*/feed/*/
26 Disallow: */feed
27 Disallow: /*?*
28 Host: ktonanovenkogo.ru
29
30 Sitemap: http://ktonanovenkogo.ru/sitemap.xml.gz
31 Sitemap: http://ktonanovenkogo.ru/sitemap.xml
```

Пока что индексация блога при таком варианте файла robots.txt для WordPress меня полностью устраивает. Но запрет на индексацию определенных страниц блога задаются не в этом файл, а с помощью **мете-тега Robots**. Он у меня используется для запрета индексации страниц с архивом тегов и временным архивом.

Для того, чтобы прописать этот тег я не прибегал к правке кода файлов движка WordPress. В этом не было необходимости, т.к. все это можно осуществить простой установкой или снятием галочек в соответствующих пунктах чудесного **плагина для WordPress - All in One SEO Pack** ([Установка и настройка плагина All in One SEO Pack](#)).

Часть VI/9. Влияет ли Sitemap на индексацию?

Автор: Богдан Глушак (Profit Hunter)

Вы много слышали о Sitemap, но на сколько он эффективен, когда речь идет о скорости индексации новых страниц?

Вы будете очень удивлены, но отсылка Sitemap действительно прекрасно работает. Подробно результаты экспериментов представлены на графиках:



Как видно из графиков, среднее время, через которое бот Google посещает новые страницы, при отправлении карты сайта составляет всего 14 минут, без отправления карты – 1375. Для Yahoo 245 минут с картой и 1773 минуты без Sitemap соответственно.

Есть мнение, что если не опралять Sitemap, то это помогает выявить проблемы со структурой сайта. Конечно, если вы не уверены в структуре ссылок сайта и подозреваете, что могут быть проблемы с «естественным» нахождением ботом новых страниц, то, не отправляя Sitemap, вы сможете обнаружить эти проблемы. Однако, если в структуре сайта вы уверены, то такая мелочь как отправка Sitemap поможет в десятки раз ускорить индексацию новых страниц.

Глава VII. Продвижение в буржнете

В этом разделе обсуждаются методы продвижения англоязычных сайтов. Если ваши интересы не ограничиваются рунетом, обязательно прочитайте статьи из этого раздела.

Часть VII/1. Как вывести сайт в топ под англоязычный сегмент

[Автор: Дмитрий Голополов \(Dimok\)](#)

В данном посте речь пойдет о том, как продвигать сайты под англоязычный сегмент интернета, и как это можно делать эффективно. Это гостевой пост от Виктора ака [SeoProfy](#).

Для начала нужно для себя определить, что нужно - трафик или топ по позициям. При продвижении эффективно нужно использовать оба варианта, что бы достигать толковых результатов. Большой трафик не всегда идет от ВЧ запросов по вашей тематике, 70% его процентов по статистике идет от НЧ и СЧ запросов.

Итак, давайте рассмотрим **каким же образом можно достичь топа по ВЧ запросам под англоязычный сегмент интернета:**

1. Обычно продвижение начинают с молодых сайтов и тут вступает в силу фильтр от поисковой системы Google – sandbox

Sandbox или песочница – это фильтр, который Google применяет к недавно созданным сайтам, которые стремятся в топ поисковой выдачи по ВЧ (высокочастотным) запросам. Сайт может быть под фильтром от месяца до года.

Как его обойти или как его быстрее проскочить? обычный встречный вопрос

Что бы быстрее пройти этот фильтр нужно наращивать ссылочную массу на сайт с очень авторитетных сайтов.

Что бы я для начала порекомендовал делать:

- прикупить пару десятков толковых сквозных ссылок с сайтов/блогов

У которых высокий PR (3-6) если позволяет бюджет можно и больше. Сайты должны быть многостраничными, тогда эффект от продвижения будет лучше. Поисковая система Google любит сквозные ссылки.

- прогнать сайт по толковой базе каталогов статей

Есть как открытые, так и закрытые сети каталогов статей. По закрытым можно прогнать за определенную сумму денег. Обычно это до 100 долларов.

- сделать ручной прогон по хорошей базе англоязычных каталогов

Есть немало толковых регистраторов по англоязычным каталогам, которые действительно это делают нормально. Можно поискать на форумах или немножко погуглить.

- разместить с десяток постовых с толковых трастовых блогов

По практике скажу, что под англоязычный сегмент ссылки с русскоязычных блогов подходят на ура. Это в основном использую, так как там постовых на порядок дороже, так же как и ссылки.

- размещения сайтов в платных директориях (каталогах)

Это могут быть такие каталоги как dir.yahoo.com, business.com и другие. Такие каталоги имеют большой вес и частично передадут его на ваш сайт.

Это вариант для новых сайтов. Хотя для старых такие же действия не помешают.

2. Если же сайт уже не новый

То тут в первую очередь нужно сделать грамотную оптимизацию сайта для продвигаемых страниц и не только, а потом так же грамотную перелинковку.

И дальше все за ссылочной массой и распределением по времени этих ссылок.

Как я упомянул раньше, что поисковая система Google любит сквозные ссылки, и чем больше их будет стоять по определенным запросам на сайт, тем больше шансов получить топ.

Зачастую такие ссылки стоят от 10 до ста и больше долларов в месяц, поэтому, слишком много их не купишь, если ограничен бюджет.

В данном случае подходят ссылки так же с русскоязычных ресурсов. У нас всегда дешевле, а результат почти тот же.

Где же найти сквозные ссылки?

Обычно можно найти на форумах в разделах купли или обмена, или через блоги. Я постоянно наращиваю базу людей, которые продают сквозные ссылки, так как есть необходимость продвигать сайты клиентов и свои в топ. Таких людей есть не мало, дам наводку, это те кто делают свои десятки и сотни сайтов для своих проектов, как вариант монетизации они продают сквозняки.

Дальше нужна еще ссылочная масса, и вот то что можно делать и делаю я:

- каталоги статей
- закрытые каталоги статей
- каталоги
- закрытые каталоги
- размещение статей навсегда на тематических сайтах
- размещение контекстных ссылок навсегда
- постоянное размещение постовых в блогах
- закупка ссылок через биржи sare.ru и tn timer.net
- регистрация в платных каталогах
- стараться попасть в открытый каталог (Dmoz)

Для каждой тематики ссылочная масса разная. И от этого зависит распределение. Для начала советую проанализировать конкурентов на обратные ссылки, что бы видеть общую картину.

3. Работа с контентом

Чем больше оптимизированного уникального контента, который грамотно перелинкован, тем больше трафика будет на сайте.

Если посмотреть сайты, на которых сотни тысяч и больше переходов в сутки имеют в индексе такое же количество страниц.

Как нужно писать и оптимизировать контент:

- одно слово на одну статью – это лучший вариант и будет собирать больше всего трафика.

- что бы новые статьи появлялись на главной странице сайта
- средний размер статьи 1.5 – 2 тысячи символов
- в статье ставить 3-5 ссылок на ключевые слова из других статей и на главную

Статей можно добавлять по 3-5 в день. Все зависит от ваших возможностей, можно и больше, главное, что бы бот гугла постоянно бывал на сайте.

Средний срок вывода сайта в топ англоязычного Google 4-6 месяцев. Опять же как и говорил зависит от тематики и конкуренции слов. Чем сложнее тематика, тем больше денег и времени, или просто времени.

PS: не стоит закупать ссылки очень быстро, так как у Google есть еще куча разных фильтров, которые могут помешать продвижению сайта. **Про фильтры Google [читаем здесь](#).**

4. Делаем сетку тематических сайтов или блогов

Практика показывает, что лучше потратится на создание и прокачку своих сателлитов чем постоянно прикупать ссылки у других людей.

Для начала можно сделать 10-20 блогов или сайтов, и потихоньку их прокачивать теми же:

- каталогами
- каталогами статей

Что бы к следующему апдейту PR у них были показатели.

Для многих не сильно конкурентных тематик сетка из 20 блогов может полностью поддерживать сайт в топе.

Для создания блога вам нужно:

- контент
- настройка блога
- прокачка

Это занимает немало времени и денег, но в перспективе дает нормальный результат.

Часть VII/2. Где брать ссылки для англоязычного сайта

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Очень часто поступают такого рода вопросы. В данном посте я постараюсь рассказать где можно брать [ссылки](#) для того что бы продвигать **англоязычные сайты**.

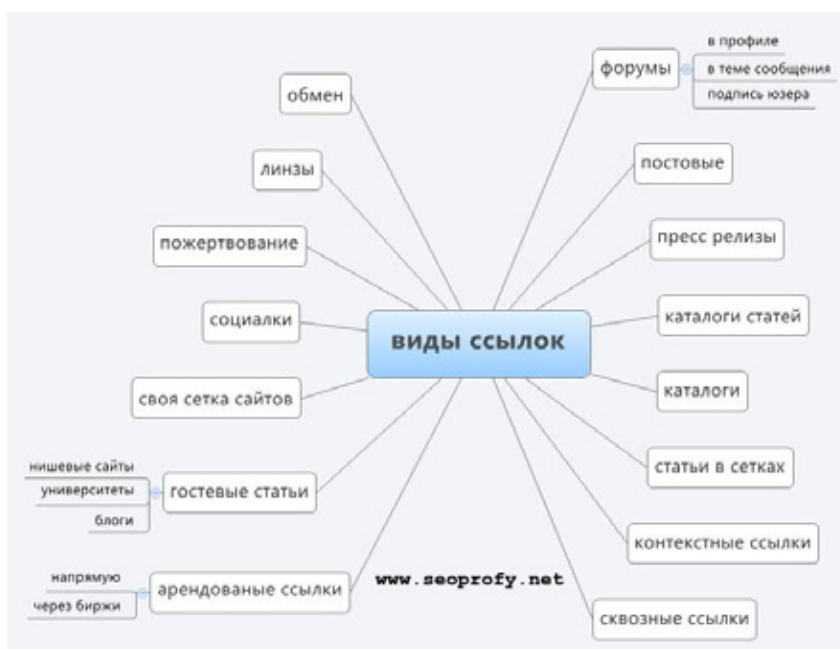
Где брать ссылки?

для англоязычного сайта



www.seoprofy.net

Давайте сначала я напомним, какие ссылки я использую для [продвижения сайта](#):



Вот так это выглядит на картинке, а теперь по порядку и с примерами!

1. Каталоги

Как не странно, но ссылки с каталогов на ура работают в англоязычном сегменте. Очень ценятся качественные каталоги. Можно самому искать базы, потом ручкам или автоматом регистрировать сайт по ним.

А можно делать как я, просто заказывать у тех, кто этим занимается долгое время.

Как найти регистраторов в каталогах?

Очень просто, я использую 2 способа:

А) на форуме (в [этом разделе](#))

Б) в [Google](#)

Много интересных предложений можно найти просто погуглив, можно вбивать такие **комбинации как:**

submit to directories

directories submission

и так дальше.

2. Каталоги статей

Размещение статей в каталогах статей отлично работает и его можно использовать. Есть как платные сабмиты, так и бесплатные.

Платные – я имею ввиду приватные каталоги статей, со 100% размещением в них. Это могу быть такие сервисы как [SeoCity](#).

Есть и другие сервисы, очень даже неплохие, что бы их найти погуглите по таким запросам:

article submission service

article submission

article submission sites

Я не хочу рекомендовать какие лучше, а какие хуже, сам постоянно заказываю разные прогоны, и тестирую на отдачу. В англоязычном сегменте есть цены вполне адекватные, и хороший результат. Оплатить можно по карте visa или paypal.

3. Статьи в сетках

В последнее время для меня это один из самых эффективных способов.

Статьи в сетках – означает, что у кого-то есть сетка сайтов, например 50-100 штук, и они делают в ней размещение за деньги. Один из способов их содержать.

Например, размещение стоит 100-200 долларов, все зависит от количества сайтов и их параметров. Плюс необходимо написать статью и ее качественно размножить под 50-100 сайтов.

Важно так же что бы сайты были тематические, то есть схожей с тематикой продвигаемого вами сайта. Тогда отдача будет гораздо больше. Статьи размещаются навсегда.

Как найти владельцев сеток сайтов?

А) форумы

На том же forums.digitalpoint.com можно найти много полезных контактов, главное хотеть.

Б) знакомые

Спросить у оптимизаторов. Многие, конечно же, не палят такое, но все-таки можно с этого получить нужный результат.

У меня достаточно есть знакомых, у которых есть сетки сайтов, и которые делают размещения, если интересно, стучитесь, договоримся.

В) по анализу конкурентов

Как я уже не раз писал полезно делать анализ обратных ссылок конкурентов. Там много чего интересного и полезного найти.

В том числе и сайты сеток, в которых они размещаются. Дальше написать владельцу через форум контактов одного или пару таких сайтов, а так же продублировать на почту, которая указана в whois.

4. Постовые

Постовые в блогах достаточно эффективны при продвижении сайта. Уже писал на эту заезженную тему не раз.

Где взять постовые на англоязычных блогах?

А) биржи

<http://www.sponsoredreviews.com/>

<http://www.blogvertise.com/>

<https://payperpost.com>

<http://www.buyblogreviews.com/>

<http://linkfromblog.com/>

и другие...

Б) сбор базы ручками и работа напрямую

Как и для русскоязычных блогов, так же можно собрать и для англоязычных. На поиски понадобится время, но оно в дальнейшем компенсируется.

Достаточно найти 30-50 блоггеров и договорится с ними. Я договоренность напрямую есть плюсы, например:

- оперативность

- скидки на опт

5. Пресс релизы

Пресс релизы полезны для продвижения, во первых это ссылки на продвигаемый сайт, а иногда это еще и трафик.

Вот примеры пресс релизов:

<http://www.articlesbase.com/dating-articles/dating-a-ukrainian-woman-three-reasons-why-you-will-marry-her-320057.html>

<http://ezinearticles.com/?The-First-Date-With-A-Ukraine-Woman&id=518994>

Иногда достаточно добавить пресс релиз в один-пять топовых топ пресс релизовых директорий, и все остальные мелкие сами растянут.

Как найти сайты пресс релизов?

А) Гуглим

Вбиваем в поиск:

press release directory

и так дальше, найдете топовые сайты.

А так же на русском, многие блоггеры выкладывали списки сайтов по пресс релизам.

Б) на форумах

На серче, на диджитал поинте и других..

Пресс релизы отлично работают, скажу по практике, это нормальный способ получить ссылки. А топовые сайты пресс релизов имеют отличный траст.

6. Контекстные ссылки

Если вы хоть раз использовали Gogetlinks, то наверняка должны знать про контекстные ссылки.

Это ссылки, которые ненавязчиво, размещаются в тексте статьи. Зачастую они размещаются навсегда.

Где их взять?

А) биржи

<http://www.v7n.com/contextual/>

<http://getgoodlinks.net/> (англ версия getgoodlinks.ru)

<http://www.contextual-style.com/>

<http://www.contextualtextlink.com/services/contextual-links>

б) форумы

digitalpoint, searchengines, и другие...

7. Арендованные ссылки

Речь идет о ссылках, за которые нужно платить ежемесячно. Это как ссылки с главной так и внутренние.

Где их взять?

А) биржи ссылок

Вот небольшой список бирж:

<http://www.linkadage.com/>

<http://www.buy-text-links.biz/> пиаристые ссылки

<http://www.text-link-ads.com/> крупнейшая биржа, но очень дорого

<http://www.selinks.com/>

<http://www.textlinkbrokers.com/> – сео контора, но так, же продают и есть свои сайты

<http://www.receiveilinks.com/> – инфа про ссылки через запрос

<http://www.textlinksdepot.com/>

<http://www.backlinks4u.com/> – адекватные цены

<http://www.backlinks.com/>

<http://www.sape.ru/> – тут есть чуток ссылок, хоть и много мусора, но проверенно, что топ можно сделать сапой.

И другие...

В последнее время я биржами пользуюсь все меньше и меньше, но они дают быстрее эффект чем от ссылок навсегда.

Б) напрямую

В пункте А есть пару сайтов где продают напрямую ссылки ручками. А так же искать на:

Форумах как digitalpoint, seacrhengines и другие.

Многие так и зарабатывают. Налаживают базы контактов с вебмастерами и владельцами сайтов, и продают тем, кому надо ссылки с определенной наценкой.

8. Сквозные ссылки

Для продвижения англоязычных сайтов эффективно использовать сквозные ссылки. То есть, например ссылка, которая находится на всех страницах сайта.

Такое эффективно больше для сайтов с большим количеством контента, сквозные ссылки отлично передают траст.

Где брать сквозные ссылки?

А) напрямую

- с владельцами ресурсов

- на форумах (тут очень часто можно найти)

Б) гуглить

Просто вбиваем:

buy site wide links

site wide links

и ищем

в) биржи

на некоторых биржах встречаются те кто продают сквозные ссылки или как называют сквозняки. Тут <https://www.selinks.com> точно есть, но выбор небольшой.

Гораздо выгоднее договариваться с владельцами сайтов.

9. Гостевые статьи

Как и в рунете стало популярно писать гостевые посты в блогах, так такое было уже давно. Для начала необходимо найти подходящие блоги или площадки. Дальше написать владельцам с предложением гостевой статьи.

Уточнить тему, а тогда только приступать.

А) можно написать ее самому

Если вы хорошо разбираетесь в этой теме, даже без знания английского. Дать переводчику и он ее переведет. Тогда получится отличная статья. Или самому написать на английском.

Обычно гостевые статьи и посты дают приток читателей на продвигаемый сайт, а так же потенциальных клиентов.

Б) отдать написание статьи копирайтеру

Если проектов много, то времени не хватит писать статью самому, легче дать четко ТЗ копирайтеру про что писать и как писать.

Как искать нишевые сайты думаю не имеет смысла рассказывать. В скором времени я начну вести блог про продвижение сайта на английском языке, и тогда обязательно поделюсь опытом.

А так гостевых статей только есть опыт клиентских сайтов. Которые в паблик выкладывать не планирую.

10. Своя сетка сайтов

Иметь свою сетку сайтов очень выгодно, но сделать ее не так, то и просто.

Для своей сетки сайтов нужно:

А) домены

Желательно старые и уже с обратными ссылками. Что бы они быстрее выходили в топ и передавали ссылочное.

Б) контент

Для своей сетки можно найти копирайтера, который будет писать по 10-20 статей в день. И добавлять на сайты.

В) прогоны

Что бы сайт развивался нужно постоянно наращивать на него ссылочную массу. Для сайтов сетки достаточно на начальных этапах регистрировать в каталогах, каталогах статей, пресс релизах, обмен.

Я например не гонюсь за большим количеством, а акцентирую внимание на качестве.

Г) хостинг

Что бы отдача от сетки сайтов была больше, нужны разные хостинги. Например по 3-5 сайтов на одно айпи и желательно хостинг провайдере.

Сеточка из 20 сайтов может давать топ для коммерческих сч и даже вч запросов.

Поддерживать ее можно таким образом:

Размещать платно статьи в ней, например 10-20 долларов за статью и более. Все зависит от показателей. Так же можно на таком хорошо зарабатывать, но в данной статье я лишь рассматриваю способы получения ссылок.

Когда сетка сайтов обрела более менее показатели, то развивать ее можно очень эффективно.

Приведу пример:

У меня есть сетка сайтов по тематики датинг, и у вас есть. И я и вы хотите что бы сетки были более эффективными и покачанными. Мы просто берем и меняемся. Такое нормально распространено как в буржунете, так и в рунете.

11. Линзы

Линзы – это тематические страницы, которые посвящены, каким либо тематикам.

Есть много разных сервисов, но одним из самых популярных является <http://www.squidoo.com/>

Про то как их правильно создавать вы можете прочитать подробный пост старика Глобатора (<http://shakin.ru/seo/squidoo.html>)

Можно создать тематические странички практически под любой проект, и со статей ставить ссылки с нужными анкерами на продвигаемый сайт.

12. Обмен

Обмен ссылками всегда был и будет, так как он дает результат. Только меняться нужно грамотно. Например, постовыми, или статьями, или контекстными ссылками.

А не как раньше создавались отдельные страницы, на каждой было по 10 ссылок, и это перерастало в линкопомойки.

Где найти сайты для обмена?

А) ручками

Если вы активно продвигаете сайт в вашей нише, то по идее должны знать тематические ресурсы. Соберите базу, это можно сделать просто погуглив и выбрать самые подходящие сайты.

А дальше напишите им с предложением обменяться ссылками.

Если у вас сайт нулевой, не рассчитывайте на нормальный отклик.

Б) сервисы

Желательно не делать автоматических обменов [ссылками](#). Есть куча сервисов с помощью которых вы сможете ручками все сделать. То есть не нужно будет ставить разные коды на сайт. И вообще не желательно такое ставить!

Вот некоторые сервисы:

<http://link2me.com>

<http://www.linkmarket.net>

<http://www.uklinkexchange.co.uk>

<http://www.linkspro.com>

и другие...

13. Форумы

Ссылки с форумов неплохо учитываются поисковыми системами. Особенно если ссылки не закрыты от индексации.

На форумах можно оставить такие ссылки:

А) в подписи

Используются в подписях пользователей. Многие пользователи, которые имеют большое количество сообщений, соответственно имеют большое количество страниц, где может стоять ссылка.

И такие ссылки можно купить.

Где их купить?

Напрямую

Метод эффективный, но занимает много времени. Зато, если вам нужны тематические ссылки, то вы:

- находите и составляете список форумов
- находите и составляете список потенциальных пользователей
- пишете им предложение

Про биржи слышал, через которые можно найти, но никогда не использовал.

Б) ссылка в теме

Такие ссылки желательно ставить самому. Если интересная тема, то могут с форума пойти и потенциальные покупатели и клиенты.

Или попросить авторитетного пользователя (конечно не бесплатно), написать что то где будет ссылка на продвигаемый сайт.

Это уже входит в другой вид продвижения, о котором я как то расскажу на блоге.

В) ссылки в профиле

Это обычно ссылки как домашняя страница, и так дальше. Ссылка идет вот так: <http://seoprofy.net>, то есть без анкора. Но такие ссылки так, же достаточно эффективны.

14. Пожертвование

Есть немалое количество сайтов со страницей спонсорство или пожертвование. Вот пример <http://tods-blog.com.ua/donation/> это что бы было понимание. То есть можно заплатить 10 долларов за ссылку, и она будет там висеть более года.

Так же такое используют и для сайт баров, то есть можно купить сквозную ссылку за не очень дорого.

Что бы найти такие блоги, пройдите по нише сайтов, что вам необходима, обязательно найдете.

15. Социалки

Ссылки с социальных закладок. Они так же дают вес и ускоряют индексацию сайта.

Для этого я не использую ручные методы, а просто программу <http://sapientsubmitter.com/>

Ее хватает с головой для того что бы прогонять сайты, но перед тем как делать это, необходимо узнать нюансы что бы делать это максимально эффективно.

Часть VII/3. Продвижение сайта в США

Автор: Виктор Карпенко (SeoProfy)

Данная статья про **продвижение сайтов в США**, про этапы продвижения, и отличия от продвижения сайтов в русскоязычном сегменте.



Для начала кратко о том, что будет в данной статье:

1. Подбор англоязычных ключевых слов
2. Оптимизация сайта
3. Подготовка и внедрение контента
4. Работа со ссылками (основной момент)
5. Выводы

Все пункты важные сами по себе, но в данной статье самым ценным будет работа со ссылками, так как именно ссылочное на продвигаемый сайт влияет больше всего, и построить отличную ссылочную массу зачастую не так легко.

А теперь давайте каждый пункт рассмотрим детально:

1. Подбор англоязычных ключевых слов

Обычно ключевые слова лучше всего смотреть у уже успешного конкурента, который железно длительное время находится в топе.

Сервисы подбора ключевых слов

Бесплатные:

- Google <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal> – основной сервис
- Free Wordtracker <https://freekeywords.wordtracker.com/>

Платные:

<http://www.wordtracker.com/> (дорогая)

База Пастухова – <http://pastukhov.com/databases/english>

ActualKeywords – <http://actualkeywords.com/>

и другие...

Конечно же, лучший способ подобрать ключевые слова, которые будут приносить пользу (ROI) – открутить по максимум ключевым словам контекстную рекламу.

Это не дешево на начальном этапе, зато по анализу вы точно сможете определить, какие ключевые слова вам нужны для [SEO](#).

После того как у вас есть нужный список ключевых слов, по которым нужно попасть в топ Google.com – переходим к оптимизации сайта.

2. Оптимизация сайта

Про оптимизацию сайта вы можете почитать [ТУТ](#), а в данной статье я напишу самые основные моменты.

Мета теги:

- Title
- Description
- Keywords
- Alt

Очень важно сделать уникальные Title, и грамотно вписать в них продвигаемые ключевые слова.

Желательно продвигать не более 10 ключевых слов на главную страницу и по 5 на обычные страницы (landing pages).

3. Подготовка и внедрение контента

Для продвижения сайта в США нам понадобится немало контента. А именно это контент для:

- описания для платных директорий
- тексты для пресс релизов
- тексты для каталогов статей
- ну и конечно же тексты для самого сайта

Описания для платных директорий – это описания размеров в 200-500 символов, для платных каталогов. Если использовать неуникальный текст, то это пустая трата денег. Результата будет мало, а деньги потратятся за попадание в каталоги.

Тексты для пресс релизов – так же должны быть уникальными и со смыслом. На начальном этапе нам хватит 20-30 статей, которые мы разместим на самых топовых сайтах пресс релизах.

Тексты для каталогов статей – каталоги статей есть как платные, так и бесплатные. На начальном этапе продвижения желательно попасть в платные, так как они имеют большой траст (уровень доверия), и неплохо передадут ссылочное на продвигаемый сайт.

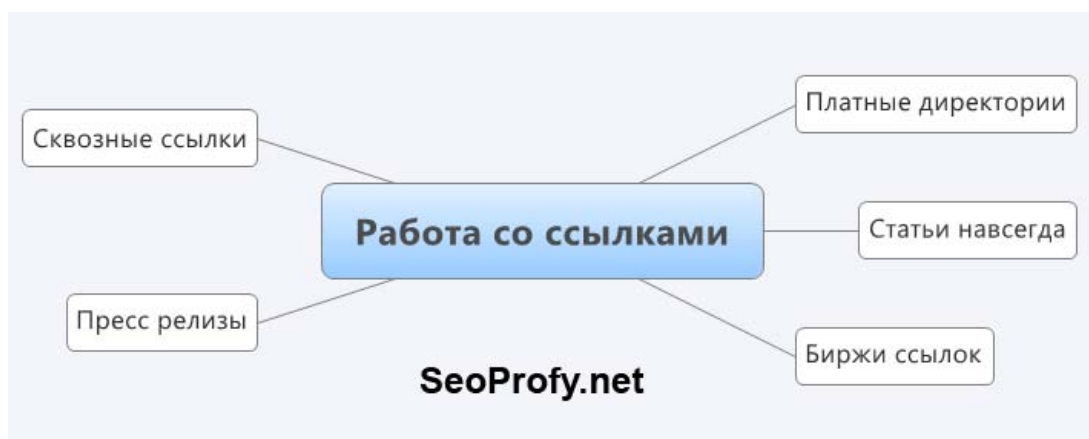
Если это платные каталоги статей – то в данном случае лучше для каждого каталога статей писать уникальную статью. Если же бесплатные, то можно написать одну и с помощью макросов ее размножить.

Тексты для самого сайта – это и продающие тексты, которые мотивируют что-то сделать, так и информационные тексты.

4. Работа со ссылками

Как я писал в начале статьи – работа со ссылками после того как сайт хорошо оптимизирован является основной.

Что входит в работу со ссылками:



- регистрация в платных директориях
- размещение статей навсегда
- работа с биржами ссылок
- размещение пресс релизов
- размещение сквозных и ссылок с главных страниц
- другие виды ссылок...

А теперь рассмотрим каждый вышеупомянутые этапы работы со ссылками подробнее:

А) Регистрация в платных директориях

Да да, регистрация в каталогах для англоязычного сегмента дает эффект, но больше как траст. Но каталоги эти платные и имеют хорошую историю. Например:

<http://joeant.com/> PR 6, Alexa 12k, 2001 года и так дальше.

Здесь есть минус, что стоимость регистрации в такого плана платных директориях обычно от 15 до 70 долларов. Размещение идет навсегда, то есть life time.

Стоит оно того? Уверен, что да, но при продвижении нужно смотреть насколько позволяет это бюджет.

Толковых трастовых платных директорий есть около 120. Я обычно регистрирую в 2-3 этапа. Например, по 30-40 каждый месяц.

Б) Размещение статей навсегда

Это могут быть статьи в блогах, или обычных сайтах. Для них не нужно писать статьи, сами блоггеры это делают.

Я использую такие биржи как:

<http://sponsoredreviews.com/> - это самая популярная биржа. Последние годы она стала немного сдуваться, в плане качества, но пока ей нет замены. Отдельно по этой бирже я сделаю видео урок, в ближайших постах.

<http://www.buyblogreviews.com/> – как альтернатива спонсореда, но хуже в подборе площадок.

Есть еще другие, но я ими очень мало пользовался, или не пользовался вовсе.

В) работа с биржами ссылок

Не секрет что многие на англоязычные сайты закупает ссылки в саре. Отличная биржа в плане затрат и полученного результата, но что нужно обязательно – так это разбавлять саповские ссылки с статьями, директориями, сквозными. Тогда сайт будет отлично лезть в топ.

PS: сапа выпустила англоязычную версию, где отсортированная база англоязычных сайтов сапы, и удобный поиск. Думаю у биржи есть все шансы вырасти в десятки раз больше по объемам как площадок так и оптимизаторов. Вот урл <http://beta.serpzilla.com> – пока только регистрация по инвайтам, если не найдете - пишите мне постараюсь достать.

Г) размещение пресс релизов

Сейчас размещение пресс релизов дает меньше веса, чем это было до введения алгоритма Panda, но тем не менее дает и в первую очередь это ссылки с очень трастовых ресурсов.

Как я писал в пункте про контент для пресс релизов, изначально нужно что бы подготовили статьи, а дальше их размещать.

Для каждого сайта уникальная статья. Но размещаем мы только на самых топовых сайтах, все остальные сайты сами по себе могут взять контент у топовых.

Д) размещение сквозных ссылок и ссылок с главных страниц

Если у вас уже есть база сайтов, на которых можно размещать и контакты владельцев или посредников сайтов то супер! Если же нет, то велкам на <http://forums.digitalpoint.com/forumdisplay.php?f=58> можно поискать что уже есть, или написать что вам нужно, и принимать заявки. И первый, и второй вариант отлично работают.

Э) другие виды ссылок

Это могут быть комментарии, ссылки в профилях, лизы (squidoo) и так далее. Все зависит от тематики. Если тематика запрещенная, то многие биржи не принимают их, и вам придется искать другие варианты получения ссылок.

Или если просто ваш конкурент продвигается другими видами ссылок, было бы логично сделать тоже самое, чтобы не отставать от него.

5. Выводы

Выше приведенные способы это лишь способы, без действий которые не являются эффективными. Дальше остается самое главное – кропотливая работа.

Продвижение сайтов в США отличаются от продвижения в СНГ тем, что там намного большая конкуренция, больше стоимость ссылок, и соответственно гораздо больше бюджеты на SEO в целом.

Так же нужно продвигать более осторожно, что бы не получать фильтры и санкции на сайты от поисковых систем.

В целом рынок Америки большой, на нем присутствует очень много компаний, которые предоставляют услуги продвижения, но если заказывать SEO из Украины – это в разы, а иногда и в десятки раз дешевле, и по качеству в десятки раз лучше, чем в Индии, где зачастую сидят оптимизаторы американских компаний.

Часть VII/4. 7 мифов, которые нужно забыть при продвижении сайта в США под Google.com new

Автор: Сергей Кокушаров (Devaka)

Продвигая сайты под Google, некоторые оптимизаторы сталкиваются с рядом заблуждений, которые мешают двигаться в правильном направлении. Остановимся на 7 основных мифах с которыми мы сталкиваемся при работе с Google.com с пониманием его специфики в Украине и России. Некоторые из них являются старыми, другие — совсем новые. Что это за мифы?

1. Наличие песочницы (фильтра Google Sandbox)

Основная проблема с этим фильтром заключается в том, что его не существует в принципе. И если раньше Google никак не комментировал этот вопрос или делал это в завуалированной форме, то сейчас об этом заявляют открыто. На [семинаре Google в Киеве](#), в июле этого года **Оксана Команеску**, инженер команды Google Search Quality Team, открыто подтвердила, что Песочницы не существует, но есть уровень конкуренции, который во многих тематиках очень высок.

2. Негативное отношение к покупке ссылок

В Рунете существует твердая уверенность, что к покупке ссылок на западе относятся исключительно негативно, как клиенты, так и seo-оптимизаторы. Однозначности в этом вопросе нету, так же, как ее нет и у нас. Хотя, в целом, отношение к этому вопросу более негативное, чем в Рунете, клиенты в конкурентных тематиках понимают, что одним линкбейтом им не обойтись. Большое количество анкорных ссылок, необходимое в условиях высокой конкуренции, не может быть достигнуто исключительно на контентной активности. В интервью для [блога WebPromo](#) **Джиллиан Мьюсиг** (президент компании SEOMoz) высказала свое мнение по этому поводу:

«В той или иной мере мы все покупаем ссылки. Я могу заплатить PR-агентству и у меня будет ссылка с Washington Post или New York Times. Это будет мощная качественная ссылка, но она будет куплена.»

Мы живем во времена интернет-коммерции и мало кто готов работать за идею.

3. Угроза Google Panda

Череда волнений, связанных с приходом этого алгоритма вызвала не только затяжную дискуссию и множество опасений со стороны оптимизаторов в феврале этого года, но и не утихает до сих пор. Что же мы получаем, если обобщать официальную информацию и публикации крупных изданий (таких как SEOMoz.org)? Под Панду попали 10-15% сайтов. При исправлении проблем с контентом большая часть из них вернулись на старые позиции и объемы трафика. Однако, жесткие скупщики ссылок, такие как JSpenney.com и крупный портал BoingBoing.net, который продавал ссылки, остались под сильным штрафом.

4. Сроки вывода в топ в Google.com во всех тематиках – минимум 8-12 месяцев.

Так как «Песочницы» у нас нет, а сроки определяются конкурентностью ключевых слов и тематики, то сроки продвижения соответствуют тому, насколько конкурентны ключевые запросы. Есть тематики, в которых сайты могут попасть в топ и за 2-3 месяца, хотя в своем большинстве на продвижение сайта в топ уходит от 4-6 месяцев.

5. Клиенты на западе знают, что гарантий в SEO быть не может и воспринимают это по умолчанию.

Каждый второй клиент спрашивает про гарантии и возможность страхования его финансовых рисков. Малый и средний бизнес не интересуется «сервис» и обещания голубой мечты, их интересует, что они получат за каждый потраченный ими доллар.

6. Социальные факторы решают все

Да, за последний год сигналы Facebook и Twitter заняли активную позицию в алгоритмах поисковых систем и их доля будет расти с ростом аудитории социальных сетей. Да, по данным западных исследований доля социальных сигналов уже составляет 5-7% в алгоритме Google. Да, практический опыт показывает, что сайты активные в социальных сетях продвигать гораздо быстрее и успешнее. НО без работы над контентом, структурой сайта и внешними ссылками эффекта только от одних социальных сетей не будет. SEO остается комплексом, а соц активность просто дополняет и расширяет его.

7. Кнопка +1 уже сейчас влияет на позиции

Связка кнопки +1 и социальной сети Google+ остается темной лошадкой для оптимизаторов и специалистов работающих в социальных сетях. Да, несомненно, социальные упоминания в поисковой выдаче уже могут повышать CTR, но влияние на ранжирование еще явно не велико, если не отсутствует в принципе. **Джиллиан Мьюсиг** (SEOMoz) и **Джим Бойкин** (IM Ninjas) считают, что ближайший год роль этого фактора не возрастет и основной эффект будут давать Twitter и Facebook. В тоже время, руководитель отдела SMM IM Ninjas, **Мелисса Вард**, считает, что Google до последнего будет тянуть эту социальную связку и не сдастся так быстро, как это было с сервисами GoogleWave и Buzz.

Часть VII/5. Продвижение англоязычного сайта - часть 1

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Дорогие друзья, я начинаю серию статей по продвижению сайтов в англоязычном интернете. Моя самая любимая тема в SEO - продвижение англоязычных сайтов, просто обожаю это занятие.



Конечно, во многом мне помогает то, что я прожил 4 года в Америке и хорошо знаком с англоязычным сегментом интернета, а также знаю психологию и мировоззрение американцев. На данный момент более половины продвигаемых мною сайтов - англоязычные.

В англоязычном интернете настоящий простор и масса возможностей. Это и не мудрено - рунет составляет около 2% от мирового интернета.

Я запустил новый проект - SEO блог на английском, который рад представить уважаемой публике - MikeShakin.com. По сути, это мутировавшая [англоязычная категория](#) Shakin.ru 🤖. Надо развиваться и расти дальше, поэтому рубрика разрослась до самостоятельного проекта. У меня есть пара сайтов на английском, но душа всегда хотела SEO бложик 🤖.

Там вы увидите до боли знакомый дизайн 🤖. Мне он так нравится, что я решил не ставить новую тему.

Теперь вкратце о том, для чего я начал вести англоязычный сайт.

1. Мне нужен плацдарм в англоязычном интернете, особенно в SEO тематике. Я еще не знаю, какие конкретные варианты развития возможны, но твердо уверен, что перспективы у этого проекта очень хорошие. Естественно, что я нисколько не сомневаюсь в успехе своего англоязычного блога - с моим маниакально-фанатичным подходом я готов заниматься им днями и ночами, к тому же знаю правильное направление, в котором нужно двигаться 🤖. В ближайшие месяцы планирую довести естественную посещаемость нового блога до нескольких сотен посетителей в день.

2. Продвигая свой SEO блог, я не только отточу известные мне методы продвижения в англоязычном интернете, но и открою новые, что повысит мою ценность как специалиста и расширит кругозор.

3. Прямой выход на американских клиентов по продвижению. Этот пункт очень перспективен. Первостепенной я вижу поисковую выдачу по Нью Йорку, Массачусетсу, Нью-Джерси и Коннектикуту, то есть северо-восточные штаты США. У меня в этом регионе остались друзья и знакомые, и в будущем это может вырасти в плодотворное и взаимовыгодное сотрудничество.

4. Экспорт контента. Я увлекаюсь экспортом контента с 2006 года, когда я начал переводить свои уроки по Photoshop и добавлять их на англоязычные ресурсы. Об этом вы можете почитать в статье [Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть вторая](#). Меня всегда огорчало, что в большинстве случаев в рунете лишь переводятся англоязычные материалы, обратного процесса практически нет. Надо прекращать это безобразие, нужно переводить свои статьи на английский и распространять их среди англоязычной аудитории. В рунете много интересных и качественных материалов, о которых в той же Америке не знают и которые были бы очень полезны иностранным читателям.

5. На примере своего англоязычного SEO блога я буду рассказывать о своей схеме продвижения и применяемых мною методах. Я планирую продвигать свой сайт полностью бесплатно, благо для этого в англоязычном интернете есть масса возможностей. Те же бесплатные каталоги сайтов, статей и пресс-релизов в разы эффективнее для продвижения, чем в рунете, плюс есть такие направления, которых у нас пока еще просто не существует.

По мере накопления новой информации я буду публиковать новые статьи по продвижению в англоязычном интернете на примере нового блога. Если вам интересна эта область, то можете подписаться на обновления Shakin.ru по [RSS](#), чтобы ничего не пропустить. Если вы не знакомы с RSS, можете просто ввести ваш e-mail в форме после этой статьи, чтобы получать обновления на электронную почту.

Перед тем, как продвигать сайт, его нужно сначала подготовить и настроить. Итак, приступим.

Так как я планирую писать статьи по продвижению, в качестве движка прекрасно подойдет Wordpress. Я выбрал свою любимую версию 2.3.3, она мне нравится своей небольшой нагрузкой на хостинг и прекрасным функционалом. Новые версии Wordpress я не люблю из-за большой нагрузки.

На будущее, когда посещаемость увеличится, у меня приготовлен [скрипт кэширования от Макса](#), который многократно снижает нагрузку, создаваемую блогом и ускоряет его работу в разы. Еще раз благодарю Макса за создание такого замечательного скрипта, а также за его регулярное совершенствование - уже вышла 3 версия с дополнительными возможностями.

В качестве темы я не стал ничего искать и поставил свою любимую тему, которую вы видите и на этом блоге. Когда я гляжу на спящего рыжего кота под лампой, то откуда-то берутся дополнительные силы, и я готов писать на блог часами и ночами.

Я поставил следующие плагины Wordpress, необходимые для полноценной работы.

[All in One SEO Pack](#) - незаменимый плагин для того, чтобы создавать индивидуальные метатеги для каждой страницы.

[DCaptcha](#) - удобная и простая капча от DomoninG'a - вместо проверочного кода достаточно поставить галочку.

[FD Feedburner Plugin](#) - плагин для подключения RSS ленты к сервису Feedburner.

[Google XML Sitemaps](#) - создаем карту сайта в формате XML для Google и других поисковиков.

[RSS Footer](#) - этот плагин выводит список похожих материалов в RSS ленте, что в итоге дает больше переходов на блог.

[Simple Tags](#) - плагин для удобной работы с тегами.

[Subscribe To Comments](#) - дает возможность посетителям подписываться на комментарии.

[SyntaxHighlighter](#) - удобный вывод кода с подсветкой.

[Video Embedder](#) - плагин для удобной вставки видеороликов с Youtube и других сервисов.

[WordPress Database Backup](#) - этот плагин я ставлю первым. Он позволяет сохранять базу данных блога, также можно настроить так, что архив с базой данных будет приходить к вам на e-mail ежедневно или раз в неделю.

[WP-PageNavi](#) - плагин Wordpress для вывода постраничной навигации по блогу (то есть в нижней части будут страницы 1, 2, 3 и т.д.).

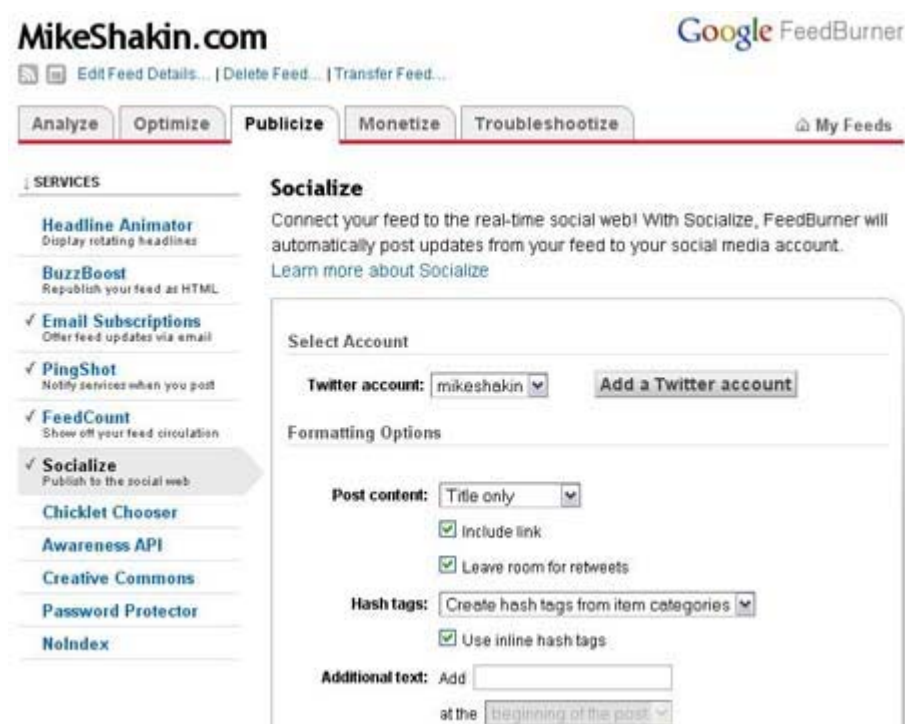
[WP 2.3 Related Posts](#) - выводит похожие материалы в конце каждого поста, тем самым увеличивая время пребывания посетителей и число просмотренных ими страниц.

Схему адресов страниц я выбрал следующую: *категория/название_поста.html*, она оптимальна с точки зрения поискового продвижения, так как в адреса страниц можно поместить нужные ключевые слова, что повышает ценность страниц для поисковиков. О том, как это сделать, читайте в этой статье - [Вопросы и ответы по Wordpress - выпуск 1](#).

Далее заводим аккаунт на твиттере - без этого в англоязычном интернете нельзя. Я завел [@MikeShakin](#).

Надо дать возможность посетителям добавлять понравившиеся посты в твиттер, поэтому ставим кнопку ретвита в верхней правой части всех статей. Я воспользовался своим же обзором кнопок ретвита - [6 сервисов кнопок retweet](#) и поставил кнопку Tweetmeme. Кстати, заметил, что уже давно пользуюсь своими статьями как закладками, так как пишу их в том числе и для себя.

Перенаправляем RSS ленту блога через сервис [Feedburner](#). В настройках заходим в пункт *Publicize* - *Socialize* и добавляем аккаунт твиттера, который мы только что создали. Это позволит транслировать названия постов прямо в твиттер. Все настройки я показал на скриншоте.



Дам еще один совет. Выберите пункт *Hash Tags - Create hash tags from item categories*. Это позволит автоматически создавать хэштеги на основе указанной категории и тегов поста. Вот пример трансляции моего поста в твиттер с автоматической вставкой хэштегов:



8 Tips for Getting in #Google's Real-Time Search Results
<http://goo.gl/fb/VWw5s> #seo #twitter
about 22 hours ago from Google

Как видите, хэштеги на основе категории и тегов создались автоматически: #Google, #seo, #twitter.

В англоязычном твиттере хэштеги - незаменимая вещь, они очень полезны и служат своего рода ключевыми словами, дающими возможность твиттерьянам находить ваши твиты в поиске. Я также заметил, что грамотное использование хэштегов позволяет вашим твитам попадать в поиск Google в реальном времени. Хэштеги на русском пока не поддерживаются.

Также в настройках Feedburner в пункте *Publicize - Email Subscriptions* я активировал возможность подписки на RSS ленту блога по e-mail. О том, как вставить форму e-mail подписки на блог, вы можете почитать в этом посте - [Три эффективных усовершенствования, которые я сделал на shakin.ru + бонус](#).

Как же англоязычному SEO блогу без популярной социалки оптимизаторов [Sphinn.com](#)? Правильно, это не жизнь 😊, поэтому заводим там аккаунт и добавляем кнопку «Добавить в Сфинн» рядом с кнопкой ретвита в верхней правой части всех постов.

Естественно, нужно дать посетителям возможность добавления не только в твиттер и сфинн, поэтому я в конце постов поставил кнопку [Addthis](#).

Добавляем сайт в [панель вебмастера Google](#) (добавляем в ней карту сайта), а также ставим статистику [Google Analytics](#).

В ближайшее время заведу аккаунт для нового блога на Facebook, Myspace, Linkedin, Technorati, Stumpleupon, Digg, Furl, Slashdot, Mixx, Propeller, Reddit и других социальных сервисах.

Также начну баловаться линзами Squidoo (можете почитать мою статью об этом - [Линзы Squidoo - как их правильно создавать для продвижения сайта](#)), и создавать странички на Gather.com, Hubpages.com и других ресурсах.

Добавлять в рейтинги и директории буду после первоначального наполнения блога.

Стиль написания материалов я буду использовать выработанный на этом блоге. Кроме этого, будет веселая картинка на черном фоне, по смыслу подходящая к статье, в конце - традиционный десерт.

За неделю жизни блога я написал несколько постов. Чтобы заполнить пустующие пока боковые колонки я использовал старую добрую схему - добавил несколько уменьшенных картинок со ссылками на посты (делаю это вручную, без каких-либо плагинов, так интереснее). Кроме этого, я добавил виджет, отображающий свежие твиты моего англоязычного аккаунта. Виджет можно [взять на самом твиттере](#).

Для работы с несколькими аккаунтами твиттера я пользуюсь замечательным сервисом [Hootsuite](#). Кстати, в нем можно настроить твиты по расписанию.

Итак, подготовку и настройку блога мы закончили. В следующей части мы перейдем к следующим этапам продвижения в англоязычном интернете.

Конечно, работы предстоит много, но мне очень интересно погружаться в глубины англоязычного интернета.

Кстати, могу предложить составление мною подробных и индивидуальных [рекомендаций по продвижению вашего англоязычного сайта](#).

Часть VII/6. Продвижение англоязычного сайта – часть 2

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, предлагаю вашему вниманию вторую статью из цикла Продвижение англоязычного сайта. Первую часть вы можете почитать здесь - [Продвижение англоязычного сайта - часть 1](#).



Продвижение англоязычного сайта часть 2

Shakin.ru

Естественно, я планирую следующие части этого цикла статей. Информации очень много. Сегодня мы поговорим о продвижении статьями и пресс-релизами. Процесс добавления статьи в англоязычные каталоги я подробно покажу и объясню каждый шаг со скриншотами, как вы любите 🤖.

Итак, приступим. В первой части мы выбрали блогový движок Wordpress и установили нужные для работы плагины. Добавили кнопки добавления в социальные сервисы, перенаправили RSS ленту через сервис Feedburner и сделали автоматическую публикацию анонсов статей блога в Твиттере.

Перед началом продвижения сайт должен быть наполнен первоначальными статьями. Думаю, 6-10 материалов для первоначального наполнения достаточно.

Продвижение статьями в англоязычном интернете

По опыту могу сказать, что продвижение статьями в англоязычном интернете - один из самых эффективных способов получения внешних ссылок. Каталоги статей там хорошо воспринимаются поисковиками и служат не только источником бесплатных ссылок, но и дополнительных посетителей.

Можно ли использовать для каталогов статьи со своего сайта?

Не нужно публиковать в каталоги статей статьи со своего сайта. В этом случае есть риск, что поисковики будут считать первоисточником не ваш сайт, а каталог статей.

Для каталогов статей нужно либо написать новую статью, либо тщательно переписать какой-либо материал с вашего сайта. Причем переписать нужно вручную на 100%, чтобы не было ни одного совпадения.

Какой оптимальный размер статьи?

В англоязычном интернете часто считают размер статьи не в символах, а в количестве слов. Оптимальный размер статьи для добавления в англоязычные каталоги 300-700 слов.

Сколько ссылок можно ставить в статье?

Количество разрешенных ссылок в статье зависит от конкретного каталога. Многие каталоги статей разрешают до 3 ссылок в статье. Плюс в информации об авторе, как правило, можно указать еще одну ссылку. Некоторые каталоги в тексте статьи ссылки вообще не разрешают (их можно поместить в информации об авторе).

Не советую гнаться за количеством ссылок в статьях и размещать их по максимуму. Чем больше ссылок в статье, тем большее недоверие она вызовет у модератора и тем меньше у нее шансов быть опубликованной. Достаточно публиковать одну, максимум 2 ссылки в каждой статье (с учетом информации об авторе).

Ссылки в статье лучше ставить на разные страницы. Если в статье будет несколько ссылок на одну страницу, то [Google учтет только первую](#).

Можно ли выделять ключевые слова в статье жирным?

В большинстве каталогов статей выделение жирным шрифтом (тегом) не разрешается (исключение - заголовки и подзаголовки в статье). Это же касается и наклонного шрифта.

Как искать англоязычные каталоги статей?

Англоязычные каталоги статей можно искать разными способами. Можно вообще не искать, а воспользоваться готовым списком каталогов статей для бесплатного добавления 😊:

[Ezinearticles.com](http://ezinearticles.com)

[Goarticles.com](http://goarticles.com)

[Articledashboard](http://articledashboard.com)

[Amazines.com](http://amazines.com)

[Articlecity.com](http://articlecity.com)

Найти англоязычные каталоги статей можно следующими запросами в Google:

article directory

add article

submit articles

Сейчас я мог бы просто поместить здесь список популярных англоязычных каталогов статей и двигался бы дальше. Но я считаю своим долгом предостеречь вас, чтобы вы не тратили свои силы впустую на некоторые каталоги.

Некоторые англоязычные каталоги со временем начинают себя «неправильно вести» 😊 и закрывают ссылки от индексации поисковиками в статьях и информации об авторе, добавляя к ним атрибут `rel="nofollow"`. При этом часть пользователей об этом не догадывается и продолжает тратить время на добавление статей в такие каталоги.

Вот англоязычные каталоги статей, в которых ссылки закрыты от индексации и в которые не стоит добавлять свои статьи. Напишу их с маленькой буквы 😊:

articlesbase.com

articlealley.com

articlesnatch.com

alarticles.com

articlemonkeys.com

bukisa.com

Перед публикацией статьи в какой-либо каталог я захожу на пару свежих статей на нем и смотрю, не закрыта ли ссылка от индексации. Для этого есть много способов, я пользуюсь таким - в браузере Firefox выделяю ссылку, жму правой мышкой, выбираю пункт «Исходный код выделенного фрагмента» и смотрю HTML код ссылки. Если в нем присутствует атрибут `rel="nofollow"`, то на этом каталоге статей нам делать нечего 😊.

Какой дополнительный эффект дают англоязычные каталоги статей?

Огромный плюс продвижения статьями в англоязычном интернете заключается в том, что, добавив одну статью в популярный каталог статей, есть хорошие шансы, что статью перепечатают на других ресурсах, сохранив ваши ссылки в тексте статьи.

У меня были случаи, что одну статью перепечатывали на десятках и даже сотнях сайтов.

В зарубежном сегменте интернета каталоги статей служат источником контента для различных сайтов. Многие каталоги статей позиционируют себя не только как ресурс для публикации статей, но и как источник бесплатного контента для всех желающих. При этом большинство пользователей ведет себя порядочно и сохраняет все ссылки в статье, а также ставит ссылку на страницу со статьей в каталоге статей. В итоге всем хорошо. Надеюсь, эта славная традиция когда-нибудь придет и в рунет 😊.

Конечно, привлекательность статьи для перепубликации на других ресурсах напрямую зависит от того, насколько она интересно написана и несет ли пользу для читателей. Эффект в плане ссылок, перепечатывания и количестве посетителей больше у действительно интересных статей. Лучше потратить время и усилия на написание именно такой статьи, чем брать количеством.

Как регистрироваться в англоязычных каталогах статей?

Для публикации в англоязычных каталогах статей в большинстве случаев требуется регистрация. Это можно сделать по ссылкам «Sign up», «Join us» или «Register».

Советую завести для каталогов новый e-mail. Многие каталоги требуют подтверждения регистрации по e-mail. Некоторые каталоги «грешат» тем, что начинают постоянно присылать на ваш e-mail свои новостные письма. От этого можно отписаться, но я предпочитаю не тратить на это время и просто делаю для каталогов новый ящик. Логин и пароль от почтового ящика и от каталогов статей советую сразу записать, чтобы в будущем не приходилось заново регистрироваться.

Нужно ли размножать статьи?

Если есть время и желание, статьи размножать можно. Только нужно учесть, что ничто не мешает модераторам проверять статьи на уникальность. Возможно, в крупных каталогах это процесс автоматизирован. Если браться за размножение, то нужно это делать качественно, чтобы тексты читались привлекательно.

Я статьи не размножаю и везде добавляю один вариант. Это работает так же эффективно, как и при размножении статей.

Как добавлять статьи в англоязычные каталоги?

Для наглядности я разберу по косточкам 😊 процесс добавление статьи в мой любимый каталог статей - Ezinearticles.com.

Предварительно советую заполнить информацию об авторе, чтобы нам не нужно было возвращаться для этого во время добавления статьи.

Чтобы отредактировать Resource Box, который служит информацией об авторе, в верхнем меню Ezinearticles заходим в пункт *Profile Manager - Edit Author Resource Box* (Редактировать профиль - Редактировать информацию об авторе):



Это содержимое будет отображаться в конце наших статей. Можно сделать три разных блока с Resource Box для каждого автора на вашем аккаунте. В информации об авторе обычно кратко описывают деятельность автора и дают ссылку на 1-2 его сайта. Ограничение по размеру в информации об авторе - 300 слов. Кстати, на странице редактирования Resource Box в нижней части есть хорошее видео, наглядно показывающее все нюансы создания информации об авторе.

В информации об авторе можно разместить ваше фото. Примеры оформления информации об авторе вы можете посмотреть в конце опубликованных статей. Вот удачный пример:

Vanessa Wood believes "All the world's the web!" There's room on the internet for your venture to be the next Internet phenom. Vanessa has years of corporate and small business experience that she brings to clients' web and blog design. She is the owner of Design to Spec LLC. Vanessa is an avid blogger on social media topics and best practices for the web.



Article Source: http://EzineArticles.com/?expert=Vanessa_Wood

Сохраняем нашу информацию и приступаем к добавлению статьи. Для этого нужно перейти по ссылке вида «Submit articles» (Добавить статьи). В некоторых англоязычных каталогах статей эта ссылка носит название «Publish articles» (Публиковать статьи).

На странице добавления нужно выбрать категорию и подкатегорию для нашей статьи:

Select A Category **Shakin.ru** Subcategory

Please Choose a Category None

Далее идет поле для ввода заголовка. Допускается максимум 100 символов. Кстати, у большинства каталогов статей у каждого поля при добавлении статьи даны пояснения, что удобно.

Article Title

100 Characters left **Shakin.ru**

Для подсказок по заголовку статьи в этом каталоге есть интересная функция подсказок заголовка. Пр продемонстрирую на примере. Мне нужно добавить статью по тематике недвижимости в Нью Йорке (New York real estate).

Кстати, о продвижении этого англоязычного сайта я писал в статье [Практика продвижения - сайт агентства недвижимости в Нью Йорке](#). Жмем по кнопке Get Title Suggestions (Получить подсказки по заголовку статьи).

Далее указываем нужную нам категорию и подкатегорию, а также ключевое слово (keyword). Я выбрал категорию Real-Estate, подкатегории мне нужны либо Homes (Дома), либо Foreclosures (Foreclosure - это когда человек не справляется с выплатой кредита на недвижимость, теряет право собственности на него и это право переходит к кредитору). Далее я указал нужные мне районы Нью Йорка - Бруклин и Квинс:

Search a keyword to pull up a selection of title suggestions!

Category:

Keyword:

Shakin.ru

Кликаем по зеленой кнопке Get your Titles и получаем большой список возможных вариантов заголовков:

Search Result

No results found in subcategory. Displaying results from main category.

Please select up to five (5) of the following titles.

You can report a title by clicking on the  icon.

| | | |
|---|--------------------------|---|
| Building a Home - Ideas For New Construction | <input type="checkbox"/> |  |
| Planning Your New Home | <input type="checkbox"/> |  |
| General Tips For New Home Construction | <input type="checkbox"/> |  |
| Moving Into a New Flat - Things to Keep in Mind | <input type="checkbox"/> |  |
| The Facts of Figures For New Homeowners | <input type="checkbox"/> |  |
| Inspecting a New House | <input type="checkbox"/> |  |
| Original Concepts For New Home Construction | <input type="checkbox"/> |  |

Shakin.ru

По Foreclosure заголовков мне не предложили, но не беда - по Homes есть масса вариантов 😊!

Можно выбрать любые пять вариантов заголовков, которые будут забронированы за вами в течение 7 дней.

Кстати, подсказки заголовков являются хорошими идеями для новых статей.

Обратите внимание - в заголовках статей в английском языке принято делать первые буквы слов заглавными буквами, не считая артиклей, а также предлогов и союзов (в которых меньше четырех букв), если они не стоят в начале заголовка.

Пример неправильно оформленного заголовка статьи:

Moving into a new flat - things to keep in mind

Пример правильно оформленного заголовка статьи:

Moving Into a New Flat - Things to Keep in Mind

Далее идет поле для ввода краткого описания статьи. Из пояснений видим, что допускается максимум 200 слов. Краткое описание статьи должно состоять из 2-5 предложений без разбивки на параграфы:

Abstract/Article Summary/Teaser Copy (2-5 sentences,

Word Count: (200 words max) Shakin.ru

Следующее поле служит для ввода самой статьи. Как видим, есть удобный визуальный редактор, указаны разрешенные теги, а также в нижней части есть минимум и максимум слов в статье - 250-5000.
















Представляете, какие есть монстры копирайтинга, для которых вели ограничение в 5000 слов в статье, а им этого мало 😊?:

Article Body

Turn WYSIWYG Off

Allowable Tags:
 <i> <u>
 <pre> <blockquote> <xmp>



Источник







B



I

U







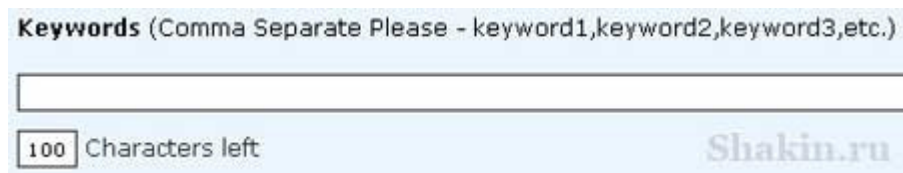


Shakin.ru

Update: я писал эту статью десять с половиной часов. Для интереса подсчитал ее размер, получилось чуть более 2200 слов при 15600+ символах с пробелами.

<http://www.seobuilding.ru/seo-forum/index.php> cmp. 374 из 475 25.11.2011 <http://www.seobuilding.ru/>

Далее видим поле для ввода ключевых слов. Их нужно писать через запятую, ограничение - 100 символов максимум:



Следующий пункт - та самая информация об авторе, которую мы заполнили в самом начале! Сейчас остается выбрать созданный нами вариант.

Далее идут кнопки и чекбоксы:



Зеленая кнопка Preview Article служит для предпросмотра статьи. Чекбокс Display in New Window нужен в том случае, если вы хотите, чтобы ваша статья открывалась в новом окне браузера. Другой чекбокс служит для того, чтобы сделать проверку правописания в превью статьи.

Правая зеленая кнопка Save as Draft сохранит вашу статью в черновиках.

Не забудьте отметить галочку Yes I Agree (Да, я соглашюсь) для подтверждения того, что вы являетесь автором статьи и у вас есть права на нее.

Теперь можно со спокойной душой нажать заветную кнопку Submit This Article (Добавить статью) 🤖.

После этого кликаем на логотип Ezinearticles для перехода в личный кабинет:



Для обозначения статуса статей используются следующие иконки:



Зеленая (Approved) - статья одобрена и опубликована.

Желтая (In Review) - статья на модерации.

Красная (Problem) - статья не прошла модерацию. Можно связаться с техподдержкой для выяснения причин.

Синяя (Draft) - статья в статусе черновика.

Вы можете почитать полную информацию по добавлению статей на Ezinearticles - [Editorial Guidelines](#).

Продвижение пресс-релизами

Говоря простыми словами, пресс-релиз - это та же статья, только в более официальном стиле. Пресс-релиз можно написать для сайта любой тематики.

Для написания пресс-релиза нужен так называемый информационный повод. Таким поводом может быть какое-либо нововведение в деятельности компании (если речь идет о фирме), появление новой версии продукта или каких-либо функций (если пишем пресс-релиз для сайта компании, которая занимается разработкой программного обеспечения), открытие нового направления в бизнесе и т.д.

Даже смена дизайна на сайте или открытие корпоративного блога или форума может быть информационным поводом для написания пресс-релиза.

Кроме этого, пресс-релизы можно писать на основе маркетинговых исследований в своей тематике, анализа рынка за последнее время, каких-либо статистических исследований.

В англоязычном интернете продвижение пресс-релизами очень популярно. Каталоги пресс-релизов быстро индексируются поисковиками и являются источником внешних ссылок.

Какой размер должен быть у пресс-релиза?

Оптимальный размер пресс-релиза такой же, как и у статей - 300-700 слов, можно чуть больше.

Сколько ссылок можно делать в пресс-релизе?

Одно из отличий пресс-релизов от статей - в большинстве англоязычных каталогов пресс-релизов допускается меньше ссылок по сравнению с каталогами статей. Многие каталоги пресс-релизов разрешают только одну ссылку в информации об авторе.

Как найти каталоги пресс-релизов?

Сначала я дам рыбку - список самых популярных англоязычных каталогов пресс-релизов:

[PR.com](#) (идеальный домен для каталога пресс-релизов)

[PRnewswire](#)

[Businesswire](#)

[24-7pressrelease](#)

[PRleap.com](#)

А теперь дам удочку - запросы для того, чтобы находить каталоги пресс-релизов 🐼. Англоязычные каталоги пресс-релизов можно найти запросами в Google вида:

press release directory

add press release

submit a press release

send a release

Либо можете воспользоваться моим списком англоязычных каталогов пресс-релизов - [28 Best Press Release Submission Sites With PR 4-7](#). Некоторые из приведенных каталогов пресс-релизов платные (например, prweb.com).

Продвижение пресс-релизами не так распространено, как статейное, потому что написание пресс-релизов связано с определенными трудностями (нужен информационный повод, не все умеют писать в официальном стиле, многим проще писать статьи, чем пресс-релизы).

На мой взгляд, в написании пресс-релизов нет ничего сложного, просто нужно предварительно посмотреть примеры пресс-релизов по вашей тематике и немного попрактиковаться. Если научиться писать пресс-релизы, то перед вами откроется новое направление для получения качественных ссылок и дополнительных посетителей.

Как найти примеры пресс-релизов по своей тематике?

Это сделать достаточно просто. Можно для начала посмотреть примеры пресс-релизов на русском. Для этого делаем запрос в поисковике вида:

ноутбук пресс-релиз

Затем делаем такой же запрос, только на английском (при необходимости пользуемся [Google Переводчиком](#)), чтобы посмотреть примеры пресс-релизов по интересующей нас тематике:

laptop press release

Каталоги пресс-релизов очень похожи на каталоги статей, поэтому добавление пресс-релизов делается по той же схеме, которую я описал для статейного продвижения.

Перепечатывают ли пресс-релизы?

По опыту скажу, что пресс-релизы в англоязычном интернете практически не перепечатывают. По крайней мере, мне пока не удавалось этого добиться.

Дополнительные советы

Для успешного продвижения в англоязычном интернете желательно знание английского языка. Чем лучше вы будете знать язык, тем более эффективно сможете продвигать свои сайты в зарубежном сегменте интернета.

Если совсем не знаете язык, то те же статьи и пресс-релизы можно заказывать у копирайтеров, которые специализируются на написании материалов на английском. При этом не теряйте время и учите язык, благо на просторах интернета возможностей для этого очень много, нужно лишь желание. В будущем это всегда пригодится.

Часть VII/7. Свежая база англоязычных каталогов пресс-релизов с PR 3-8

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Продвижение сайтов **пресс-релизами** является эффективным и бесплатным способом. О продвижении пресс-релизами в рунете я недавно писал в статье [Продвижение сайтов пресс-релизами и 53 каталога, куда их можно добавить.](#)



Недавно я попробовал продвижение пресс-релизами на нескольких англоязычных сайтах. Эффектом я очень доволен - совершенно бесплатно получены качественные ссылки с пиаристых сайтов, улучшились позиции в Google.com по продвигаемым поисковым запросам, а также получен хоть и небольшой, но хороший тематический трафик. Кроме этого, несколько сторонних ресурсов перепечатали один из моих пресс-релизов с сохранением всех копирайтов и ссылок, что еще больше усилило эффект.

У зарубежных оптимизаторов продвижение сайтов пресс-релизами является очень популярным направлением. И немудрено - англоязычные каталоги пресс-релизов являются трастовыми сайтами (пользуются уважением поисковиков) с хорошими показателями Google PR и Alexa Rank, дают качественные ссылки на продвигаемый сайт и целевых посетителей.

Как выглядит пресс-релиз? Ничего сложного. Тот же информационный повод какой-либо компании, что и в рунете. Массу примеров вы можете найти в любом каталоге пресс-релизов, перечисленных ниже.

Кстати, я сейчас экспериментирую с тем, чтобы продвигать русскоязычные сайты пресс-релизами на английском. По той же схеме, по которой я успешно продвигаю русскоязычные сайты статьями на английском. Ведь по сути пресс-релиз мало чем отличается от статьи. Скоро напишу об этом. Чтобы ничего не пропустить, подписывайтесь на мою [RSS ленту](#).

Предлагаю вам свою **свежую базу англоязычных каталогов пресс-релизов**. По традиции каталоги распределены по Google PR домена.

PR 8

<http://www.businesswire.com>

PR 7

<http://www.marketwire.com>
<http://www.newswire.ca>
<http://www.prnewswire.com>
<http://www.prweb.com>
<http://www.webwire.com>

PR 6

<http://www.theopenpress.com>
<http://www.emediawire.com>
<http://www.pr.com>
<http://www.prwebdirect.com>
<http://www.usprwire.com>

PR 5

<http://www.clickpress.com>
<http://www.free-press-release.com>
<http://www.newswiretoday.com>
<http://www.openpr.com>
<http://www.pressbox.co.uk>
<http://www.prlog.org>
<http://www.1888pressrelease.com>
<http://www.free-press-release-center.info>
<http://www.newswiretoday.com>
<http://www.prfree.com>
<http://www.prleap.com>
<http://www.softpressrelease.com>
<http://www.ukprwire.com>
<http://www.urlwire.com>

PR 4

<http://www.freepressreleases.co.uk>
<http://www.i-newswire.com>
<http://www.pr9.net>
<http://www.pr-inside.com>
<http://www.addpr.com>
<http://www.free-news-release.com>
<http://www.freepressreleases.co.uk>
<http://www.media-press-release.com>
<http://www.prbuzz.com>
<http://www.pressabout.com>
<http://www.pressmethod.com>
<http://www.przoom.com>

PR 3

<http://www.prurgent.com>
<http://press-releases.blogspot.com>
<http://www.24-7pressrelease.com>
<http://www.express-press-release.com>
<http://www.freepressindex.com>

Часть VII/8. Свежая база белых англоязычных каталогов с PR 4-8

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

При продвижении сайтов рекомендуется регистрировать их в качественных каталогах. Подробнее об этом можно прочитать в статье [Как регистрировать сайт в каталогах](#).



В англоязычном сегменте интернета многие каталоги сайтов обладают хорошими показателями, и ссылки с них положительно влияют на продвигаемый сайт. Растет PR, Alexa Rank, улучшаются позиции в поисковиках и увеличивается приток посетителей.

Конечно, одной регистрации в каталогах для полноценного продвижения сайта недостаточно. Необходим комплексный набор методов. Прогон по каталогам является необходимым этапом для дальнейшего продвижения сайта. Регистрация сайта в качественных каталогах позволяет бесплатно получить внешние ссылки на свой сайт, которые будут постоянными и за них не нужно будет платить каждый месяц, как при покупке ссылок. При этом создается прочная основа ссылочной массы.

Естественно, в англоязычные каталоги сайты на русском в большинстве случаев не возьмут (хотя есть исключения - dmoz и т.д.). Как вариант - можно сделать англоязычную версию сайта и зарегистрировать ее. Таким образом можно неплохо поднять PR и привлечь зарубежных посетителей - я в этом убедился на собственном опыте.

Делюсь своей базой белых англоязычных каталогов (не требующих обратной ссылки), которую я долго собирал в процессе продвижения нескольких сайтов. База свежая, почищена от каталогов, ставших платными или от тех, которые стали требовать обратную ссылку. Можно сказать, база просто блесит и светится, и лежит на блюдечке с голубой каемочкой. 😊

По традиции каталоги распределяю по PR домена.

PR 8

<http://dmoz.org>

<http://lii.org>
<http://scirus.com>
<http://vlib.org>
<http://yahooligans.yahoo.com>

PR 7

<http://boingboing.net>
<http://bubl.ac.uk>
<http://dir.yahoo.com>
<http://femina.com>
<http://intute.ac.uk>
<http://lanic.utexas.edu>
<http://musicmoz.org>
<http://open-site.org>
<http://poland.pl/directory>
<http://portal.eatonweb.com>
<http://topica.com>
<http://unixl.com>
<http://worldweb.com>

PR 6

<http://123india.com>
<http://aardvark.co.za>
<http://accoona.com>
<http://artchain.com>
<http://attorneypages.com>
<http://christiansunite.com>
<http://cybersleuth-kids.com>
<http://dart.fine-art.com>
<http://edezines.com>
<http://esyndicat.com/dir>
<http://glossarist.com>
<http://gogreece.com>
<http://iozoo.com>
<http://killersites.com/directory>
<http://londovor.com>
<http://mavensearch.com>
<http://miriblack.com>
<http://myrealtyguide.net>
<http://niche-listings.com>
<http://polishworld.com>
<http://ppl.com>
<http://sacentral.sa.gov.au>
<http://scrubtheweb.com>
<http://seocourt.com>
<http://theshoppings.com>
<http://vos.ucsb.edu>
<http://web-design-directory-uk.co.uk>

PR 5

<http://aigam.com>
<http://artmam.net>
<http://artschools.com>
<http://bluewine.com>
<http://britisharts.co.uk>
<http://britishsports.com>

<http://buzzle.com>
<http://christianwebsite.com>
<http://clickey.com>
<http://directory.bizhat.com>
<http://directory.cipinet.com>
<http://directory.classifieds1000.com>
<http://directory.ldmstudio.com>
<http://elib.org>
<http://eliteweb.cc>
<http://explorewisconsin.com>
<http://finditireland.com>
<http://gandalfdir.com>
<http://geniusfind.com>
<http://info-listings.com>
<http://information.com>
<http://infotiger.com>
<http://infovisual.info/directory/index.php>
<http://internet-web-directory.com>
<http://island-search.com>
<http://ismb02.org>
<http://jamjaa.com>
<http://110s.com>
<http://liquidn.com>
<http://mostpopularsites.net>
<http://nzs.com>
<http://odp.in>
<http://onlinerecruitersdirectory.com>
<http://payvand.com>
<http://platinax.co.uk/directory>
<http://prolinkdirectory.com>
<http://rakcha.com>
<http://re-quest.net>
<http://searchsight.com>
<http://searchwiz.com>
<http://squidlink.com>
<http://strictlycss.com>
<http://surfsafely.com>
<http://toponlineshopping.com>
<http://travel-directory.org>
<http://typicallyspanish.com>
<http://uksmallbusinessdirectory.co.uk>
<http://webdesigners-directory.com>
<http://webdesignstuff.com>
<http://webmasterengine.com>
<http://worldhot.com>
<http://worldsiteindex.com>
<http://zensearch.com>

PR 4

<http://4ppl.com>
<http://aardvarkbusiness.net>
<http://abacho.co.uk>
<http://ablazedirectory.com>
<http://allfreethings.com>
<http://allshops.com>
<http://amray.com>

<http://annasinkovska.com>
<http://batteryweb.com>
<http://bloggernity.com>
<http://blogrankings.com>
<http://bloguniverse.com>
<http://bluedir.com>
<http://burf.com>
<http://burtonian.com>
<http://businessweek.directorym.com>
<http://busybits.com>
<http://canadianeh.com>
<http://canadopedia.com>
<http://christianlinks.com>
<http://clasione.com>
<http://data-spain.com>
<http://directorylist.org>
<http://downunderindex.com>
<http://dixpnet.com>
<http://en.wedoo.com>
<http://englandsportal.com>
<http://findingblog.com>
<http://forage.in>
<http://friendlycanadian.com>
<http://global-weblinks.com>
<http://goolinx.com>
<http://hedir.com>
<http://illuminate.com>
<http://imegamall.com>
<http://indiabook.com>
<http://internetmarketingwebsites.com>
<http://invo.info>
<http://jayde.com>
<http://josh.nu>
<http://linketeria.com>
<http://link-pimp.com>
<http://linksmatch.com>
<http://linkspub.com>
<http://localsites.ca>
<http://massivelinks.com>
<http://mavicanet.com>
<http://my-india.net>
<http://netinsert.com>
<http://nicksyear.com>
<http://openhere.com>
<http://pedsters-planet.co.uk>
<http://resourcehelp.com>
<http://search.able2know.com>
<http://searchtheweb.com>
<http://seekzap.com>
<http://sgtsearch.com>
<http://sitesondisplay.com>
<http://sitetutor.us>
<http://sfsites.com>
<http://spheri.com>
<http://spotjockey.co.uk>
<http://stpt.com>

<http://thelocalweb.net>
<http://top5jamaica.com>
<http://toronto1.biz>
<http://trycanada.com>
<http://turnpike.net>
<http://urlshack.com>
<http://vxbox.com>
<http://wahlinks.com>
<http://web-central.info>
<http://websavvy.cc>
<http://wikidweb.com>
<http://worthwhilelink.com>
<http://wura.co.uk>
<http://yeandi.com>
<http://zunchdirectory.com>

Глава VIII. Блоги, форумы, движки. Использование, оптимизация, раскрутка

В этом разделе обсуждаются популярные движки блогов форумов и т.д. Даются методы их оптимизации, продвижения и использования для раскрутки своих ресурсов.

Часть VIII/1. 5 серьезных признаков наличия ошибок настройки блога

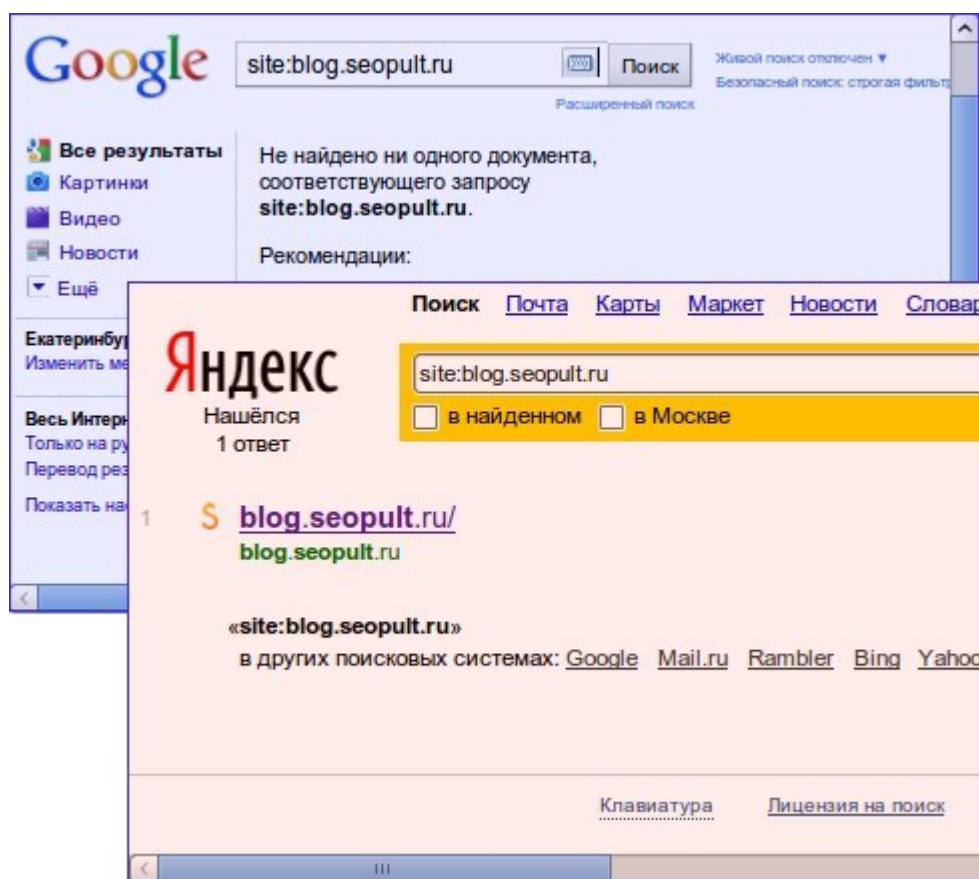
Автор: Сергей Кокушаров (Devaka)

При ведении корпоративного или персонального блога, порою их владельцы не уделяют внимание некоторым важным сигналам, например, отсутствию комментариев или внешних переходов, свидетельствующих о наличии ошибок в настройках. Эти признаки простые, поэтому могут оставаться незамеченными длительное время, но давайте разберемся, что стоит за каждым из сигналов?

1. Блог отсутствует в поисковых системах

Если вы давно ведете блог и его посты содержат уникальный контент, но при этом его до сих пор нет в поисковых системах, то явно что-то не так с настройками.

К примеру, у системы Seopult есть [хороший блог](#), который они открыли ещё в прошлом году и за это время опубликовали достаточно уникального материала. Некоторые из статей (постов) блога цитируют в твиттере и на других ресурсах, на поддомен блога ведет ссылка с главной страницы сеопульта. Но при всем этом, блог отсутствует в Google и Яндексe (по запросу поиска по сайту **site:blog.seopult.ru**).

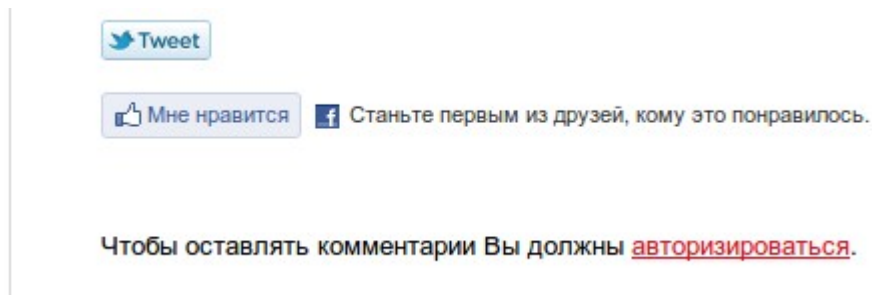


Если возникает подобная ситуация с вашим блогом, когда видно, что он отсутствует в поисковых системах длительное время, то проблема скорее не в поисковых системах, а в настройках вашего движка. Возможно, вы забыли открыть доступ поисковикам после тестирования блога?

2. На блоге не оставляют комментарии

Если вы пишете интересные статьи и вот уже их набралось большое количество и никто за это время не оставил ни одного комментария, тут надо подумать о причине такого явления. Возможно, со своего

компьютера у вас все выглядит отлично, но с внешних ip-адресов или для незарегистрированных посетителей сайт требует авторизации для комментирования, как это сделано на [блоге компании Промодо](#).



Форма авторизации присутствует, но при этом регистрация новых участников закрыта, в результате – блог лишается возможности обратной связи от его аудитории. При открытии блога, попробуйте на него зайти с какого-нибудь городского компьютера (например, из местного компьютерного клуба), представьте себя на месте случайного посетителя и попробуйте функционал, все ли доступно?

3. На блог нет переходов с внешних источников

Анализируя статистику переходов посетителей на свой блог, вы можете заметить, что переходы идут лишь прямые и отсутствуют любые другие, хотя вы уверены, что о вас пишут, упоминают и ссылаются.

Отсутствие переходов с внешних источников свидетельствует о том, что, вероятно пользователи не могут дойти до нужных страниц, их что-то не пускает. Например, это может быть файрвол, который открывает доступ только для внутренней сети, либо настройки .htaccess, где закрывается доступ посетителям с определенным реферером или юзер-агентом.

К примеру, когда я перехожу на интересный [блог Михаила Шакина](#) из системы статистики ли.ру посмотреть, с какой страницы ко мне переходят посетители, меня перебрасывает на главную страницу блога и приходится нужный адрес искать вручную.

| | | | |
|-------------------------------------|--|----|------|
| begun.ru | <input type="checkbox"/> forum.searchengines.ru/showthread.php?t=... | 30 | 1.2% |
| adwords | <input type="checkbox"/> google.com/url | 29 | 1.1% |
| mediatarget | <input type="checkbox"/> google.com.ua/imgres | 27 | 1.0% |
| позиции в Яндексе | <input type="checkbox"/> twitter.com/ | 22 | 0.8% |
| позиции в Google | <input type="checkbox"/> google.com/search | 19 | 0.7% |
| позиции в Rambler | <input type="checkbox"/> shakin.ru/seo/my-ggl-secrets.html | 14 | 0.5% |
| переходы на сайты | <input type="checkbox"/> yandex.by/yandsearch | 11 | 0.4% |
| переходы по ссылкам | | | |

42 КБ <http://www.shakin.ru/seo/my-ggl-secrets.html>

Проверьте внимательно все настройки безопасности сайта, а также походите сами по внешним ссылкам, пытаясь перейти на свой ресурс.

4. При наличии регистрации, на блоге никто не регистрируется

Проблема похожа на ту, когда не оставляют комментарии. Если на вашем блоге используется регистрация и за длительное время на нем никто не зарегистрировался, тогда попробуйте это сделать сами, получится ли у вас или может где-то неучтены дополнительные настройки?

Отсутствие регистраций и обратной связи – один из важных сигналов неправильной настройки блога.

5. Статистика показывает более 90% отказов

Допустим, вы уверены, что материал вашего блога уникальный и интересный. Но почему тогда процент отказов, показанный в статистике, более 90%? Возможно, посетители видят не то же самое, что вы сами? Посмотрите сайт глазами посетителя или поискового робота, попробуйте разные браузеры и операционные системы и, вероятно, вы найдете, что именно было не так!

Не будьте только автором, будьте также и посетителем своего сайта, и его подписчиком, исполняйте разные роли и вовремя реагируйте на сигналы, чтобы оперативно откорректировать настройки своего блога!

Часть VIII/2. Как сделать блог-многотысячник

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, представляю вашему вниманию третью часть моего цикла статей «Как сделать блог-многотысячник». Вы можете почитать [первую](#) и [вторую](#) части.



Я собрал основные мысли всех трех статей цикла “Как сделать блог-многотысячник” и сделал из них презентацию:

Надо любить свой блог

Можно уделять много времени продвижению своего блога, можно заказывать качественные тексты у копирайтеров, можно вкладывать средства в покупку ссылок и платное размещение статей на тематических сайтах, но все это может не принести желаемого эффекта, если не любить свой блог.

Блог требует любви. Любовь к блогу не измеряется ни денежной суммой, вложенной в него, ни количеством времени, которое вы ему уделяете.

Любовь к блогу - это ваше к нему отношение в целом. Я считаю, что относиться к нему нужно, как к любимому ребенку. Ни в коем случае не нужно расценивать блог как средство получения денег.

Нужно выработать свой стиль

Многие популярные блоггеры имеют свой стиль. Стиль невозможно выработать сразу, на это уходят месяцы и годы.

Я бы сказал, что стиль блоггера - это цепочка полезных моментов в ведении блога, которые его автор открывает, видит их эффективность и начинает использовать.

Например, в течение долгих месяцев я постепенно пришел к тому, чтобы использовать веселые картинки на черном фоне с белой окантовкой и текстом в начале каждого поста. К такому оформлению картинок я пришел не сразу - оно постепенно менялось, это заметно по старым постам.

В конце всех статей (кроме интервью) использую десерт (интересные видеоролики или flash игры), так как считаю, что посетителям после прочтения статьи это будет интересно.

В каждом посте я использую обращение к читателям «Дорогие друзья», а заканчиваю каким-нибудь хорошим пожеланием.

В начале каждого интервью я пишу фразу «Итак, встречайте ... !», это мне напоминает конференсье, представляющего гостя публике 🤖.

Это лишь некоторые моменты, которые я выработал и постепенно пришел к их использованию. У каждого они свои.

Я считаю что лучший способ выработать свой стиль - это никого не копировать, потому что во фразе «выработать свой стиль» ключевое слово - «свой».

Дизайн вторичен

Когда я сделал свой сайт по [Photoshop](#), то решил, что дизайн в первое время будет минимален - из графических элементов оформления был только логотип. Боковые колонки имели синюю границу в один пиксель и подписи имели синий фон. На этом весь дизайн заканчивался 🤖. Вот скрин моего сайта в 2006 году:



Все усилия я направил на написание интересных уроков по Фотошопу. В итоге с этим минимальным дизайном я за год довел его посещаемость до 3600 человек в сутки (о чем написал цикл статей [Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год](#)).

С тех пор я убежден, что дизайн вторичен. Да, он может создавать нужную атмосферу, подчеркивать индивидуальность сайта, но дизайн на втором месте, на первом - контент.

Я несколько не сомневаюсь, что мой блог Shakin.ru имел бы такую же посещаемость, как и сейчас, если бы у него был только белый фон и черный текст.

Мой совет начинающим блоггерам - не тратьте время на поиски дизайна, ставьте тот, который вам сразу понравился, и сосредоточьте усилия на написании полезных материалов. Дизайн всегда можно поменять в дальнейшем.

Главное в дизайне - чтобы он не мешал посетителям читать ваши материалы и чтобы он нравился вам.

Дизайн со спящим котом на Shakin.ru мне очень нравится и в ближайшие годы я его менять не планирую. Более того, я его просто обожаю и поставил на свой англоязычный блог MikeShakin.com.

Учитесь писать интересно

Я считаю, что 50-80% успеха любого блога - его интересный контент. Конечно, для максимального эффекта одного контента мало, нужно еще продвигать сайт в поисковиках и увеличивать посещаемость, но основа для создания блога-многотысячника - это контент.

Если хотите сделать популярный и посещаемый ресурс, то забудьте о копированных и переписанных материалах. Это совершенно ненужное направление. Ни один известный мне блог не стал популярным за счет копирования или переписывания чужих статей.

В первое время можно заняться переводом полезных материалов с английского или других языков. В начале пути я делал несколько переводов на Shakin.ru, но быстро понял, что они нужны лишь для того, чтобы понять, как и что нужно писать для привлечения внимания читателей.

Очень важным для блоггера я считаю умение писать интересно. Это умение никому не дается сразу, его нужно развивать. Я постоянно работаю в этом направлении, и теперь для написания статей мне нужна лишь мотивация и несколько мыслей, записанных в моем блокноте. Я не считаю, что уже научился интересно писать, но очень стараюсь. Думаю, к пенсии я точно научусь этому 😊.

При написании статей необходимо избегать грамматических ошибок и опечаток. В последнее время я пишу все свои посты в Word. Это позволяет не только заметить различные опечатки и ошибки, но и целиком сосредоточиться на статье.

Если у меня возникают сомнения в правильности написания той или иной фразы, я пользуюсь онлайн справочником по русскому языку Gramota.ru. Там можно не только проверить слова по словарю, но и освежить в памяти правила русского языка.

А вообще, лучший способ научиться писать без ошибок - это чтение художественной литературы.

Не нужно ничего накручивать

У некоторых товарищей обязательно возникнет мысль сделать блог-многотысячник за счет накрутки.

Накрутка - это когда вебмастер признается себе в том, что он не способен увеличить посещаемость и количество RSS подписчиков до нужного уровня. Это проигрыш самому себе.

Я считаю любую накрутку бесполезным занятием, которое не стоит ни минуты вашего времени.

Если посмотреть на популярные блоги как в рунете, так и в англоязычном интернете, и подумать, занимались ли их создатели какой-либо накруткой, то ответ будет очевиден - они об этом даже не думали.

Нет ничего лучше естественной посещаемости и естественного роста количества RSS подписчиков.

Нужно постоянно учиться

Для создания блога-многотысячника нужно постоянно учиться. Чем больше будет знаний и умений у блоггера, тем эффективнее будет развиваться его сайт.

Для успешного ведения блога мало умения писать посты и знания SEO. Есть еще много направлений, которые в той или иной степени оказывают влияние на развитие вашего ресурса.

Нужны знания HTML, CSS, чтобы вносить необходимые изменения в шаблон блога. Если хотите выучить HTML и CSS, то можете воспользоваться моей подборкой [Лучшие ресурсы для изучения HTML и CSS](#).

Желательны хотя бы начальные познания PHP и MySQL, чтобы работать с кодом и базой данных. Для интересующихся я писал пост [Лучшие ресурсы для изучения PHP и MySQL](#).

Нужно уметь работать с различными интернет сервисами и программами. Их очень много, постоянно появляются новые, и, чтобы хорошо в них ориентироваться, нужно изучать работу в них. К сожалению, многие создатели сервисов и программ упускают важный момент - создание подробных инструкций для пользователей. Лучший вариант решения - создать серию видеоуроков от самих разработчиков. Что-то я опять отвлекся 🤔.

Я убежден, что лучший способ чему-либо научиться - это самообразование. Не жалеете времени и усилий на самообучение, это отличные инвестиции в самого себя.

Интернет для меня - лучший источник образовательных материалов. По любой тематике можно найти нужные обучающие материалы, нужно только не лениться.

В целом для того, чтобы сделать блог-многотысячник, нужно много и упорно работать. Если писать интересные материалы регулярно в течение 2-3 лет, то можно достичь успеха в любой тематике и пробиться в лидеры. Можно и быстрее, но для этого потребуется больше усилий.

Часть VIII/3. Сладкий зефир — моя схема продвижения блога

[Автор: Александр Борисов \(boricov\)](#)

Сегодня мы рассмотрим с вами схему продвижения блога, которая по **моему личному мнению** считается ПРАВИЛЬНОЙ! Правильной именно в плане заработка, сегодня мы будем говорить именно об этом.



В рунете несколько сотен тысяч блогов различных тематик, конечно же основная масса их авторов хочет сделать свои ресурсы популярными и прибыльными, но почему же происходит так, что большая часть людей просто напросто бросают свои блоги так и не придя к успеху? Об этом и не только об этом, пойдет речь в сегодняшней статье...

Сразу же ответ на ваш возможный вопрос, «А почему такое название — Сладкий зефир?». Ой, название как раз таки я подобрал в самую точку.

Вы знаете, основная часть блоггеров в рунете похожи на этих детишек, не на всех, а на тех, которые этот зефир съели. У этих ребят (блоггеров) нет терпения, им хочется все и сразу. Вот сразу сделал блог и он тут же должен приносить прибыль. В головах этих ребят вообще НЕ ПРАВИЛЬНОЕ ПОНИМАНИЕ СПОСОБОВ ЗАРАБОТКА НА БЛОГЕ — это во-первых, а во-вторых эти ребята больны синдромом «КАК У ВСЕХ ТАК И У МЕНЯ», о нем чуть ниже. Вы только не подумайте что я кого-то оскорбляю, совсем нет, просто привел вам образный пример...

Чтобы я сейчас не написал в данной статье, сколько бы вы пользы не взяли из моей писанины, сколько бы человек ее не прочитали и какова бы сильна самомотивация этих ребят ни была, знайте, закон Парето еще никто не отменял, все равно основная масса людей в сети будет шкребсти копейки на своих блогах... Да и шкребсти то можно по разному... Об этом чуть ниже... Ну образно давайте представим, что копейки это 1-2-5 т.р. в месяц, а хороший доход 30-50-100 т.р.

Сейчас я не буду критиковать другие блоги и выпендриваться, просто хочу чтобы вы уловили смысл моих слов — сразу деньги на блоге не зарабатываются. Заработок на блоге — это обычный бизнес как и все,

сначала ты вкладываешься в него и только потом он начнет приносить доход. Это обычная истина любого бизнеса, вам нужно это понять. Посмотрите как некоторые традиционные предприниматели пахнут первые года ради того чтобы их бизнес просто ОКУПИЛСЯ ВНАЧАЛЕ и начал приносить доход. В интернете же все хотят какой-то сказочной халявы. Кто не понимает этой простой истины будет в пролете.

Да, большинство будут в пролете... Это не потому что я так решил друзья, попрошу вас понять меня правильно, все потому что это СТАТИСТИКА. У основной массы просто напросто нет ТЕРПЕНИЯ. ТЕРПЕТЬ — это не значит бороться с болью в прямом смысле. Терпение в блоггинге — это в первую очередь то, когда ты как раб пахнешь днями и ночами вкладывая все силы в развитие своего блога, а во-вторых это то, когда ты можешь брать результат своих трудов, а можешь и не брать. Или ты берешь мало, как все (сразу), или ты берешь МНОГО (дотерпев до нужного момента)! Только сначала чтобы взять это МНОГО, ты должен терпеть долгое время и не брать по малу, а кроме всего этого ты еще должен пахать как раб на галерах не один год (кто-то меньше, кто-то больше)... Люди не могут ждать так долго и столько времени терпеть, люди не привыкли пахать, им нужно все сразу...



РАССКАЖИ ИМ
как ты устал сегодня в офисе

Так же люди просто не хотят, как я уже сказал, пахать как рабы на галерах, и не потому что им лень или нет терпения, просто они не знают, что их ждет впереди. Меня многие спрашивают по e-mail, — «Александр, я планирую завести себе блог на тематику. Скажите я смогу на нем что-нибудь заработать?». Вначале я хочу сказать, что заработать можно на любом блоге. Да, тематика играет роль, но все же ЗАРАБОТАТЬ МОЖНО НА ЛЮБОМ БЛОГЕ! 90% вашего успеха в блоггинге зависит от умения писать интересный и полезный текст. На самом деле это не трудно, просто опять же сидеть за компом по 6-8 часов и писать один пост — не у всех есть ТЕРПЕНИЕ!

Реальность такова и многие успешные интернет-предприниматели со мной согласятся: если человек на начальном этапе уже не уверен в своих силах или спрашивает «А смогу ли я?», то он на 99,9% обречен на неудачу. Всем тем, кто присылал мне письма с такими примерными вопросами: «Александр, смогу ли я заработать ...», я отвечал — «Нет, не сможешь»... И я был прав...

Идем дальше. Люди начинают брать по малу забывая на то, что потом ведь можно брать больше. Многие наверное вообще не понимают о чем это я, — «Что значит брать по малу?». Хорошо объясню.

Посмотрите на то, как блоги начинают свой путь в сети. Их авторы сразу же думают о том, как заработать. Разве не так? Конечно же так. Как заработать, заработать, заработать... Все, только одно на уме... В принципе в этом-то и нет ни чего плохого правильно? Все хотят зарабатывать и я в том числе. Но ребята, запомните одно — зарабатывают на блоге ПРАВИЛЬНО только те, кто несет какую-то ценность для других. Пока вы это не поймете, зарабатывать вы не будете, а если и будете то НЕ ПРАВИЛЬНО! Пока ваш блог не будет наполнен большим объемом информации по тематике вашего блога — ни какого заработка не ждите.

То что вы на начальном этапе развития блога начинаете забивать его рекламой (банеры, яркие контекстные объявления по 5 штук на страницу, тизерные мигающие (меня вообще они бесят просто) объявления, дебильные посты с партнерскими ссылками, [рекламные строчки Noliх или Daos](#), когда у вас посещалка 3,5 человека в сутки и т.д.) **ПРИБЫЛИ ВАМ НЕ ПРИНЕСЕТ ПОВЕРЬТЕ НА СЛОВО!** Угрожаете свой блог к чертовой бабушке.

Прибыльный блог — это такой блог, который в первую очередь имеет огромную целевую посещаемость, у которого есть огромная база подписчиков и который имеет в своем содержимом склад полезных материалов по своей тематике. Блоги на которых этого нет или скребут копейки зарабатывая на ссылках и убивая себя или вообще ни чего не имеют (копеечки на контекстной рекламе и т.д.). Они берут мало, они не хотят терпеть... Ваша задача превратить ваш блог в прибыльный (без переполнения его рекламой) вот тогда вы будете брать больше всех. Это делается не сразу. На сайте vkontakte.ru первые несколько лет не было ни одной рекламной ссылки или баннера. Берите пример.



Если мне нужна какая-то литература, то я иду в библиотеку, так как знаю, что там есть все что мне нужно. Туда иду не только я, туда идут все... Люди знают — там СКЛАД НУЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ! Ваша задача сделать на своем блог такой же склад полезной информации по вашей тематике. Новый посетитель пришедший на ваш блог прочитает один-два интересных поста, присмотрится к вашему блогу и обнаружит — что это просто склад полезной информации, на котором есть практически все что ему нужно для того, чтобы получить то, что он хочет и еще больше... Так будет и со всеми остальными. Больше количество контента на блоге будет увеличивать посещаемость с каждым днем.

«А что значит зарабатывать правильно и не правильно Александр? Это как понимать?», — спросите вы. Хороший вопрос и у меня на это есть хороший ответ. Я уже немного писал про это в своей прошлой статье — «[Две техники заработка на блоге](#)». Чтобы не повторяться я просто напишу свою схему правильного заработка. Расскажу, что значит для меня зарабатывать на блоге ПРАВИЛЬНО!

Ребята, скажу вам честно. Я не хочу умереть за компьютером. Я не хочу по 12 часов в сутки сидеть у этого долбанного ящика (монитора) и отрачивать себе большой горб, постоянно снижая свой иммунитет и заплывать жиром. Я хочу уезжая в отпуск на 1-2 недели, а то и больше не беспокоиться о своем блоге и не переживать за то, что у меня на нем твориться (комментарии, спам, не упал ли хостинг и т.д.). Я не хочу быть постоянно привязанным к блогу из-за того, что если я завтра не продам пару ссылок или не окажу какую-то платную услугу, то я ни чего не заработаю... Я не хочу быть РАБОМ СВОЕГО БЛОГА в будущем!!! Я хочу быть свободным...

А вы хотите быть рабом своего блога? Я думаю нет. Если это так, тогда вам стоит прислушаться к тем советам, которые я даю на своем блоге. Я веду своих читателей именно к правильному заработку на блоге. Моя задача не только заработать самому, но еще и помочь вам улучшить качество своей жизни благодаря блоггингу. Блоггинг — отличная возможность это сделать. Ко всему этому я хочу научить вас зарабатывать на блоге так, чтобы вам потом не пришлось тратить все заработанные деньги на болячки, которые вылезут у вас из-за долгих посиделок за компьютером...

Эх, как бы трудно не было это говорить, но все же я скажу — в первый год придется все же попахать и подпортить свое здоровье как ни крути, по началу сидеть за ПК нужно не мало времени. Совет: занимайтесь спортом параллельно.

Зарабатывать на блоге правильно нужно так, чтобы это в первую очередь не приносило вред здоровью, а во-вторую, чтобы в вашей голове отсутствовали постоянные переживания за свой блог и заработок. Вы должны быть свободным в то время как ваш блог зарабатывает вам деньги.



«Ах, какая красивая сказка Александр, вот бы мне так», — скажете вы... Да, красивая ребята, не спору. Вот по такому плану и к такому результату я постоянно иду с каждым днем (зарабатывать и быть свободным). Порой мне кажется, что мое терпение на пределе, но все же я беру себя в руки и иду дальше... Хотя у меня есть сейчас не малый, я вам скажу заработок в интернете, но это все же не то, на что я рассчитываю в будущем. 25-30 т.р. можно и на работе по найму зарабатывать, я иду к большим цифрам.

Сейчас я пока еще пашу как раб, честно признаюсь вам в этом. 29 октября моему блогу будет ровно 1 год. Почти целый год я пашу, терплю изо всех сил, выкладываюсь по полной, зная что меня ждет впереди... В моих планах уже к концу этого года (декабрь) показать вам тот результат, к которому я шел все это время. Я хочу показать вам именно результат (цифры), а не простые слова, как сейчас например, чтобы вы в

живую увидели перед собой наглядный пример того КАК НУЖНО ЗАРАБАТЫВАТЬ НА БЛОГЕ ПРАВИЛЬНО! Обязательно [подпишитесь на обновления моего блога](#), чтобы не пропустить очень интересную статью с итогами моих трудов.

Это со стороны так кажется, что у некоторых блоггеров все в шоколаде. И посещаемость и заработок и все все все... Что они ничего наверное и не делают, не напрягаются и у них все хорошо... 😊 Поверьте мне друзья это не так. Все кто сейчас высоко сидит, все батрачили как проклятые. Не сидят высоко только те у кого нет ТЕРПЕНИЯ. А все кто молотит языком про то, что на блоге можно легко зарабатывать и курить бамбук — обыкновенные детишки... Не верьте им...

Теперь немного про синдром «КАК У ВСЕХ ТАК И У МЕНЯ». Ох уж и любят новички повторять за другими блоггерами а... Я ни чего против них не имею, сам таким был. Вот и сейчас моя задача не посмеяться, а направить их в нужное русло.

Ребята, когда вы занимаетесь оформлением своего блога, то сядьте и хорошенько подумайте, что и как на нем должно быть. Если у одних сделано так-то и так-то, то это не говорит о том, что вам нужно повторять, а тем более это не говорит о том, что то, как сделано у них — работает.

Приведу пример распространенных ошибок. Если вы посмотрите на сайдбары зеленых блоггеров, то увидите там кучу хлама. Вот допустим мне всегда было интересно зачем на блоге нужен виджет «Свежие записи», если все ссылки на эти записи и так есть на главной странице в основном содержимом? Зачем нужен виджет «Архивы», если есть раздел — карта сайта. Зачем нужен виджет с кучей летающих меток если на них никто не нажимает? Зачем нужны виджеты от фейсбука или вконтакте в сайдбарах? Зачем нужен виджет «вход администратора» если в админку можно попасть так: <http://site.ru/wp-admin>, зачем вставлять на новый блог кучу партнерских баннеров если они просто занимают место и с них не идет ни какой прибыли (посещаемость нулевая), зачем вставлять кучу счетчиков различных рейтингов, статистик и т.д. Зачем?

Это все происходит потому что новички еще пока что больны этим синдромом — «КАК У ВСЕХ ТАК И У МЕНЯ». Ребята завязывайте. Проявляйте свою индивидуальность. Уже просто глаза мозолят такие блоги с, простите за выражение, засранными и кривыми сайдбарами. Перед тем как делать — думайте...



Второе действие синдрома — это желание быстрее заработать на блоге. Новички смотрят на других блоггеров, которые реально зарабатывают и думают так — «Все зарабатывают на блоге, а почему бы и мне не начать?». Ребята ни как не поймут что еще рано... РАНО!!! «Все продают ссылки, а почему бы мне не продавать?». Это вообще самоубийство. Про это я уже писал совсем недавно почитайте — [«Как я заработал 1280 рублей за 15 минут»](#). Сначала сделайте что-то, создайте что-то, несите какую-то пользу,

сделайте из блога качественный ресурс, а потом уже и зарабатывайте! Не гонитесь за деньгами, это погубит вас... Не смотрите на других, все кто зарабатывает на блоге большие деньги, делают не то, что делают ВСЕ.

Ну в общем то и все на сегодня. Основную мысль я до вас донес — ТЕРПИТЕ ДРУЗЬЯ, ТЕРПИТЕ! Ваша задача сделать блог много посещаемым и набрать большой целевой подписной лист. Блог начинает приносить прибыль только после того как вы в него будете вкладываться по максимуму очень долгое время. Сначала ты пашешь, а только потом получаешь результат. Кто уже сейчас понимает, что столько времени он терпеть не готов, чтобы добиться успеха в блоггинге, то мой вам совет, даже не начинайте, потом будет много разочарований...

Вот это не понимание новичками того, как вообще блог продвигать, оптимизировать, зарабатывать на нем и т.д. просто сводит их с ума. В голове каша, они не знают что и как им делать... Тяжело... Да тяжело, терпите, учитесь, познавайте и действуйте...

Если взять все выше написанное и сделать общий вывод, то моя схема заработка такая: Вкалывать 1-1,5-2 года ради создания на блоге склада полезной информации по определенной тематике, поднимать высокую посещаемость блога и его показатели, набирать большой подписной лист и только потом уже начинать зарабатывать, поставив процесс заработка на автомат. Зачем брать сразу и по малу, надо брать МНОГО, но выждав подходящий момент. Этого подходящего момента так многие и не дожидаются... Особенно те, кто начинает барыжить ссылками с блога...

Как зарабатывать? Об этом я уже не мало писал на своем блоге. Конечно же есть много тонкостей и интересных фишек, которые позволят увеличить заработок на все тех же баннерах, ссылках, контекстной рекламе и т.д., но о них вы узнаете из моего итогового поста в конце года...

Часть VIII/4. Сладкий зефир — схема продвижения блога! Часть 2

[Автор: Александр Борисов \(boricov\)](#)

Сегодня я пишу вторую часть статьи «Сладкий зефир — моя схема продвижения блога», первую часть вы можете почитать пройдя вот по [этой ссылке](#).



Тогда я написал свою схему продвижения в плане монетизации блога. Цель той статьи была донести до вас понимание того, что зарабатывать на блоге нужно не во вред здоровью, а так же не торопиться зарабатывать с разу же с первых дней. В сегодняшней статье я буду рассказывать о технических моментах продвижения...

На дворе уже середина сентября, скоро конец года. Надо бы мне уже поторапливаться с выпуском своих платных и бесплатных видеокурсов, вы их уже наверное заждались. Ну ни чего, скоро будут. Чтобы не пропустить их выход, обязательно [подпишитесь на обновления блога](#). Ну а теперь к теме статьи.

Давайте я сейчас расскажу вам как бы я стал сейчас продвигать новый, нулевой блог в течение года, обладая теми знаниями по продвижению, которые я приобрел за все то время, пока изучал различную информацию в сети. Представим, что я сделал себе блог на тему «заработок в интернете, продвижение сайтов и блогов» и хочу чтобы он стал в сети очень популярным, интересным и много посещаемым.

Почему я взял отрезок времени в год? Ну я считаю, что именно в этот период нужно больше всего пахать как проклятый, чтобы в будущем кушать сладкие плоды своих трудов. За год можно сделать из своего блога очень классный, интересный и популярный ресурс, повысить его показатели, трастовость, набрать хорошую подписную базу и соответственно нарастить не хилую посещаемость. В пример вам isif-life. После того как все это будет — хороший заработок на блоге неизбежен.

В первый год блог нужно продвигать очень осторожно, чтобы не навредить ему. Все знают про фильтр «Песочница». Фильтр, который не позволяет молодым сайтам в первые месяцы жизни (количество для

всех разное) рвать и метать, как говорится. Не получится у вас друзья подвинуть своих конкурентов в ТОПе по высокочастотным запросам пока ваш блог еще совсем младенец.

Кто-то утверждает, что фильтра «песочница» уже нет и это миф. И молодые сайты мол могут сдвинуть всех в ТОПе. Кто-то наоборот утверждает, что фильтр существует и продвижение в первый год нужно производить грамотно, осторожно и равномерно, чтобы не попасть в БАН (АГС). В общем как обычно все ля-ля, а что да как никто не знает.

У нас в пожарной охране есть одно такое правило — «Если ты приехал тушить пожар, видишь электропровода и не знаешь, под напряжением они или нет, то считай, что они под напряжением». Так же будем думать и мы — если мы не знаем, действует ли фильтр песочница на сегодняшний день или нет, то будем считать, что действует. Поэтому продвигать блог будем осторожно и равномерно. Поехали...

Для начала у меня к вам один вопрос. Вот вы сделали себе блог, купили домен, хостинг, загрузили его в интернет, все он у вас работает, дальше как обычно планируете его совершенствовать как изнутри так и снаружи. Вот собственно сам вопрос — скажите, почему именно ваш блог должен стать популярным и много посещаемым и как вы собираетесь этого достигать? Что должно быть такого на вашем блоге, чтобы он выделялся среди всех остальных?



Каждый день в сети появляются более 100 000 НОВЫХ сайтов и блогов и по любому каждый из владельцев этих ресурсов (сделанных именно для получения прибыли) думает так — «Ух, щас как раскручу, как наверчу и денег будет уйма...». Видим мы совершенно другую картину. Зарабатывают единицы, остальные сливаются. Да, не сразу, но сливаются...

Вся причина в том, что у людей нет понимания правильного продвижения — это раз, и люди мыслят как все — это два. Откройте 100 блогов на тематику «заработок в интернете» и вы увидите, что 95% из них похожи друг на друга, выделяется лишь малая часть. Откройте 100 блогов на SEO тематику и будет все то же самое, 95% как клоны, 5% выделяются. В общем в любой тематике основная масса блогов похожи друг на друга как тем о чем они пишут так и внешним видом блогов. Про ошибки блоггеров в плане быстрого обогащения я уже писал в первой части и повторяться не буду, поговорим о технических моментах.

Ваш блог никогда не станет популярным и много посещаемым если вы не выделите его среди других клонов. Как бы я выделил свой новенький блог? Я бы заказал для него хороший запоминающийся логотип. Советовал, советую и всегда буду советовать это каждому. Без логотипа блоге не выделяется.

«Нет денег на логотип», — такой ответ можно услышать практически от каждого, кто завел себе блог. Это ваши проблемы, есть у вас деньги или нет, но логотип должен быть. Ваш блог должен оставлять зрительный образ (отпечаток) в памяти посетителей. Блог, который не выделяется среди других, люди считают обычным «он такой как и все, в нем нет ни чего особенного».

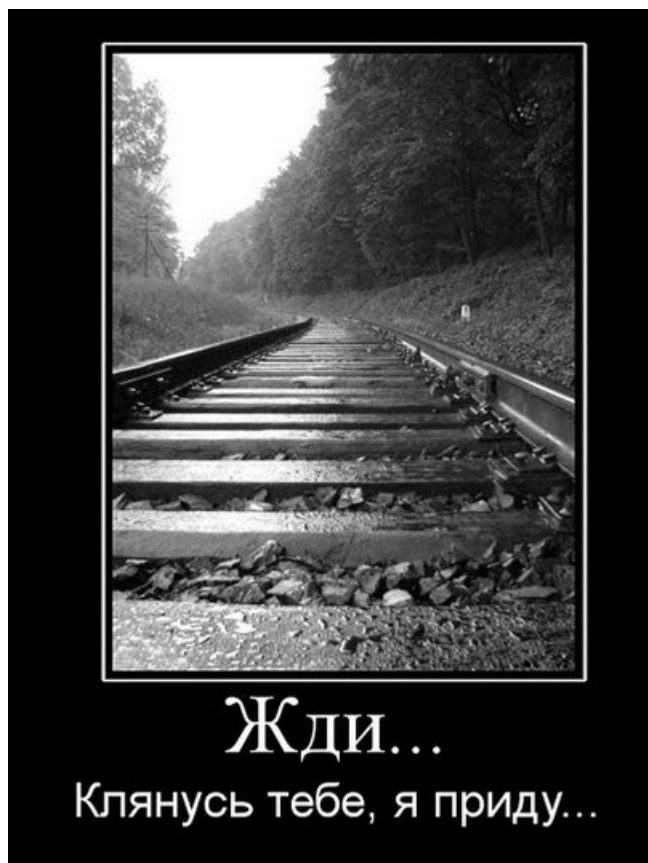
Какая-то яркость, изюминка, ну в общем что-то такое в блоге обязательно должно присутствовать. Не повторяйте ошибок клонов. Не думайте, что если вы установили красивую бесплатную wordpress тему, в фотошопе корявыми буквами в разноцветных цветах в шапке написали название блога и забили сайдбары кучей кривых, не нужных виджетов (как все), то ваш блог запомнят. НЕТ!!! ВЫ-ДЕ-ЛЯЙ-ТЕСЬ!!! Найдите эти мизерные 2000 т.р. на логотип, а лучше вообще дизайн блогу заказать.

Я кстати уже подумываю сменить дизайн блога, но пока что на это нет времени, сейчас другие планы, да и вообще немного опасаясь я этого, мало ли что... Смена кода и все такое, это наверняка как-то отразится на блоге... Надо было раньше думать об этом, еще в самом начале. Вот вам друзья я снова в пример, учитесь на ошибках других...

Идем дальше. Ок, сделал я дизайн блогу (логотип), красиво оформил блог, ни каких лишних виджетов, все удобно на блоге и красиво. Что дальше? А дальше я бы написал 3-5 интересных, подробнейших, объемных постов в блог по своей тематике, дав им просто мега классные цепляющие заголовки.

Да, писать нужно интересные, подробные и объемные посты постоянно, но это особенно важно на старте блога. Новички на это забивают, думая что «пока сойдет», «главное чтобы было». Это не так. База закладывается в самом начале и мнение о вашем блоге у людей будет складываться в самом начале, а не потом.

В первом своем посте на блоге опишите о чем будет ваш блог, что вы будете писать в него, почему люди должны вас читать, **ПООБЕЩАЙТЕ** им, что вы не будете халявничать и постоянно будете подкармливать их новыми интересными постами. Слово пообещайте я выделил жирным цветом, так как это очень важно. Люди любят обещания. Возьмите на себя ответственность...



Я этот момент не учел на старте о чем очень жалею, жаль не было рядом учителя, который бы подсказал мне об этом.

Хотелось бы еще обратить внимание на оформление постов в блоге. Наверняка вы заметили, что я начал в начале каждого поста вставлять красивую картинку (как демотиватор). Это очень выделяет посты на моем блоге среди других постов на других блогах. Это придает моему блогу некую индивидуальность. Уже много писем получил на e-mail в которых люди спрашивали как я делаю такие картинки. Очень просто друзья — в фотошопе.

Вот и вам совет — делайте свои картинки, вставляя в них ссылку на свой блог. Поиск по картинкам еще никто не отменял. Человек который случайно увидит вашу картинку, которому она понравится и он увидит на ней адрес вашего блога, наверняка зайдет на него. На начальном этапе развития блога я не учел и этот момент.

Так же обратите внимание на оформление постов в блог. Пишите статьи не абы как, а так как нужно. Вот вам в помощь несколько статей:

«[Как правильно писать статьи на wordpress](#)»

«[Пишу, пишу в блог, а посетителей все нет и нет](#)»

«[Оптимизируем контент на блоге по максимуму](#)»

Это касается не только тех 3-5 первых статей в блог, но и всех остальных, которые вы будете писать.

Хорошо! Блог красивый, он выделяется среди других как внешним видом, так и оформлением постов. Посты пишутся содержательные, подробные, объемные и интересные. Что дальше?

Вот так и продолжайте писать дальше по **2-3 статьи в неделю** РЕГУЛЯРНО в течение полу года, а то и больше!!! К черту заработок — ваша задача наполнить блог интересным контентом, сделать на блоге склад полезной информации по вашей тематике, об этом я уже где-то говорил в своих прошлых постах.

На вашем блоге должно быть абсолютно все по вашей теме. Все то, что поможет человеку добиться какого-то результата, получить знания в определенной области, стать эффективнее, умнее и т.д. В общем вы поняли. Вы должны показать людям, что вы не просто «х...р с горы», а человек, который знает, что он делает и знает о чем он говорит.

Вы должны запастись терпением, вы должны очень много трудиться и работать в плане написания ИНТЕРЕСНЫХ, ОБЪЕМНЫХ и ПОЛЕЗНЫХ статей в блог очень большое количество времени. Поверьте, ни какая супер-пупер оптимизация блога, статей, ни какое SEO продвижение не сделает ваш блог популярным и высоко посещаемым, если вы пишете мини статьи на 1000—2000-3000 символов и надеетесь на то, что посетители побегут к вам рекой. Вы ошибаетесь. Не побегут.

Вы можете читать мои статьи на блоге в захлеб, читать различных гуру поисковой оптимизации и радоваться тому, что вы узнали какие-то классные seo фишки или seo штучки, но если вы не пишете ОБЪЕМНЫЙ ПОСТЫ, то забудьте о большой посещаемости. Есть конечно уникамы, которые выходят на мега посещаемость блога с минимальным количеством контента, но это единицы и талантливые люди.

Откройте вы глаза наконец и приглядитесь к блогам с высокой посещаемостью. [Раз](#), [два](#), [три](#), [четыре](#) =)... Еще примеров привести? Глядите на то, какие пишутся объемные статьи в блог, оцените труд этих людей, как вы думаете сколько времени уходит у них на написание одного поста? Час? Два? Ага, щас... Я уже этот пост сижу пишу с 10 утра, сейчас уже 14:00.



Пока картинки подберешь и сделаешь, пока заголовок придумаешь, пока title, description, keywords пропишешь, пока ошибки в тексте проверишь, пока ссылкиставишь на внутренние страницы и т.д., на это все нужно время... Друзья, в блоггинге халявы то нет, когда это уже поймут наконец. Так! Попрошу не ныть в комментариях про нехватку времени. У меня его тоже нет, зато я знаю что «нет того что не успеешь сделать за ночь».

Думаю это понятно! Пишем большие посты. Большие это значит как минимум 10 000 символов. Не меньше. Не слушайте тех, кто говорит вам, что у вас одна вода в постах, читать они устают от того, что пост длинный, не интересный и т.д. Кому надо и интересно тот читает, кто завидует — тот или жалуется или подье...ет. Прошу прощения за мой китайский. Но это факт.

Повторю, первые пол года писать чуть ли не через день, потом, когда посещаемость вырастет и на блоге сформируется постоянная целевая аудитория, то можно уже писать 1-2 поста в неделю и даже реже. В общем можно расслабиться и писать уже тогда когда хочется. Контент работает на вас, вы отдыхаете. Я пока что еще стараюсь писать по 2 поста в неделю, когда и больше.

Что еще хочется вам сказать? А сказать я хочу следующее. Для того чтобы посетители уходя с вашего блога возвращались на него снова — ОНИ ВСЕГДА ДОЛЖНЫ ЧЕГО-ТО ЖДАТЬ ОТ ВАС! Обещайте что-то своим посетителям, поощряйте их, давайте что-то бесплатно.

На моем блоге постоянно проходят какие-то конкурсы, я постоянно разрабатываю какие-то видеокурсы (платные и бесплатные) для своих читателей, я постоянно поощряю самых активных комментаторов своего блога пусть не большими, но хоть какими-то презентами, на моем блоге один раз в месяц проходит [акция «Ракета»](#), где люди могут подать на анализ свой блог, я провожу эксперименты и т.д.

Я обещаю посетителям новые интересные посты, бесплатности, конкурсы и т.д. Люди постоянно ждут от isif-life чего-то новенького и вкусенького. Я думаю вы поняли меня — сделайте так, чтобы людей что-то притягивало на ваш блог, заставьте их ЖДАТЬ.

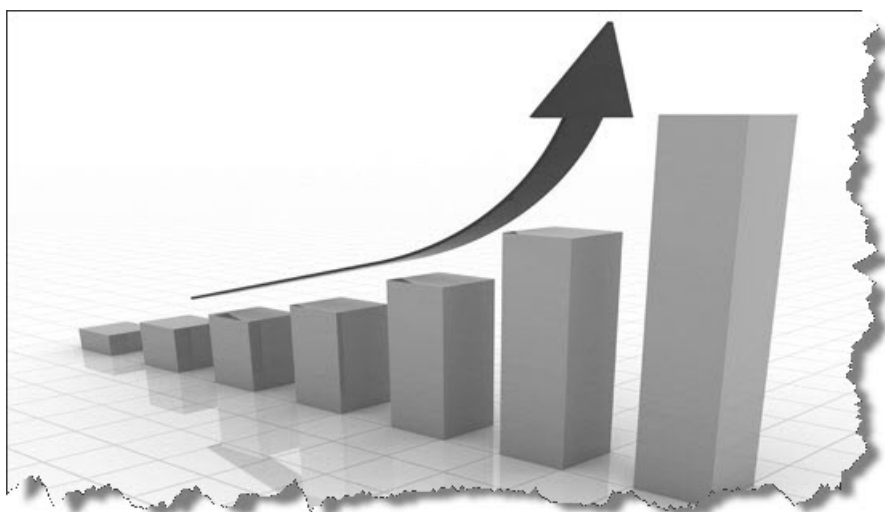
В общем можно еще много чего вам понаписать, различных интересных фишек, но думаю хватит об этом. Пойдем дальше и вернемся к продвижению.

У нас есть посты на блоге — это хорошо, за пол года можно написать много постов. Контент приносит посетителей с поисковых систем однозначно, вы оставляете анонсы своих постов в различных [социальных сетях](#) и [форумах](#), комментируете другие блоги, все это тоже хорошо и приводит на ваш блог все новых и новых посетителей.

Ваша задача получать основную часть трафика именно из поисковых систем и закладок. Закладки понятно, когда блог интересный, то люди сами на него заходят. Трафик с поисковых систем достигается путем ссылочного продвижения (покупкой ссылок). Здесь мы вспоминаем про фильтр «Песочница». Большая ошибка многих новичков в том, что они сразу же начинают делать КУЧУ различных прогонов по различным каталогам статей и сайтов, заказывая всякие там регистрации в различных сервисах.

Этого делать нельзя. Можете отправить свой блог под АГС. Резкий ссылочный взрыв загубил уже не один ресурс. Если вы заказываете прогон, то делайте это один раз, не стоит заказывать 5 прогонов у нескольких вебмастеров. Велика вероятность того, что по головке за это не погладят, а дадут хорошего леща.

Хочу высказать свое мнение по поводу регистрации сайта (блога) в каталогах сайтов (не статей). Я не рекомендую делать прогон молодого блога по каталогам. Многие считают, что это нужно, а вот я считаю что нет. В своей статье [«Как правильно покупать ссылки»](#) я говорил с каких сайтов ссылки будут передавать хороший эффект в повышении позиций и каталоги как раз не входят в их число. Смысл тогда в прогоне? Набрать ссылочную массу? Так зачем она нужна если от нее нет ни какого эффекта. Лучше в [блогуне](#) купить 20-30 ссылок эффекта будет больше в 100 раз.



Уже на каком-то блоге читал пост про бесполезность регистрации в каталогах статей, где автор простым языком объяснил, что все это уже не нужно. Я с ним согласен. Каталоги сайтов — это как майонез. Все его едят, но знают, что это жесть. Тут спорить можно долго, но у меня мнение сложилось однозначное — каталоги статей не дают ни какого эффекта, а если и дают то минимальный.

Что нам тогда делать? Я бы посоветовал после 6 месяцев жизни блога заказать его регистрацию в профилях трастовых сайтов на [Feedsite](#), а еще чуть позже (7-8 месяцев) прогон по каталогам статей в [cheaptop](#) (кстати результат [эксперимента cheaptop](#) выложу после очередного апдейта ТИЦ, [следите за обновлениями](#)).

В итоге таких прогонов вы получите большое количество хороших беков, что несомненно положительно скажется на повышении ваших позиций по определенным ключевым словам. Я заказывал прогон в обоих сервисах и результат меня порадовал. Как только происходит Апдейт Яндекса, то посещаемость выстреливает на +100-200 посетителей в сутки а то и больше. Позиции растут.

Советую покупать ссылки на [gogetlinks](#), [Pomanocm](#), размещать статьи в [miralinks](#), но ооооочень осторожно и покупать только хорошие ссылки. Какие считаются хорошими вы уже знаете из статьи **«Как правильно покупать ссылки»** (теория), практика будет чуть позже... В принципе в практике не будет что-то нового, в основном я покажу технические моменты покупки ссылок. Основа — это конечно же теория и понимание хорошего и плохого сайта. Осторожно — это значит не резко и не по многу. Покупайте по 1-2 ссылочки в неделю.

Санкций у поисковых систем много, вы можете даже и не заметить то, что к вашему блогу поисковики применили какие-то санкции. Вот однажды мне показалось что мой блог просто тупо остановился в развитии, как была посещаемость в сутки, так и стояла какое-то определенное время. Я не понимал почему она не растет (даже падала иногда), ведь мой блог постоянно обновляется, живет, развивается...

Все дело наверное было в том, что к моему блогу применили какие-то санкции за то, что я резко начал покупать ссылки и заказывать различные прогоны по несколько раз на серыче (это было почти в самом начале ведения блога). Я не знаю как это объяснить, но в общем что-то такое было (санкции), я даже за переживал малость. Я продолжал писать в блог и все нормализовалось со временем. Теперь посещаемость идет только в гору. Не повторяйте моих ошибок.

Ну вот и все наверное. Что дальше? А что что... Ни чего... Пишите интересные ОБЪЕМНЫЕ посты в свое удовольствие тогда, когда вам хочется и когда есть время. Инвестируйте часть заработанных денег в покупку ссылок для поднятия позиций, в конкурсы и т.д. Ведите свой блог просто в кайф...

Вывод как всегда у меня один: первых год усиленно пашем, а потом пашем еще сильнее... Шутка. Потом расслабляемся... Не продвигаем свой блог резко, основное время уделяем написанию больших, качественных постов, не покупаем плохие ссылки, покупаем только хорошие.

В принципе вывести блог на хорошую посещаемость совсем не трудно — объемные оптимизированные статьи — анонсы в соц.сетях и форумах — комментирование других блогов — ссылочное продвижение. По всему остальному заморачиваться не стоит.

Очень тяжело вести блог продолжительное время и не получать с него ощутимый результат который выражается денежными купюрами. Порой опускаются руки, хочется забить блог рекламой (грохнуть блог) и т.д., но нужно иметь терпение и выдержку...

Поймите посещаемость не выстреливает сразу и просто так. Нужно ждать и активно работать...

Часть VIII/5. Как легко и быстро найти рекламодателя для блога

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Как найти рекламодателя? Этот вопрос очень часто задают на форумах и блогах. Для многих начинающих блоггеров и веб-мастеров вопрос поиска рекламодателя для своего блога или сайта весьма актуален.



**Как легко и быстро
найти рекламодателя
для блога**

Shakin.ru

На самом деле найти рекламодателя довольно просто. Гораздо сложнее развить свой ресурс до того уровня, чтобы он заинтересовал потенциальных рекламодателей.

Тут дело не в параметрах ТИЦ и PR. Масса блогов зарабатывает на рекламе, имея небольшие параметры.

На мой взгляд, главное - это автор блога. Если он умеет писать интересные посты на актуальные темы, если он имеет свой стиль написания материалов, если он является специалистом в своей области, то для него не будет проблемой найти рекламодателей и начать зарабатывать на своем блоге.

Посещаемость блога и количество RSS подписчиков являются важными моментами при беглой оценке ресурса. Хотя они не являются главными и на них не стоит полагаться на 100%.

Опять я отвлекся :). Прямо как курсовую или диплом пишу. Надо быть проще. Начну снова.

Как найти рекламодателя?

Допустим, у вас уже есть блог или сайт, который достоин того, чтобы на нем разместить рекламу, и вам начала капать честно заработанная трудовая копейка.

Сейчас в рунете много компаний, которые готовы размещать рекламу. Как их найти?

Сначала нужно определиться, по какой тематике вы хотите найти рекламодателей. Я расскажу на примере этого блога.

Из трех основных тематик shakin.ru в плане рекламы привлекательны две: [продвижение сайтов](#) и [веб-дизайн](#). Есть несколько проверенных временем способов того, как найти рекламодателя.

Предварительно нужно составить шаблон письма с предложением разместить рекламу на вашем блоге. Желательно дать ссылку на открытую статистику блога.

Кстати, считаю, что открытая статистика будет способствовать тому, что рекламодатели будут сами к Вам обращаться. Никакого смысла делать статистику закрытой не вижу. Кто захочет - и так все узнает.

Поиск рекламодателя через блоги

Тут все просто. Заходите на блоги по своей тематике и смотрите, какие баннеры у них висят. Затем переходите по баннерам, находите контактный e-mail и пишете письма.

При этом не стоит бояться того, что вам откажут. Тут лишняя скромность ни к чему.

Поиск рекламодателя через поисковики

Схема такая. Набираете в поисковике нужный вам запрос, к примеру, “продвижение сайтов”. Основную часть результатов поиска будет занимать поисковая выдача. В правой части у Яндекса и Google появится список компаний, которые платят за получение посетителей через системы Яндекс Директ и Google AdSense. К примеру, на момент написания этого поста в Яндекс Директе по этому запросу 74 объявления. Кликаем на ссылке “Все объявления”, и перед вами появится волшебный список потенциальных рекламодателей.

Остается зайти к ним на сайты, найти контактный e-mail или форму обратной связи и отправить им письма.

Если немного видоизменять запросы, то можно найти еще больше потенциальных рекламодателей.

Можно также искать рекламодателей непосредственно в поисковой выдаче.

Поиск рекламодателя через форумы

На популярных форумах есть спонсоры разделов.

Кроме этого, во многих разделах форумов есть прикрепленные темы, многие из которых прикреплены на платной основе. В таких темах можно найти немало потенциальных рекламодателей.

Кстати, я воспользовался именно этим способом. Написал спонсорам разделов на searchengines.

До мая этого года я не размещал никакой рекламы на этом блоге. Я был всецело увлечен достижением цели в 1000 человек в сутки. Кроме этого, я считаю, что всему свое время. Не нужно пытаться разместить рекламу с самого начала работы над блогом.

Еще я считаю, что не нужно размещать так называемые “заглушки” - пустые рекламные места с расценками. Они лишь говорят о том, что на данное место нет желающих и лишь отпугнут потенциальных рекламодателей. Вместо заглушек лучше поставьте свои реферальные баннеры.

Для своих сайтов я руководствуюсь таким правилом - начинать размещение рекламы после того, как первый рекламодатель сам обратится с предложением о размещении баннера. Это и есть самый лучший сигнал о том, что можно и нужно начать поиск рекламодателей.

Часть VIII/6. Общение: блог или форум

[DrimTim](#)

DrimTim:

Общие отличия известны.

Но вот в чем вопрос: какие темы предпочтительнее обсуждать на форуме, а какие в блоге? Существует ли разделение тем по тематике, по персоналиям, по количеству обсуждаемых? Какие есть предположения по данному вопросу? Мне эта тема интересна с точки зрения создания нового информационного сайта и нужно выбрать форму. Если есть мнения, буду рад обсудить.

Delorean:

Я думаю, что нет разницы какую тему обсуждать в блоге, а какую на форуме, но если цель именно обсуждение, то тут точно надо брать форум, там удобней будет это сделать.

Peh:

Блог - это, как известно, web 2.0.

А форумы - вещь куда более старая, с большой историей. Есть такие мощные, знаменитые, многолюдные, многолетние форумы - аж закачаешься...

Еще, я бы так сказал: форум - это хор, а блог - в первую очередь солист с подпевкой.

Sevab:

Я думаю, что и то и другое раскрутить не просто. Зависит еще от конкурентности ниши.

Но по моему мнению, если вы специалист высокого уровня, то блог будет поднять легче, так как все, в большей степени зависит от вас.

Хотя, повторюсь, получение популярного ресурса (любого) никогда не будет тривиальной задачей.

[Подробнее эту тему вы можете почитать на форуме.](#)

Часть VIII/7. Особенности развития и продвижения форумов

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Дорогие друзья, сегодня мы с вами поговорим о том, какие есть особенности в развитии и продвижении форумов. Вы можете почитать мою статью [Особенности продвижения интернет магазинов](#). Если хотите выбрать движок форума, то пригодится эта статья - [Обзор 10 популярных форумных движков](#).



Скажу сразу, что мой любимый движок форума - phpBB3. Кстати, в упомянутой статье есть ссылки на бесплатные сервисы блогов, с помощью которых добавить форум к своему сайту может любой желающий.

Форум - это один из самых эффективных способов создать постоянную и активную аудиторию. Посетители могут свободно писать сообщения, задавать вопросы и общаться. Многие сайты компаний и сервисов создают форумы во многом для того, чтобы была постоянная обратная связь с посетителями и потенциальными клиентами, а сотрудники техподдержки выполняют роль модераторов и отвечают на вопросы.

Иметь свой форум - очень хорошее подспорье в плане продвижения своих услуг или продаж товаров. В общем, одни сплошные плюсы 🤖.

Посетителям и участникам форумов видна лишь одна часть жизни форума - интересное общение, и они не задумываются о тех трудностях, которые встречает владелец форума. Именно об этом я хочу сегодня рассказать.

Несмотря на все свои плюсы, форумы являются одними из самых труднопродвигаемых типов сайтов. Тем не менее, при правильном подходе это решается.

Сегодня я поделюсь своими наработками по развитию и поисковому продвижению форумов. Планирую вторую часть сегодняшней статьи. Мне довелось заниматься продвижением нескольких форумов. Кроме этого, я уже более трех лет веду свой форум для любителей Фотошоп PlanetaPhotoshop.ru.

Внутренняя оптимизация форумов

Контент на форумах хоть и уникальный и появляется очень часто, но в большинстве случаев он обладает минимальной ценностью для поисковиков.

Самая главная причина того, что форумы довольно трудно продвигать, заключается в том, что контент на форумах не оптимизирован, так как посетители просто пишут о том, что их интересует. В отличие от других типов сайтов, страницы форума практически нельзя оптимизировать под тот или иной запрос. Даже если оптимизировать первое сообщение, то остальные, написанные пользователями, не будут отвечать каким-либо требованиям внутренней оптимизации.

Конечно, в первое время, когда на форуме мало посетителей, можно создавать темы с оптимизированными текстами и заголовками, но когда сообщений на форуме сотни и тысячи, то согласитесь, в этом нет смысла.

Если невозможно оптимизировать тексты, нужно оптимизировать метатеги. Естественно, не вручную, а по шаблону. Для каждого движка форумов есть свои решения. Самый простой вариант - сделать так, чтобы заголовок темы автоматически попадал в каждый из трех метатегов - title, description и keywords.

Приведу пример того, как это сделать для форумного движка phpBB3. В файле `styles/subsilver2/template/overall_header.html` для метатегов делаем такой код:

[чистый кодпечатать?](#)

1. `<title>{PAGE_TITLE} • {SITENAME}</title>`
2. `<meta name="description" content="{PAGE_TITLE}" />`
3. `<meta name="keywords" content="{PAGE_TITLE}" />`

Этот вариант намного лучше для поискового продвижения, чем если метатеги description и keywords не будут заполнены, а title будет начинаться с названия форума, а не с заголовка темы, как это часто встречается по умолчанию на многих движках форумов. Кроме этого, этот вариант позволяет убрать из метатега title ненужные фразы вида “Просмотр темы”, которые никакой пользы не несут и только занимают драгоценное место.

После того, как я сделал такую схему формирования метатегов на своем форуме, количество посетителей с поисковиков увеличилось.

При желании можно сделать так, что description будет формироваться на основе первых предложений в первом сообщении темы. Об этом можно узнать на форумах поддержки вашего движка.

Разделы форума можно также оптимизировать. Для этого есть опция - размещение правил раздела в верхней части форума. Там можно написать несколько пунктов и умеренно использовать нужные поисковые запросы для каждого раздела форума. Это делается в панели управления.

В названиях разделов форумов целесообразно использовать нужные поисковые запросы.

В нижней части форума также можно поместить 2-3 основных поисковых запроса.

SEO моды

Для движков форумов есть готовые решения в плане оптимизации - SEO моды. Найти их можно таким запросом в поисковике (название движка + SEO, название движка + SEO mod):

phpbb3 seo
smf seo mod

Я предпочитаю SEO моды не использовать, так как считаю, что чем меньше модов установлено на движок, тем он лучше и быстрее работает.

Карта форума

Карта форума нужна для того, чтобы облегчить индексацию всех страниц форума поисковыми роботами. Для того, чтобы узнать о том, как создать карту форума для своего форума, введите в поисковике название движка форума + sitemap, например:

invision power board sitemap

Хм-м-м, вот в закладках откопал бесплатный сервис создания карт для форумов phpBB, IPB, vBulletin и SMF: <http://forummap.ru/>. Когда я создал карту своего форума с помощью этого сервиса, Google проиндексировал на несколько тысяч страниц больше.

Для владельцев форумов на движке phpBB3 будет полезна эта статья: [Простейшая карта сайта для phpBB3](#)

После создания карту форума полезно добавить в панели вебмастера яндекса и гугла, как описано в этой статье - [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#)

Robots.txt

У каждого движка форума есть свои особенности для файла robots.txt. С помощью этого файла можно закрыть подпапки и файлы от индексации (страницы с профилями пользователей и т.д.), что положительно скажется на скорости и полноте индексации вашего форума поисковыми роботами. Выяснить, какой же robots.txt оптимален для вашего движка форума, можно, задав такой запрос в поисковике (название движка + robots.txt), например:

vbulletin robots.txt

Адреса страниц

Я убежден, что любые типы адресов страниц можно успешно использовать в поисковом продвижении, и на эффективность они не влияют. Поисковики одинаково хорошо учитывают все виды адресов страниц форумов. То есть такие адреса, как:

forum.ru/viewtopic.php?f=10&t=4522
forum.ru/showthread.php?t=4580
forum.ru/topic47380s40.html

будут одинаково хорошо восприниматься поисковиками. Нет необходимости делать псевдостатические адреса (третий вариант).

Идентификаторы сессий

Многие движки форумов по умолчанию имеют так называемые идентификаторы сессий. Это когда в конце адреса страниц идет много цифр и букв, в результате чего создается множество дублей одной и той же страницы, да и для пользователей такие длинные ссылки выглядят не очень привлекательно. Каждый

посетитель при заходе на форум получает уникальный идентификатор сессии, который добавляется к адресу каждой посещаемой страницы на форуме.

Пример адреса страницы с идентификатором сессии:

`forum.ru/showthread.php?t=4580?sid=fgh46455tefa6bf45ef465bfg`

Вот как будет выглядеть адрес страницы без идентификатора сессии:

`forum.ru/showthread.php?t=4580`

Желательно избавиться от идентификаторов сессий. Для каждого движка форума свои решения, которые можно найти запросом в поисковике (название движка + sid):

`phpbb3 sid`

Для phpBB3 есть полезная статья - [Убираем идентификатор сессии в phpBB3 форуме](#)

Можно закрыть sid от индексации в robots.txt, но я предпочитаю вообще избавляться от идентификаторов сессий.



Особенности развития и продвижения форумов часть 2

Shakin.ru

Многие моменты, описанные в этой статье, получены мною в процессе создания и развития моего форума для любителей Фотошоп [Планета Photoshop](#).

Первоначальный приток посетителей

Очень важный момент - на только что созданный форум нужно обеспечить первоначальный приток посетителей. Замечательно, если у вас есть сайт, с которого можно направить посетителей. В моем случае я так и сделал - к моменту создания форума на моем сайте [Globator.net](#) уже было около 3000 посетителей в сутки. Я анонсировал на нем новый форум, и уже на следующий день на форуме появилась жизнь.

К мысли о создании форума я пришел, когда увидел, что в гостевой книге на моем сайте посетители начали активно общаться. Было очевидно, что нужен форум.

Если у вас нет сайта, откуда можно обеспечить приток посетителей, нужно создать на форуме 2-3 раздела и несколько сообщений с помощью фантомов (об этом я напишу далее), и затем нужно договориться с владельцами подходящих по тематике сайтов о размещении баннеров и другой рекламы вашего форума.

Если позволяют средства или у вас есть знакомые блоггеры и вебмастера, к моменту старта форума нужно продумать рекламную кампанию, разместив анонсы и баннеры на тематических сайтах, блогах и форумах. Если обычный сайт или блог вполне может жить первое время без посетителей, то для форума это явная гибель. Форуму нужно общение и активность пользователей.

Фантомы

Фантомы - это когда владелец форума создает несколько аккаунтов и с их помощью формирует первоначальные дискуссии на форуме. Когда форум только что создан, согласитесь, никто в него не станет писать, так как он пустой. Чтобы это исправить, можно сделать 3-5 аккаунтов, с одного задать вопрос, с других ответить, чтобы получилось первоначальное обсуждение.

Главное - этим не увлекаться. На своем форуме после его создания в канун Нового 2007 года я тоже сделал 4 фантома и написал с десяток сообщений. Вслед за этим потянулись посетители, и через пару дней необходимость в фантомах отпала.

Из этого пункта вытекает следующий.

Хотите сделать хорошо - сделайте это сами

Эта древнекитайская мудрость очень подходит и для интернета 🧐. Наверняка многие из вас слышали, что есть специалисты, предоставляющие услуги по наполнению форумов. Лично я такие вещи предпочитаю делать сам - никто не наполнит форум в первые дни его существования лучше, чем его владелец.

Не создавайте много разделов

Очень частая ошибка начинающих владельцев форумов - они сразу создают десятки разделов на своем форуме. Ни в коем случае нельзя так делать. Лучше 1-2 более-менее наполненных раздела, чем десятки пустых. Разделы нужно добавлять только при очевидной необходимости в них - когда пользователи сами просят об этом или накапливается много сообщений, которые можно выделить в отдельный раздел.

Кстати, полезно создать тему на форуме (или раздел, когда форум разовьется), где пользователи смогут публиковать свои предложения по улучшению ресурса и по новым разделам в том числе. Обратная связь с пользователями - великая вещь.

Запретите ссылки на файлообменники

В рунете очень распространенная ситуация - собирают по интернету разные файлы, программы, клипарты, рамки для фото, кисти для Фотошопа т.д., заливают архив на файлообменники (depositfiles, letitbit, uploadbox, rapidshare и т.д.) и затем оставляют рефссылку на всех подходящих по тематике форумах, чтобы заработать пару копеек на скачивании этих файлов.

На своем форуме я сделал железное правило - все сообщения со ссылками на файлообменники удаляю без предупреждения, а пользователя баню по IP. Казалось бы, почему такая жестокость, ведь люди просто хотят поделиться с публикой разными полезностями? Откуда столько злобы у обычно доброго и пушистого Глобатора 🐼?

Дело в том, что размещение ссылок на такие файлы не только нарушает авторские права - ведь создателей и авторов никто не спрашивал и их имена и сайты нигде не упоминаются. Дело еще в том, что автор содержащихся в файлах материалах может предъявить вам претензии как к владельцу форума, ведь на вашем ресурсе опубликованы ссылки на эти файлы. К тому же в файлах может содержаться неизвестно что. Поэтому советую вам не допускать размещения таких сообщений на ваших форумах.

Дам совет - появление любых нежелательных сообщений можно отследить с помощью замечательного сервиса [Google Alerts](#). Жмем Create new alert («Создать новое уведомление»), и в первом поле пишем:

site:planetaphotoshop.ru depositfiles OR letitbit OR uploadbox OR rapidshare

Вместо моего форума пишете свой. В следующих полях ставим такие настройки, как на моем скрине, чтобы получать уведомления о появлении сообщений, содержащих нежелательные слова сразу после того, как их обнаружит поисковый робот Google.

Create a Google Alert

Enter the topic you wish to monitor.

Search terms:

Type:

How often:

Email length:

Кроме этого, этот сервис можно использовать для того, чтобы отслеживать сообщения, содержащие нецензурные выражения, оскорбления и т.д. То есть делаем так:

site:planetaphotoshop.ru плохой человек OR редиска OR плохое слово 1 OR плохое слово 2

Помимо этого, можно перечислить любые популярные у спамеров слова (названия лекарств и т.д.), чтобы вовремя узнавать об их появлении на вашем форуме. Конечно, нет ничего лучше модерации каждого нового сообщения на форуме, но для подстраховки уведомления от Google Alerts прекрасно подойдут.

Поисковое продвижение

Форумы, как и обычные сайты, можно и нужно продвигать по двум направлениям. Главную страницу - под основные поисковые запросы, внутренние страницы - под менее конкурентные.

Если с главной особых сложностей нет (за счет использования нужных поисковых запросов в названиях разделов и описаний форума ее можно хорошо оптимизировать), то с продвижением внутренних страниц форума в поисковиках могут быть трудности, так как их довольно сложно оптимизировать под нужные запросы.

Выход есть. Нужно проанализировать статистику посещений своего форума и найти те внутренние страницы, которые уже появились в поисковиках по каким-либо запросам. Собираете, например, 10-20 таких запросов и проверяете их частоту показов в месяц (можно на [сервисе подбора слов яндекса](#)) и определяете 5-10 запросов с наибольшей частотой. Затем смотрите, можно ли немного оптимизировать тексты на этих страницах и добавляете 2-3 раза нужный поисковый запрос в их текст.

После этого платными и бесплатными методами ставите внешние ссылки на эти страницы с использованием нужных поисковых запросов. К примеру, о моей схеме покупки ссылок, которую я активно применяю, можете узнать здесь - [Как эффективно вложить 100 долларов в продвижение сайта](#). О бесплатных методах можно узнать в этих статьях (это первые части моих циклов статей, с каждой можно перейти на следующие):

[Как увеличить посещаемость с 0 до 3600 посетителей в сутки за 1 год - часть 1](#)

[Поцелуй паука - моя схема бесплатного продвижения сайтов. Часть 1 + подкаст](#)

[Как раскрутить сайт с нуля - часть 1](#)

Продвижение тех страниц, которые уже появились в выдаче поисковиков, в разы эффективнее и гораздо менее затратное, чем продвижение страниц, которых еще нет в поисковой выдаче. Если поисковик уже показывает страницу в результатах поиска, то продвинуть ее выше можно без особых проблем.

Дисциплина и порядок на форуме

Я убежден, что на любом форуме должна быть дисциплина и порядок. Нужно найти «золотую середину»: чтобы пользователи могли свободно общаться, но при этом не было ссор и пререканий. Нельзя допускать диктатуру, ограничивающую свободное общение, и нельзя допускать анархию, когда нет никакого уважения к модераторам и владельцу форума.

Конечно, на форуме должны быть модераторы, которые будут следить за порядком. На своем форуме я каждый день лично проверяю каждое сообщение. На моем форуме посещаемость небольшая - в районе 1000 посетителей в сутки, поэтому мне не составляет труда просматривать каждое новое сообщение.

Помимо порядка, просмотр всех новых сообщений имеет большой плюс для меня как для владельца форума - я в деталях вижу, как и в каком направлении развивается мой ресурс.

Я убежден, что ни в коем случае нельзя допускать каких-либо ссор и ситуаций, когда обижают кого-либо из ваших форумчан. Я всегда разбираюсь в таких вопросах, защищаю и поддерживаю добрыми словами, если вижу, что человека незаслуженно критикуют, а также выношу предупреждение или баню нарушителей порядка.

Также нельзя допускать неуважительного отношения к администратору форума и модераторам.

Конкурсы на форуме

Конкурсы - отличный способ увеличить активность пользователей на форуме. На моем форуме по [Photoshop](#) каждый месяц проводится один, а то и два конкурса.

В качестве призов я выдаю медали на первые 3 места, а также покупаю хорошую книгу по Фотошопу или цифровой фотографии победителю и беру у него интервью, которое публикую на главной странице своего сайта [Уроку Photoshop](#). Кроме конкурсов, проводятся мини-конкурсы и творческие дуэли. Я благодарен модераторам Планеты Фотошоп за огромную помощь в проведении этих мероприятий.

Еще на моем форуме есть интересный раздел Заказы, в котором все желающие могут совершенно бесплатно попросить подкорректировать фото, сменить фон, восстановить старую фотографию, сделать анимированный аватар и т.д.

Этот раздел очень полезен для поддержания активности пользователей - многим очень интересно помогать людям, совершенствуя при этом свои навыки. Сразу скажу, что на просьбы красивых девушек отредактировать фотографию отзывается больше всего желающих помочь, и в результате получается красивая галерея выполненных работ 😊.

Суть этого пункта в том, что нужно постоянно поддерживать активность пользователей на своем форуме. На форуме любой тематики можно придумать способы для поддержания и стимулирования активности форумчан.

Конечно, призы являются хорошим стимулом для подобных мероприятий. Мое мнение - не всегда нужны денежные призы. Можно, к примеру, предлагать книги по тематике, в электронных магазинах большой выбор книг по любым направлениям.

Хорошим стимулом будет введение медалей на форуме, чтобы они отображались под аватарами форумчан. Это можно сделать с помощью модов. На своем форуме я это реализовал и с удовольствием рисую и выдаю новые медали победителям каждого конкурса.

Отличным дополнением к призам на конкурсах будет старый и проверенный способ - интервью с победителем. Победитель получит возможность рассказать о себе, он будет гордиться тем, что у него взяли интервью, покажет его всем своим родственникам, друзьям и знакомым, а вы получите не только уникальный контент, но и дополнительных посетителей. Для остальных участников конкурсов на вашем форуме будет хороший стимул - многие тоже захотят, чтобы у них взяли интервью.

Дополнительно

Для многих движков форумов можно реализовать возможность отслеживания клонов - когда пользователь заводит несколько аккаунтов с целью накрутки голосований, публикации ложных восторженных отзывов или других целей. Я советую это сделать.

Советую продумать и четко прописать правила форума или каждого форумного раздела - это позволит избежать непонимания, излишних разъяснений, обид и сэкономить свое время и время форумчан.

Благодаря своим модераторам, я пришел к выводу, что обычные голосования на форуме неэффективны. Чтобы избежать накрутки, мои модераторы предложили так называемые анонимные голосования. Это когда конкурсные работы участники присылают сначала организатору конкурса, он их выкладывает без указания авторов, и затем участники голосуют за понравившиеся им работы, не зная авторов. Для избежания накрутки на моем форуме ограничение - голосовать могут форумчане, у которых более 50 сообщений. Затем организатор считает сообщения с голосами и публикует результаты.

Для многих движков форумов есть моды, позволяющие автоматически отправлять поздравление тем форумчанам, у которых день рождения.

Для общения с модераторами и обсуждения организационных моментов советую сделать закрытый раздел форума.

Мой форум для новичков, поэтому я стараюсь поддержать их в освоении Фотошопа и по возможности хвалю их первые работы. Новичкам очень важна поддержка добрым словом. Я уверен, что если человека похвалить, он с радостью и оптимизмом будет дальше осваивать программу. В результате появится больше художников и специалистов по компьютерной графике.

Критика не всегда нужна, зачастую она может лишить человека творческой мотивации. На своем форуме я сделал для критики отдельный раздел, где желающие получить критические замечания публикуют свои работы.

Еще полезный момент - изображения можно загружать не на сам форум, а на сервисы хранения фотографий, например, на radikal.ru. Это позволит избежать лишней нагрузки на сервер, что положительно скажется на скорости работы форума. Я у себя так и сделал. Конечно, пользователям нужно написать подробную инструкцию в картинках, чтобы они могли легко и быстро понять, как загружать изображения и помещать их в своих сообщениях.

Хочу сказать, что развитие форума - это очень интересный и творческий процесс.

Часть VIII/8. Как увеличить PR сайта - ищем dofollow блоги

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Как увеличить PR сайта - этот вопрос интересует многих вебмастеров.



Как же увеличить PR сайта? Методов увеличения этого показателя довольно много. Я остановлюсь на моих излюбленных.

Один из эффективных способов увеличения PR своего сайта - оставлять комментарии на качественных dofollow блогах с хорошим PR. Блоги замечательны тем, что вы можете оставлять комментарии практически на любой странице.

В этой статье я расскажу о том, как искать dofollow блоги.

Чувствую, как некоторые читатели наморщат лоб при слове “dofollow”. Что такое dofollow? По умолчанию все ссылки в комментариях на блогах (например, Wordpress и т.д.) закрыты атрибутом rel=”nofollow”, чтобы не передавать PR.

В блогосфере есть движение Dofollow, представители которого против самой идеи nofollow и ставят на свои Wordpress блоги [Dofollow плагин](#), который убирает атрибут nofollow из комментариев, позволяя тем самым передавать PR. Такие блоги называются dofollow блогами.

С помощью комментариев на dofollow блогах можно эффективно поднять PR своего сайта, причем бесплатно.

Можете воспользоваться сервисом ручного постинга комментариев в зарубежные dofollow блоги [Dofollowit.com](#). Я поработал с ним и могу сказать, что сервис очень полезный и в итоге вы получаете качественные комментарии с dofollow блогов со ссылкой на свой сайт. Это хорошее вложение в свой сайт.

Я не советую спамить массу комментариев в такие блоги. Их владельцы жестко модерируют комментарии. Кроме этого, у блоггеров из движения Dofollow очень модно писать абусы (жалобы на спам в комментариях) в Google.

Из-за подобных жалоб в бан ваш сайт, скорее всего, не попадет, но на фильтр нарвется точно. Как вы знаете, у Гугла много различных фильтров. Зачастую нахождение сайта под фильтром может определить только опытный специалист. Потом можно долго пытаться выйти в топ по нужным запросам, но останется только удивляться и задавать вопросы на форумах, почему же сайт не поднимается в поиске, хотя вы все делаете правильно. Это не страшилки. Просто я сам с одним своим сайтом попадал под фильтр по неопытности, когда только узнал о dofollow блогах и стал активно на них комментировать. Поэтому не жадничайте. 2-3 комментария в день - это максимум, больше и не надо. Лучше потратить время на другие способы продвижения сайта.

Сейчас я практикую следующую стратегию. Когда появляется немного свободного времени, я нахожу качественные dofollow блоги с хорошим (или даже нулевым) Google PR и выбираю из них наиболее близкие по тематике с продвигаемым мною сайтом. Затем нахожу страницы на этих блогах с наименьшим количеством внешних ссылок (чем их меньше, тем больший вес передается). Читаю статьи на оставшихся страницах, и только на некоторых делаю комментарии.

Пара-тройка качественных комментариев дадут гораздо больший эффект, чем много спамных.

Не обязательно искать только страницы с хорошим PR. Даже если у страницы PR равен 0, со временем она может получить более высокий PR. Важно научиться определять на глаз такие перспективные в плане роста PR блоги.

В этой статье я веду речь об англоязычных dofollow блогах. Комментарии, естественно, тоже должны быть на английском. Кстати, комментирование на английском - это хорошая практика для совершенствования языка.

Комментарии стараюсь писать в форме обсуждения статьи, высказываю свои мысли, вопросы и пожелания. Ни в коем случае не ставлю никакие ссылки в тексте комментария - это резко увеличивает шансы того, что комментарий будет удален. Достаточно того, что в поле, где указывается сайт комментатора, написать адрес своего сайта. Как вы знаете, имя и будет ссылкой на ваш сайт. Имя пишу как имя, а не как ключевик. Комментарий должен выглядеть естественно. Стараюсь писать комментарии в несколько предложений.

Что-то вступление получилось длинным. 🍌 Перейдем к вкусной части - десерту.

Итак, самый лучший способ искать пиаристые и dofollow блоги - это программа [Fast Blog Finder](#). Полная версия стоит \$49, но есть демо версия с ограниченным функционалом. Основное ограничение - по любому заданному поисковому запросу показывается только 50 блогов. Хочу сказать, что и с демкой можно эффективно работать. Скриншоты и сравнение версий можете посмотреть [здесь](#).

Работать с программой очень просто - вводите нужный поисковый запрос по тематике своего сайта, и в полученном списке блогов выбираете нужные вам. Комментировать можно прямо из интерфейса программы.

Подумываю о создании аналогичного проекта, только с более широким функционалом. Этой программе очень не хватает нескольких функций, к тому же она недостаточно распространена. Наверняка среди читателей есть программисты, способные написать подобную программу. Можем создать совместный проект, готов взяться за его продвижение в рунете и англоязычном интернете. Если надумаете - пишите на электропочту globatorseo@gmail.com.

Помимо этого, dofollow блоги можно искать с помощью специальных поисковиков. За основу они берут поиск Google, только ищут dofollow блоги. Как и в случае с программой, искать следует по англоязычным ключевым словам, так как найти dofollow блоги в рунете по своей тематике очень проблематично - их просто мало. Вот dofollow поисковики:

Commenthunt.com

Backlinkspot.com

Do-follow.blogspot.com

Ezbusinessneeds.com/dofollow.php

Кроме dofollow поисковиков, есть dofollow директории:

Dofollowblogs.com

Вот еще хорошие списки dofollow блогов:

Courtneytuttle.com/blogs-that-follow

Dewknight.com/do-follow

Хочу сказать, что об этих блогах уже знает большое количество вебмастеров. Чтобы найти свежие и менее известные широкой публике dofollow блоги, я делаю следующее. Введите в Google поисковый запрос такого вида:

SEO “Remember my personal information” “Notify me of follow-up comments”

Вместо SEO используйте нужное вам ключевое слово.

Сегодня я в прекрасном расположении духа :), поэтому открою еще один секрет, как находить еще больше dofollow блогов.

Если внимательно посмотреть на dofollow блоги, то можно обнаружить одну интересную деталь. Многие из этих блогов имеют вот такую картинку:



Эта картинка символизирует принадлежность блога к движению Dofollow.

Вы найдете массу новых dofollow блогов с помощью [поиска по картинкам Google](#). Введите такие поисковые запросы:

“U Comment”

“I Follow”

“U Comment I Follow”

Кроме этого, можно навскидку посмотреть названия подобных картинок на dofollow блогах, и искать по названию картинки в самом Google:

ifollowblue.gif

ifollowwhite.gif

ifollowgreen.gif

ifolloworange.gif

ifollowpurple.gif

ifollowpink.gif

ifollow.png

ifollow.jpg

Или так:

inurl:ucomment

inurl:ifollow

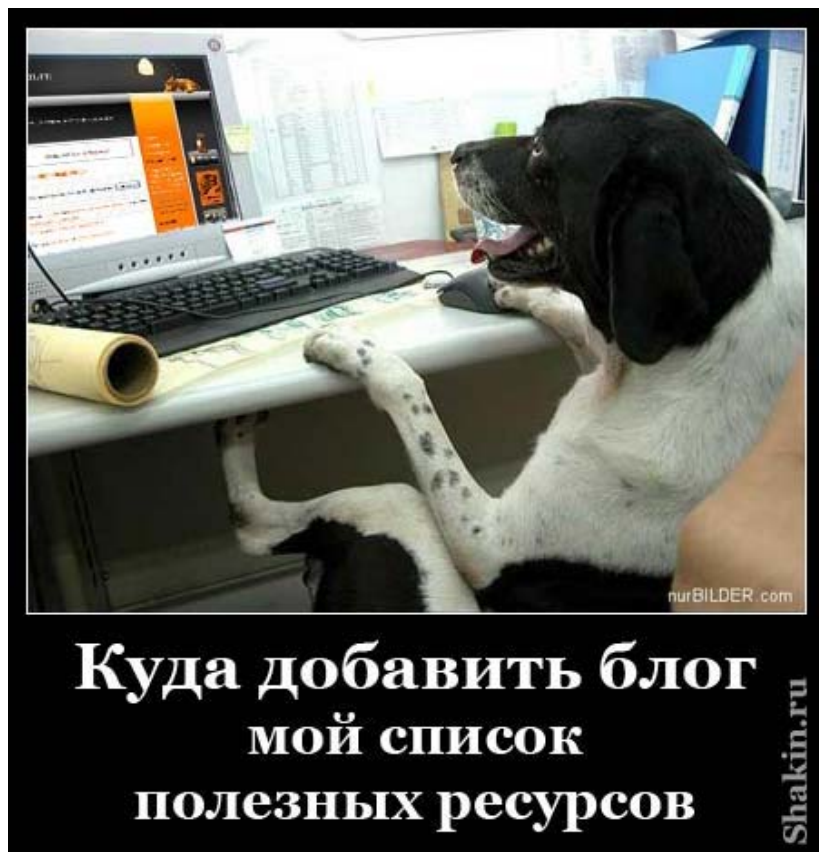
Планирую поделиться с вами другими способами увеличения PR сайта и написать серию подобных статей. Чтобы ничего не пропустить, можете подписаться на [RSS ленту этого блога](#).

Желаю вам успешного увеличения PR! И помните - все хорошо в меру, как говорил Джевахарлал Неру.

Часть VIII/9. Куда добавить блог - мой список полезных ресурсов

Автор: Михаил Шакин (Globator)

Дорогие друзья, предлагаю вашему вниманию свою свежую подборку ресурсов для бесплатного добавления молодого блога. Многие описанные ресурсы подходят и для добавления обычных сайтов, но список составлен специально для добавления блогов.



В целом при добавлении нового блога в различные ресурсы не нужно гнаться за количеством. Главное - добавить блог в те ресурсы, которые проиндексированы гуглом и яндексом. В сегодняшней подборке я перечислю только те ресурсы, которые проиндексированы одновременно и яндексом, и гуглом.

Если ресурс не проиндексирован поисковиками или в индексе всего несколько страниц - значит, он нездоров, и смысла тратить время на добавление в него нет 🤖 (исключение - абсолютно новые ресурсы).

Проверить индексацию можно разными способами. Один из самых простых - бесплатная программа [Сайт-аудитор](#): вбиваете нужный сайт (без http://), смело жмете “Проверить” и получаете количество проиндексированных страниц в различных поисковиках, а также другую полезную информацию. Этой же программой можно проверять позиции сайта.

Еще важный момент - перед добавлением блог должен быть первоначально наполнен материалом, иначе его просто не примут во многие ресурсы, и вы лишите свой блог счастливого детства 🤖.

Добавляем блог в поисковики

Первым делом молодой блог нужно добавить в поисковики:

[Добавить сайт в Яндекс](#)
[Добавить сайт в Google](#)
[Добавить сайт в Bing](#)
[Добавить сайт в Gogo](#)
[Добавить сайт в Рамблер](#)
[Добавить сайт в Апорт](#)

Добавляем карту сайта в панели вебмастера

Добавление карты сайта в поисковики положительно влияет на индексацию поисковиками и позволяет отслеживать различные ошибки.

Многие движки сайтов по умолчанию создают карту сайта автоматически. Чтобы узнать, есть ли у Вашего сайта карта сайта, добавьте к адресу своего сайта sitemap.xml, чтобы получился адрес такого вида:

<http://site.ru/sitemap.xml>

Если карта сайта есть - остается просто добавить ее в панелях вебмастера. Если ее нет - воспользуйтесь бесплатным сервисом XML-Sitemaps.com, который бесплатно обрабатывает до 500 страниц. После генерации сохраняете карту в корне своего сайта в формате xml.

Для добавления карты сайта нужно просто зайти в панели вебмастера и добавить ее:

[Панель вебмастера Google](#)
[Панель вебмастера Яндекса](#)

После регистрации вам предложат подтвердить, что сайт ваш - нужно будет поместить в шаблон сайта специальный метатег или залить пустой текстовый файл в корень сайта.

Вы также можете зарегистрироваться в [Сервисе вебмастеров Bing](#) и [Сервисе вебмастеров Yahoo](#) и аналогично добавить туда свой сайт и его xml карту.

Feedburner

Я считаю, что добавление RSS ленты вашего блога в Feedburner обязательно, потому что без этого ваш блог не примут в другие ресурсы (например, рейтинги блогов). Да и для бурно развивающихся социальных сервисов лента, “прожженная” через этот сервис, всегда пригодится.

Feedburner.google.com

Чтобы добавить RSS ленту вашего блога в фидбернер, достаточно ввести адрес блога и следовать по инструкции - там все просто. В настройках фидбернера рекомендую сделать следующее. Переходим на закладку Analyze (Анализировать):



Затем в боковом меню (слева) выбираем Total Stats PRO:



убираем галочку с Item link clicks — optimize for:



Это позволит сделать прямые ссылки на Ваши посты в RSS ленте - они гораздо полезнее.

Кросспостинг в микроблоги

Кросспостинг - это автоматическая публикация материалов вашего блога на других ресурсах. Сервис микроблоггинга [Твиттер](#) в последнее время переживает настоящий бум, поэтому его потенциал нужно обязательно использовать. У нас уже есть “прожженная” через фидбернер RSS лента блога, осталось с ее помощью настроить кросспостинг в твиттер.

Поисковые роботы просто живут на твиттере. Настроить автоматическую публикацию заголовков ваших материалов в твиттер можно с помощью таких сервисов, как [Twitterfeed](#) или [Twitrobot](#).

Подобных сервисов становится все больше, они появляются, как грибы после дождя. Кстати, вот подробное [руководство по работе с твиттером](#) на русском. Ну и не забывайте добавлять [микроблог старика Глобатора](#) в свой твиттер 🐼. Я туда постоянно добавляю разные интересные ссылки с интернета.

Сервисов микроблоггинга много, я еще пользуюсь [Friendfeed.com](#) (мой микроблог [здесь, присоединяйтесь](#)) и [Tumblr.com](#). Новые можно найти запросом в гугле:

microblogging service

Можете настроить кросспостинг и на другие сервисы, не только микроблоги - для этого можете почитать мои статьи [Кросспостинг - подробная инструкция по настройке](#) и [Кросспостинг - мое решение проблемы](#).

Добавляем блог в рейтинги блогов

Рейтинги блогов позволяют не только получить ссылку на ваш блог, но и немного посетителей. Чем выше будет блог в рейтинге, тем лучше. Кстати, рейтинги блогов - неплохой стимул для дальнейшего развития блога, так как можно отслеживать параметры и наблюдать прогресс. В последнее время появились новые рейтинги. Приведу список основных рейтингов блогов рунета:

[Blograte.ru](#)
[Epochta.ru/rating](#)
[Terehoff.com/rating](#)
[Blogotop.info](#)
[Dobrobot.com](#)

Со временем будут появляться новые рейтинги блогов. Вы легко сможете найти новые, набрав вот такой запрос в поисковиках:

рейтинг блогов

Добавляем блог в социальные закладки

В связи с массовым использованием сервисов социальных закладок эффект от этого метода продвижения значительно снизился, однако добавление нескольких внутренних страниц вашего блога в те сервисы закладок, ссылки с которых прямые, не помешает:

[Bobrdobr.ru](#)
[Memori.ru](#)

Moemesto.ru
Zakladok.net
Lopas.ru
100zakladok.ru
Znatoki.ru
Linkomatic.ru

Найти новые сервисы социальных закладок можно простым запросом в поисковиках:

социальные закладки

Популярные каталоги сайтов

Добавление в популярные каталоги сайтов не гарантирует того, что ваш сайт добавят. По моим наблюдениям, после подачи заявки в Дмозе можно ждать от 2 до 10 месяцев, бывают случаи до полутора лет. В яндекс каталоге от 1 месяца до года. Многое зависит не только от качества вашего блога, но и от того, насколько правильно вы заполните информацию. Так что рекомендую тщательно изучить правила добавления.

Dmoz.org (для добавления нужно зайти в категорию)
[Яндекс каталог](#) (даю ссылку на бесплатное добавление)
[Топ 100 рамблера](#)

Каталоги блогов

В плане развития каталогов блогов рунет по сравнению с англоязычным интернетом находится примерно на уровне небольшой африканской страны 🇳🇮. Возможно, еще не настала эпоха каталогов блогов, и все еще впереди.

Каталоги блогов поисковиков:

[Каталог блогов Google](#)
[Каталог блогов Яндекса](#)

И обычные каталоги блогов:

Blogrider.ru
[Блогус](#)
Blog.inf.by
Iblogger.ru (для добавления нужно зайти в нужную категорию)
Blogdir.ru
Blogo.ru
Blogolist.ru

RSS агрегаторы

RSS агрегаторы - это ресурсы, в которые можно добавить RSS ленту вашего блога. В рунете для молодого блога ситуация с RSS агрегаторами в данный момент такая. При запросе в виде заголовка страницы вашего блога в результатах поиска страница RSS агрегатора вполне может быть выше, чем страница вашего блога. По моим наблюдениям, это может повторяться, пока сайту не исполнится год (особенно в яндексе).

Это не критично, так как такая ситуация будет не только с RSS агрегаторами. Напишите вы уникальную статью, она проиндексируется, по ее названию вы будете первым и будете радоваться жизни. Вроде бы

так и должно быть. Но! Какой-либо более старый и жирный ~~хулиган~~ сайт придет и скопирует вашу статью, и разместит у себя. И будет первым уже он. Вот такая дедовщина, прямо как в армии.

Такое не всегда, но наблюдается, причем довольно часто. Что можно предпринять? Нужно активно развивать свой блог, не принимая близко к сердцу такую несправедливость. Что-то я опять отвлекся, хотел же просто написать ссылки на RSS агрегаторы 😊. ~~Вот они:~~

Уже слышу вопросы о том, надо или не надо добавлять ленту блога в RSS агрегаторы. Мое мнение - надо, я всегда добавляю. Ну и что, что может быть SEO-дедовщина. Зато будут ссылки, а они для нового блога очень нужны. Они - как питательные котлеты для голодного солдата 😊. Больше будет ~~котлет~~ ссылок - можно будет быстрее ~~поколотить деда~~ попасть в топ 😊.

Kanban.ru (одновременно является и каталогом блогов)

Liverss.ru

Prime-rss

Plazoo.com

Litecat.com

RSSportal

RSSreader

News.nofollow

RSS.ukrnews.net

Lumna (нужна регистрация)

RSS агрегаторов в рунете немного, и какая-то часть их удаляется или выпадает из индекса. Но есть волшебная удочка для ловли новых - нужно лишь погуглить такие запросы:

добавить rss

rss каталог

Заводим e-mail рассылку

Казалось бы, странный пункт. Но это как раз тот пункт, который я делаю обязательно для каждого нового блога - завожу для него e-mail рассылку на сервиса Subscribe.ru. E-mail рассылки незаслуженно забываются, но в них есть большой потенциал.

По секрету скажу, что с открытием e-mail рассылки ваш блог получает не только дополнительных целевых посетителей, но бесплатную прямую ссылку с сайта с ТИЦ 7000, Яндекс каталог - рубрика Интернет. Естественно, рассылку нужно регулярно вести, иначе сами знаете что.

Подробно о том, как использовать e-mail рассылку для продвижения сайта, вы можете почитать в моей статье [E-mail рассылка как инструмент продвижения сайта](#).

Тут чувствую, как чья-то костлявая рука хватается за рукав, и в слезящихся глазах немой вопрос: “А где же ссылки на сайты социальных новостей?” 😊 Хм-м. В сервисы социальных новостей добавлять молодой блог считаю ненужным, так как в большинстве случаев вашу новость отклонят. В социальных новостях большой потенциал, но для начала нужно изучить принципы работы в них и развивать блог.

Для молодого блога будут также полезны мои статьи по ускорению индексации: [Как ускорить индексацию сайта - 18 эффективных способов](#) и [Индексация сайта - еще 16 способов, как ее ускорить](#).

Часть VIII/10. Использование блогуна для раскрутки сайтов

Автор: Сергей Кокиаров (Devaka)

Блогун

Интернет, как средство коммуникации постоянно развивается, социальные сети и блоги становятся практически основным средством, которые использует средний пользователь сети. В блогах присутствуют интересные обзоры, в блогах можно узнать актуальные новости по той или иной тематике, в блогах проводятся различные массовые мероприятия, в микроблогах можно общаться как в ICQ, и, таким образом, блоги являются прекрасным источником тематической аудитории, хорошей площадкой для рекламы или хотябы площадкой для тематических ссылок.

Отличный удобный инструмент, которым должен уметь пользоваться каждый оптимизатор при работе с блогами, это безусловно Блогун. Ниже пойдет речь именно об этой системе, я покажу вам ряд преимуществ Блогуна над другими инструментами, а также поделюсь правилами ведения рекламных кампаний для успешно раскрутки своих проектов. Хотелось бы сразу заметить, что Блогун стоит рассматривать не только как инструмент покупки ссылок на блогах, а как комплексный инструмент маркетинга.

Особенности Блогуна

1. Ссылки размещаются навсегда

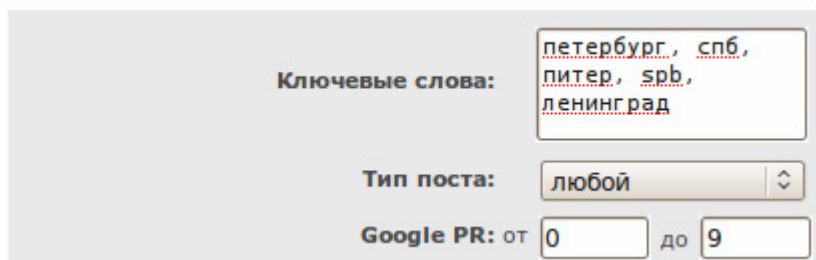
Постоянное размещение ссылок позволяет экономить бюджет при продвижении сайта постовыми или статьями. Это очень удобно, особенно при работе с низкоконтентными запросами, когда всего 2-5 постовых выводят сайт на самые верхние позиции в поисковых системах.

Многие рекламодатели беспокоятся, что их ссылки будут удалены в будущем недобросовестными блоггерами. По своему опыту скажу, что таких блоггеров практически нет, к тому же скоро в системе появится возможность, когда деньги, оплаченные рекламодателем блоггеру будут заморожены на определенный промежуток времени для уверенности, что пост или ссылка не будет сразу же удалена исполнителем после оплаты.

2. Разнообразие площадок

На сегодня в Блогуне зарегистрировано 23+ тысячи блога, каждый из них имеет разные показатели популярности. С помощью отбора вручную можно подобрать себе наиболее подходящие площадки, также можно настроить автоматический режим, настроив соответствующие фильтры.

Разнообразие площадок заключается не только в показателях популярности, но также и в блогхостингах, то есть региона размещения блога и в вариативности доменных зон. При продвижении сайта в регионах, например, в Питере, можно отобрать блоги по такому критерию (см. рисунок).



Ключевые слова:

Тип поста:

Google PR: от до

Также, задавая нужные ключевые слова, можно подобрать интересующую тематику сайта. При создании рекламной кампании можно указать, на каких доменах вы хотите разместить рекламу. Например, при продвижении сайта в украинском сегменте, я выбирал только блоги на *.org.ua и *.com.ua доменах.

[отметить все](#) / [очистить все](#)

| | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Блоги на домене 2-го уровня(40.8%) | <input type="checkbox"/> tut.by(0.4%) |
| <input type="checkbox"/> *.livejournal.com(20.2%) | <input type="checkbox"/> wordpress.com(0.4%) |
| <input type="checkbox"/> liveinternet.ru(12.5%) | <input checked="" type="checkbox"/> *.com.ua(0.8%) |
| <input type="checkbox"/> *.blogspot.com(5.6%) | <input type="checkbox"/> ucoz.ru(0.3%) |
| <input type="checkbox"/> *.ya.ru(2.3%) | <input type="checkbox"/> net.ru(0.5%) |
| <input type="checkbox"/> *.blog.ru(2.2%) | <input type="checkbox"/> privet.ru(0.3%) |
| <input type="checkbox"/> mail.ru(1.2%) | <input type="checkbox"/> org.ru(0.2%) |
| <input type="checkbox"/> diary.ru(1%) | <input type="checkbox"/> twitter.com(2.3%) |
| <input checked="" type="checkbox"/> *.org.ua(1.2%) | <input type="checkbox"/> остальные домены(8.1%) |

3. Доступные цены

Продвигаясь постовыми, в Блогуне можно найти предложения от нескольких рублей. То есть, имея бюджет в 1000 рублей, можно приобрести порядка 100 постовых, многие пользуются этим для поднятия ТИЦ своего ресурса. То же самое касается и обзоров. Безусловно, владельцы хороших качественных площадок запрашивают соответствующую цену, однако, при ограниченном бюджете можно подобрать оптимальные площадки.

4. Управление многими проектами

Очень удобно использовать Блогун для управления несколькими проектами, что актуально для различных [seo-компаний](#). Для каждого из них можно применить свои настройки и фильтры и просматривать отчет. Неактивные кампании уходят в архив.

5. Скорость выполнения заданий

Следует отметить, что скорость выполнения заданий в среднем очень приемлема. Обычно, уже через сутки, а то и раньше можно видеть в [Яндекс.Блогах](#) ссылки на свой проект.

[Блогун](#) позволяет размещать на блогах как постовые (обычные ссылки в конце поста), так и краткие либо подробные обзоры. Постовые позволяют не только поднять низкоконкурентный запрос, но также и ускорить индексацию сайта (буквально за 1-2 апа), к тому же ссылка будет выглядеть максимально естественной для поисковых машин. Проверено, что постовые с блогов на livejournal.com попадают в индекс Google моментально, а в индекс Яндекса за 1-2 апдейта, это удобно также использовать для [seo экспериментов](#).

Постоянные ссылки (обзоры) на блогах работают на перспективу и дают трафик не только в момент публикации. Также, по мере роста популярности доноров и его показателей, показатели вашего сайта также будут расти, не давая ему опускаться по продвигаемым запросам.

Правила ведения рекламных кампаний в системе Блогун

Для успешного ведения рекламной кампании прислушайтесь к небольшим советам, приведенным ниже.

1. При создании кампании ставьте такую максимально допустимую цену, которая бы заставила блоггера выполнить свою работу качественно. Например, для постовых я ставлю минимум 100 рублей, для обзоров минимум 1000. При таком подходе вам смогут сделать более качественное предложение, а рекламная кампания пройдет эффективней.

2. Задание пишите ясным для обычного человека языком. Средний блоггер совершенно не знаком с seo, поэтому использование специфических терминов не даст ему лучше понять ваши требования. Постарайтесь разъясниться как можно проще, при этом не переполняя описания лишней информацией.

3. Не скупитесь на хорошие оценки. Поставив хорошую оценку блоггеру за выполненное задание, вы ничего не потеряете, а исполнитель захочет с вами сотрудничать в дальнейшем и будет стараться выполнять качественно свою работу. Обычно в описании я сразу предупреждаю блоггеров, что все заслуживают пятерок.

Нужен постовой с указанной ниже ссылкой в любом падеже. Ссылку необходимо обрмить текстом.

Спасибо заранее! Всем пятерки!

4. Требуйте связываться с вами при возникновении вопросов. В сервисе есть возможность обмениваться сообщениями с исполнителем. Если вы планируете провести серьезную кампанию, организовать конкурс или выступить спонсором, привлекая таким образом трафик, обязательно обсудите детали с исполнителем через систему сообщений, чтобы в дальнейшем не было недоразумений.

5. Проверяйте блог и дату последнего сообщения на нем. Редко, но бывает, что блоггеры ставят постовые не в новых своих статьях, а в старых постах, при этом, при проверке задания сложно определить актуальность поста, так как дата публикации может отсутствовать. Поэтому, смотрите, какие последние статьи были опубликованы на этом блоге и комментируют ли их читатели.

6. Обращайте внимание на графу “Название кампании”, её видите не только вы. Исполнители, подбирая себе работу, ищут её по названию, поэтому заглавные иностранные буквы либо адрес сайта даст меньше эффекта, чем выражение основной мысли рекламной кампании.

[7. Экспериментируйте!](#)

Надеюсь, что ваши старания оправдаются и дадут отличный эффект!

Часть VIII/11. Почему я покупаю верхние постовые?

Автор: Алексей Терехов (Terehoff)

В понедельник Виктор, автор блога SeoProfy.net заказал и оплатил очередной верхний постовой. Я подумал, что у него уже есть достаточно практической статистики об эффективности верхних постовых для продвижения сайтов, и я попросил его написать этот гостевой пост. И вот уже в четверг мы его публикуем.

Этот пост про влияние разных типов постовых и почему верхние постовые в блогах дают больше отдачу. Плюсоз здесь не один и в этом посте мы детально все рассмотрим.



Для чего я размещаю именно верхние постовые на блогах топ блоггеров?

1. Ссылка находится на главной странице больше недели, а это передает нормальное ссылочное для продвигаемого сайта.
2. Дальше ссылка остается в разделе рубрики, где зачастую тоже есть PR на пункт ниже, чем на главной, что так же дает возможность получить хороший seo эффект на продвигаемый сайт;
3. Если это тематический постовой с очень привлекательным названием, то так же можно получить трафик на продвигаемый сайт.

Могу привести пример: я практически ежемесячно провожу [seo семинар](#) в Киеве, и я практикую все возможные способы их разрекламировать, так вот в данном случае такой постовой дает эффект в плане ссылочного (уже давно достигнут топ по таким запросам) и привлекает заинтересованную аудиторию на продвигаемый сайт.

У кого стоит покупать верхние постовые?
Ответ прост и очевиден, у блоггеров, которые занимаются своими блогами, развивают их в разных планах (seo показатели, контент, подписчики), в основном это топовые блоггеры.

Зачастую у них стоимость верхнего постового от 10 долларов, но на практике проверенно, что эта цена полностью соответствует результату.

Теперь опять немного про продвижение

Представьте ситуацию, что вы только взяли на продвижение свой или клиентский сайт и нужно что бы поисковые системы побыстрее его подхватили, то в данном случае верхние постовые дают огромный плюс.

Даже если у вас сайта по пластиковым окнам, сео блог как у Терехова подойдет для такого. Так как блог имеет толковые показатели, хороший траст и может очень позитивно повлиять на продвижение.

Я на продвигаемый сайт размещаю по 10-15 верхних постовых на начальных этапах на подобных блогах, что дает хороший старт, а дальше уже менее авторитетные блоги.

Минус от размещения верхних постовых есть

Так как блоги регулярно обновляются, постовой уходит с первой страницы на вторую и в рубрику, и передает меньше веса, и если дальше активно не заниматься сайтом, то он проседает. Если дальше наращивать ссылочное с других блогов, то все будет ок, проверенно.

По каким критериям можно подобрать блоги под размещение постовых?

Приведу мой список критериев подбора:

- блог старше года;
- у него есть PR и ТИЦ;
- он регулярно обновляется, 1-4 раза в неделю;
- он постоянно растет (сео показатели, подписчики);
- трафик (это только для тематических верхних постовых) что бы от размещения получить еще и посетителей;
- => страницы в индексе Яши и Гоши.

Этого вполне достаточно для принятия решения. Блог Терехова под такие критерии полностью подходит. Я размещал, размещаю и буду размещать на нем постовые!

Как же выглядят такие постовые

Вот так выглядит постовой на этом блоге, то есть на [блоге Терехова](#):

Марафон с rookee, которые растут откуда надо

Июнь 7th, 2010
Terehoff

Нормально, да — очень просто [скачать фильмы бесплатно](#) с ViMaxFilms.

52
tweets

Обновление: мы очень быстро набрали уже 50 участников, поэтому не долго думая решили набрать еще 50. Присоединяйтесь.

retweet

Terehoff.com совместно с сервисом автоматизированного продвижения [rookee.ru](#) запускает марафон по поднятию позиций и повышению поискового трафика для блоггеров в поисковых системах Yandex, Google и Mail. Это значит, что у всех вас есть реальная возможность попробовать руки своими руками, посмотреть, как этот сервис устроен внутри, какие возможности он

Вот так выглядит верхний постовой на [блоге Глобатора](#):

Сайт дня (как попасть): Drummersvideo.ru - видео барабанов и барабанщиков, лучшие и новые.

Дорогие друзья, в закладках у меня накопилось много интересных и полезных сервисов для Twitter. Я считаю, что жадничать нельзя 😊 и любой контент должен работать.



Многие блоггеры не размещают верхних постовых, но по своей практике я собрал ручную базу ребят, что это делают, и успешно ей пользуюсь.

Открою секрет, есть достаточное количество блоггеров которые только начинают вести блоги, но у них уже есть достаточные пузмерки на них, например PR 1-3, ТИЦ от 10. Стоимость верхних постовых у них 1-5 долларов. Многие блоги я полностью выкупаю на месяц, так как есть много сайтов для продвижения. Этим я их стимулирую писать и развивать блоги дальше.

С ростом блога растет их траст и показатели, и соответственно вес навсегда размещенного верхнего постового.

А теперь вот примеры роста позиций от продвижения верхних постовых:

| | Google.com.ua |
|-----------------------------|---------------|
| авиабилеты | 8 |
| авиабилеты стоимость | 4 |
| авиабилеты киев | 8 ↑ +1 |
| авиабилеты онлайн | 7 ↑ +1 |
| авиабилеты цены | 6 ↑ +1 |
| авиабилеты бронирование | 6 |
| авиабилеты продажа | 2 ↑ +1 |
| продажа авиабилетов | 5 ↑ +2 |
| продажа авиабилетов в киеве | 4 ↑ +1 |
| продажа авиабилетов онлайн | 4 ↑ +2 |
| авиабилет | 2 |
| авиабилет купить | 1 |

Понятное дело что такое не только от постовых, но могу сказать что именно верхние постовые дали хороший толчок для того что бы сделать топ.

Спасибо большое Виктору, хотелось бы добавить несколько слов от себя по поводу seo эффекта от верхних постовых.

Ссылка на главной странице с постоянно обновляемого ресурса всегда есть гуд и никогда не бывает лишней. В случае с верхним постовым – это еще и попадание в RSS, на главную страницу, что дает очень быструю индексацию вашей целевой страницы, на которую ведет ссылка за счет моментальной индексации страницы поста. В случае если вы взяли новый сайт на продвижение, создали целевые страницы, то этот метод запихивания в индекс работает на ура.

Сложно сказать, минус или плюс, но верхний постовой обычно размещается сразу после тега h1 перед текстом поста. Скорее всего это особенность, поэтому старайтесь договариваться на какой-то околоссылочный текст. С другой стороны, я пока не замечал плюсов или минусов расположения ссылок рядом с тегом h1. Единственный плюс – ссылка расположена выше в коде документа, чем другие, что при прочих равных условиях может давать бонус (в теории), однако практикой я этого доказать не могу – не экспериментировал.

Верхние постовые очень хорошо работают под Google за счет постоянного изменения серпа. Под Yandex же влияние именно этого типа внешних ссылок менее выраженное.

Еще один приятный момент – если вы занимаетесь продвижением сайтов и регулярно это делаете (в хорошем и ясном смысле этого слова), то не ошибусь, если скажу, что и постовые вы покупаете регулярно. А регулярно их покупать лучше оптом и дешевле, тем самым вы экономите на бюджете и устанавливаете с блоггерами долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество. Виктор как раз покупает у меня их регулярно и со скидкой. Буду признателен, если вы что-то добавите в комментариях от себя по поводу верхних постовых.

Часть VIII/12. Как выбрать блоги для покупки постовых

Автор: Алексей Терехов (Terehoff)

То, что постовые очень хорошо работают для поднятия позиций в Google, я не раз и даже не два убеждался, а кроме того писал об этом. Один из последних примеров – статья [постовые через ротаност рулят](#). На самом деле рулят.



Но чтобы они рулили, необходимо соблюдать несколько условий. Точнее условие одно – донор (т.е. блог, на котором постовые размещаются), должен быть качественным. В понятие качество я вкладываю прежде всего хорошую индексацию Google, высокий уровень доверия или траст в глазах Google, что обеспечивается возрастом домена, регулярностью постинга, наличием в каталоге DMOZ, уникальными человеческими текстами (про [важность текстов на сайте](#)) и многими другими факторами.

Постовые должны публиковаться в новых постах, причем публиковаться сразу, а не вставляться потом в пустое место. После того, как пост публикуется, происходит пинг к различным сервисам, в том числе и для поискового робота Google, который приходит на блог с целью проиндексировать страницу с постом. Если ссылки-постового на странице не будет в момент посещения, то страница попадет в индекс Google без ссылки-постового. Если поставить постовой после посещения робота Google, то она начнет свою работу только после того, как робот Google проиндексирует страницу заново, а на это требуется время. Подробнее обо всем этом я писал в посте – [когда начинают работать ссылки](#).

Теория пройдена, теперь матчасть

Где найти блогов для размещения постовых? Blogun.ru, rotapost.ru, gogetlinks.net. Блогуном уже не пользуюсь давно. В gogetlinks.net дорого. Кроме того, я кратко описал минусы размещения постовых через gogetlinks.net в статье [постовые через ротаност](#) (дорого и в основном в старых постах). А вот rotapost сейчас мне наиболее удобен и как показывает практика – эффективен. Вот что главное – эффективность.

На каких блогах нет смысла покупать постовые

Блоги на платформе Li.Ru – они прикрепляются на домены второго уровня, имеют ТИЦ и PR, имеют трафик, но в плане ссылочного ну очень неэффективны; от таких блогов надо бежать как можно дальше; в блогуне такие блоги никак не выделяются, в ротапосте по моей просьбе выделяться стали.

Блоги, которые на первое впечатление выглядят как г...но-блоги, созданные специально для заработка на постовых; интуитивно такие блоги сразу бросаются в глаза низким уровнем «СДЛности». Примеры

приводить не буду. А выявить такие блоги легко – с них нет эффекта на позиции посредством ссылочного ранжирования. Т.е. после размещения постовой позиции не двигаются. С практикой такие блоги вы сможете определять очень быстро.

Блоги, возраст которых менее 3х месяцев; так как к ним низкий уровень доверия у всего того же нами любимого Google; я рекомендую покупать постовые на блогах, чей возраст более полугода – поверьте, таких блогов достаточно; для определения возраста блога необходимо проанализировать такие данные, как дату регистрации домена, количество постов, дата публикации первого поста, субъективная оценка контента на блоге и т.д.; анализа этих факторов на «живом» блоге позволит сделать вывод о его возрасте.

Блоги, с посещаемостью ниже 50 уникальных посетителей в сутки. Конечно, это на любителя, но если на блоге 300 подписчиков, к примеру, а посещаемость 5-10 уникальных посетителей в сутки, то скорее всего такой блог создан для заработка на постовых и должного эффекта в виде позиций нам не принесет.

Блоги, которые имеют до 50 страниц в индексе поисковых систем. Я для себя на практике выявил именно такое число проиндексированных страниц. Если меньше, то лучше не покупать.

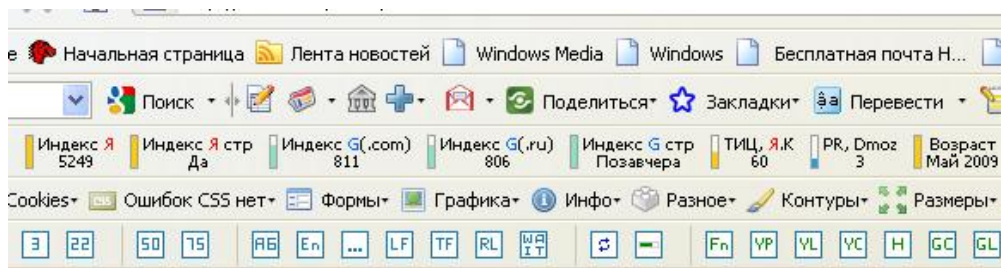
На каких блогах стоит покупать постовые

На всех тех, которые не попадают под вышеописанные фильтры. На тех, на которых есть ТИЦ и PR. Как это ни странно, но если на блоге есть баннеры, то это один из признаков того, что блог живой, этот блог развивают, а значит он «работает», в том числе влияет и на позиции.

Обычно для принятия решения о покупке постового я действую по следующему алгоритму.

Открываю главную страницу блога и визуально смотрю, что он из себя представляет. Что за дизайн, какие показатели пузомеров, если ли твиттер, если ли виджет с последними записями и твиттера, сколько комментариев к постам, осмысленные ли они или оставлены спамерами. Это если рассматривать визуально и тратить время, хоть и немного.

Последнее время я поступаю гораздо быстрее. В FireFox у меня установлен плагин RDS ToolBar. Очень удобный плагин для оптимизатора. Нажимаю кнопку и смотрю результаты (картинка кликабельна).



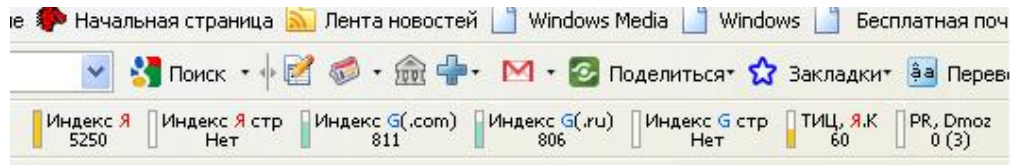
Слева направо нам для анализа как раз нужны следующие данные (слева-направо):

- количество проиндексированных страниц в yandex;
- индексация страницы по yandex;
- количество проиндексированных страниц google.com;
- количество проиндексированных страниц google.ru;
- дата индексации страницы по google;
- ТИЦ;
- PR;
- возраст сайта.

Начнем с конца – с возрастом сайта все понятно, (сайту) блогу год и три месяца, так что возрастной фильтр проходит.

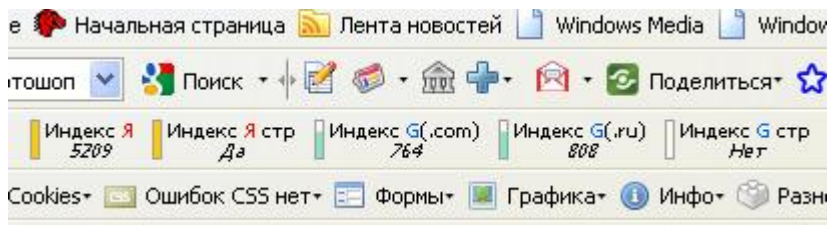
ТИЦ и PR есть, так же при наведении на соответствующие иконки в хинте (всплывающей подсказке) увидеть данные о наличии в каталогах ЯК и DMOZ.

Дальше интереснее – смотрим дату индексации главной страницы google. Позавчера, значит либо позавчера был новый пост, либо робот google позавчера посещал сайт. Смотрим на главной странице блога и публикаций за 9 августа не видно, но за 10 и 11 августа около 7 штук. Что это значит? Чтобы более точно ответить на вопрос, смотрим последний пост и «сканируем» его через RDS. Результат такой (картинка кликабельна).



Это данные по последнему опубликованному посту, страницы с которым нет в индексе Google. Это один из косвенных признаков того, что Google плохо индексирует этот сайт, а значит для размещения постовых для продвижения в Google с целью повышения позиций он нам мало пригоден.

Так получилось, что эти строки я пишу уже 12 августа, и сегодня, ради интереса решил посмотреть, что же твориться с нашим донором и его постами за 11 августа. Увидел следующее (картинка кликабельна).



Пост за вчерашний день в индексе Yandex, но никак не в индексе Google. Бежать надо с такого блога.

Продолжаем рассматривать результаты работы плагина RDS ToolBar в общем случае и смотрим на количество проиндексированных страниц в русском Google. Их должно быть. По крайней мере от 100. Как я заметил. Цифра 800 из прошлого примера говорит о том, что страницы есть и это хорошо. Индексация в англоязычном Google нам не особо интересна, если говорить про рунет, но наличие страниц «там» все же говорит в пользу положительного принятия решения о покупке постового.

Далее смотрим индексацию страницы Yandex. Смотрим посты давности 2-3 дней и наличие их в индексе Yandex. Если есть, то замечательно. Если нет, смотрим индексацию постов недельной давности. Выводы тут каждый делает сам.

Последним у нас идет количество проиндексированных страниц сайта в Yandex. Не то, чтобы чем больше, тем лучше. Но должно быть хоть как-то соизмеримо с данными Google. На примере «нашего» донора мы видим различие в 7 раз. Для примера, на terehoff.com – менее чем в два раза (1149 и 703), на shakin.ru – в 2 раза (1111 и 574), blog.dimok.ru – чуть более чем в три раза (6034 и 1810). Мое субъективное мнение – при прочих равных условиях, если остальные доводы были только за, я выберу блог для размещения постового тот, у которого соотношение гуглостраниц и яндексостраниц меньше.

Не стоит так же забывать про старушку Alexa. Чем она меньше, что свидетельствует о трафике, преимущественно «живом» на сайте, тем лучше. Конечно, заморачиваться не стоит, но учитывать очень даже.

Постепенно в процессе работы вы соберете свой список «работающих» блогов. Чем он будет больше тем лучше. Правда справляться с сотней работающих блогов достаточно сложно. На помощь приходит RotaPost, в котором белый список блогов уже можно формировать.

Несколько мифов, которые хотелось бы развеять

Если блог красивый и посещаемый, то постовые с него работают. Не всегда. Если трафик поисковый, то все замечательно. Если трафик «социальный» – с разных комьюнити, социальных сетей, то надо смотреть. Например, те же блоги на платформе лиру на доменах второго уровня обладают хорошим трафиком, но позиций не поднимают.

Google очень быстро индексирует хорошие блоги, значит позиции должны расти сразу после публикации? Да бесспорно, новые посты в хороших блогах очень быстро индексируются. Этому еще способствуют анонсы в твиттер. Насколько я замечал, отправляю днем задания в ротапост, его оперативно выполняют и утром уже вижу рост позиций. Т.е. все равно Google требуется время на так называемый ссылочный апдейт.

Практически нет разницы, покупать ли постовые в старых или новых постах. Разница есть, еще раз повторюсь. Ссылка начинает свою работу, когда о ее наличии известно поисковой системе. Поисковая система знает о наличии ссылки, если та находится в кеше страницы. Подробнее об этом я писал в посте – когда начинают работать ссылки. Напомню, что в GoGetLinks вебмастера очень любят размещать ссылки на старых страницах. Эффект от таких ссылок будет, но через некоторое время и менее эффективный, нежели от публикации в новом посте.

Будут вопросы, задавайте в комментариях. В принципе, всего того, что я перечислил выше, достаточно для принятия решения о том, покупать ли постовой на этом блоге или нет. В конечном итоге – выбор за вами. Удачи.

Часть VIII/13. Платные посты в западных блогах

Автор: Дмитрий Голополов (Dimok)

Покупка постов на блогах дает помимо непосредственно трафика с поста еще и весомые ссылки на сайт, размещенные "навсегда".

Это работает! Пример того, что дают посты в блогах, я не так давно писал: [Промо на западных блогах](#).

1. <http://payperpost.com/>



Один из старейших сервисов в данной нише. За отдельную плату можно включить ручной апрув всех постов в блоги, а также возможность удалить уже опубликованный пост. В системе более 10 000 блогов.

2. <http://www.sponsoredreviews.com/>



Описание сервисы и ссылки на примеры есть [mym](#). Сервис, выгодно сравнивая себя с конкурентами, заявляет, что все блоги отбираются вручную, а комиссия системы всего 35%.

3. <http://www.reviewme.com/>



В зависимости от трафика на блогах цена одного обзора от \$40 до \$500.

4. <http://www.blogsvertise.com/>



Минимальная цена поста: \$4. Большинство блогов определяют цену поста в диапазоне от 5 до 30 долларов.

5. <http://www.smorty.com/>



Есть рейтинговая система для блогов с оценками до 5 "звезд". Автоматическая проверка на публикацию оплаченного поста и на то, был ли он удален после публикации. Все это позволяет бороться с нечестными блогерами.

6. <http://www.buyblogreviews.com/>



Для теста можно положить на аккаунт любую сумму - все неиспользованные деньги возвращаются рекламодателю. Цены довольно низкие.

7. <http://www.loudlaunch.com/>



Часть VIII/14. Блог на поддомене или в папке - как лучше?

[Автор: Jarik](#)

Jarik:

Я решил оптимизировать свой фотосайт. На сайте картинок много, а текста мало – только название и описание однотипных фоток. Для увеличения контента я решил "прикрутить" блог к сайту, который бы регулярно пополнялся новыми тематическими статьями. Теперь стою перед выбором. С точки зрения оптимизации как лучше сделать блог – на поддомене `blog.site.ru` или в папке `site.ru/blog` ?

Sevab:

На этот счет есть много разных мнений. Выскажу свое.
Иногда поисковики считают поддомен как отдельный сайт иногда нет.
Как в будущем считать будут неизвестно. Но папка всегда будет частью сайта.
Соответственно, авторитет сайта частично достанется и папке.
Поэтому если сайт хоть маленько раскручен, то лучше блог разместить в папке.
Знаю, что есть и другие мнения, поэтому с удовольствием их выслушаю.

Chiliec:

Я бы тоже в папку разместил - навигацию по сайту удобнее делать.
Да и еще несомненный плюс - можно комментировать dofollow блоги, оставляя ссылку на **site.ru/blog** - такие комментарии чаще проходят модерацию т.к ссылаются именно на **блог**, а не на сайт ненужной блоггеру тематики.

Groger:

Я считаю что лучше разместить на поддомене.
А чем ссылка `блог.сайт.ру` плох? По сути ведь то же самое... только без слэша 😊
По нагрузке сервер и по работе все одинаково.
К тому же если поддомен дорастет до приличных показателей, его можно легко перенести на отдельный домен, чего с папкой не сделаешь.

Chiliec:

Почему не сделаешь? Без проблем (хотя да, с яшкой небольшие проблемы будут) 😊
Только вот зачем это делать, при старте сайта нужно просчитывать такие переносы заранее 😊

Ну а главный плюс поддомена в том, что он четко отделен от сайта (т.е например, на сайте технические работы, а форум работает, возможно даже на другом сервере). В этом главный плюс разделения разделов большого сайта на поддомены.

Ghost:

Я думаю, в Вашем случае лучше будет в категории а не в под-домене, вы же сами сказали, что делаете его только что бы "разбавить текстом картинки".

А вообще, если основной сайт не совсем соотносится с блогом (например на сайте какой-нибудь сервис), то блог нужно выносить на под-домен.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме.](#)

Часть VIII/15. Лучшие плагины Wordpress - 103 плагина

[Автор: Михаил Шакин \(Globator\)](#)

Дорогие друзья, сегодня я поделюсь своей новой подборкой лучших плагинов Wordpress. Со времени составления предыдущего списка [84 лучших плагина Wordpress](#) прошло много времени, часть информации устарела, поэтому я решил сделать новую версию. На подготовку, систематизацию и написание этой подборки я потратил в сумме семь дней.



Список плагинов не просто обновлен. Это полностью новая подборка с учетом развития современного интернета, блогосферы и социальных сервисов. Плагины, которые давно не обновлялись и не работают в новых версиях Wordpress (пусть даже они и были популярны в прошлом), я не стал включать в подборку.

Я также не гнался за тем, чтобы поместить в эту подборку максимально большое количество плагинов - в этом нет необходимости. Для каждого пункта я просмотрел десятки плагинов и выбрал лучшие, по моему мнению.

Смысл не в том, чтобы поставить много плагинов, а в том, чтобы найти оптимальные для своих нужд. Так что пробуйте и выбирайте 🤖. Я как-то писал подробный пост [Полный гид по Wordpress](#), который подойдет всем желающим начать работу с этим блогowym движком.

Краткое содержание сегодняшней подборки: плагины для SEO, для бекапов, для безопасности, для защиты контента, для борьбы со спамом, для монетизации блога, для Twitter, Facebook и Вконтакте, другие социальные плагины, для статистики и аналитики, для удобства посетителей на блоге, для комментариев, для обратной связи с посетителями блога, плагины для изображений и галерей, для вставки аудио, видео и других файлов, для ускорения работы Wordpress, для RSS ленты, для владельца блога, а также дополнительные плагины и список ресурсов по плагинам Wordpress. Уффф, посмотрел на содержание, и самому стало страшно 🤖.

SEO плагины для Wordpress

1. [All in One SEO Pack](#) - это настоящая классика жанра среди плагинов для оптимизации блога Wordpress. Этот плагин позволяет оптимизировать ваш блог для поисковиков. В частности, позволяет прописывать индивидуальные метатеги title, description и keywords, что повышает ценность вашего сайта для поисковых роботов. Я считаю его обязательным для установки на любой блог.
2. [Platinum SEO Pack](#) - еще один полезный плагин для внутренней оптимизации блога на Wordpress. У него много настроек и возможностей. Например, Platinum SEO Pack умеет автоматически создавать 301 редиректы, если меняются адреса страниц, что очень удобно.
3. [SEO Ultimate](#) - хороший плагин для оптимизации Wordpress блога с большим набором функций. Позволяет оптимизировать метатеги, отслеживать битые ссылки, редактировать файлы .htaccess и robots.txt и многое другое.
4. [WordPress SEO](#) - интересный плагин для оптимизации блога для поискового продвижения.
5. [Google XML Sitemaps](#) - полезный плагин, который генерирует карту сайта в xml формате, которая помогает поисковым роботам индексировать ваш блог. После создания карты сайта советую добавить ее в панели вебмастера [Google](#) и [Яндекса](#).
6. [WP Sitemap](#) - для улучшения индексации вашего блога поисковиками (помимо карты сайта в xml формате) можно сделать карту в html формате. Плагин WP Sitemap как раз для этого и предназначен. Все предельно просто - устанавливаете плагин, создаете страницу (не пост) и помещаете на нее такой код: [wp_sitemap]. Карта блога в html формате готова!
7. [HTML Page Sitemap](#) - для любителей создавать себе сложности и затем героически их преодолевать 😊 есть плагин HTML Page Sitemap. Да шучу 😊. Этот плагин тоже создает карту сайта в html формате, только у него намного больше настроек. Либо можно просто сделать страницу и поместить после активации плагина вот этот код: [html-sitemap].
8. [SEO Friendly Images](#) - кто сказал, что продвижение картинками не дает эффекта? Ладно, что-то я нервный сегодня, агрессия какая-то, надо успокоиться 😊. Продвижение картинками становится все более перспективным. Если вы хотите получать больше посетителей с поиска по картинкам, то плагин SEO Friendly Images - то, что вам нужно. Он позволяет прописывать атрибуты alt и title к картинкам на вашем блоге.
9. [Keyword Statistics](#) - этот плагин позволяет определять плотность поисковых запросов при написании статей и помогает оптимизировать метатеги.

Плагины Wordpress для бекапов

Регулярно делать бекапы не только полезно, но и просто необходимо. Из бекапов всегда можно быстро восстановить сайт. Искренне советую вам не пренебрегать бекапами и регулярно сохранять базу данных, изображения и файлы вашего блога.

10. [WP-DBManager](#) - многофункциональный плагин, который позволяет сохранять базу данных вашего блога, а также восстанавливать ее, удалять и добавлять таблицы. Плагин WP-DBManager разработал известный создатель плагинов Wordpress Лестер Чан. Я у него как-то брал интервью, которое вы можете почитать на досуге - [Лестер Чан, автор многих популярных плагинов Wordpress, lesterchan.net, Синганьп](#).
11. [WordPress Backup](#) - этот плагин позволяет сохранять картинки из папки uploads, файлы темы и плагины вашего блога в zip архив. Есть возможность отсылать сохраненный архив на e-mail. Если использовать плагины WP-DBManager и WordPress Backup вместе, то у вас будут все необходимые бекапы вашего блога Wordpress.

12. [WordPress EZ Backup](#) - а вот плагин, объединяющий функции двух предыдущих. Он может сохранять как базу данных вашего блога, так и файлы. Возможность настроить автоматическое сохранение бекапов прекрасно дополняет функционал этого плагина. О как сказал, даже самому нравится 😊.

13. [Online Backup for WordPress](#) - еще одно решение для создания бекапов Wordpress. Online Backup for WordPress позволяет сохранять базу данных вашего блога, а также отправлять бекап по e-mail, сохранять на рабочий стол либо отправлять на сервер разработчика, где всем желающим бесплатно предоставляется 50 Mb места.

14. [BackWPup](#) - еще один полезный плагин Wordpress для создания бекапов вашего блога. Помимо сохранения базы данных и отсылки по e-mail, есть выбор форматов бекапа - zip, tar, tar.gz, tar.bz2. BackWPup дает возможность оптимизировать и ремонтировать базу данных, а также сохранять данные блога в формате xml.

Wordpress плагины для безопасности

Безопасность блога является важным моментом, которым не стоит пренебрегать. Плагины являются хорошим средством повышения уровня безопасности вашего блога. На 100% защитить свой блог не получится. Каждый вид защиты создает определенные препятствия и трудности у злоумышленников. Чем больше препятствий, тем лучше. Вы можете почитать мой цикл статей [Безопасность Wordpress, часть 2](#) и [часть 3](#).

15. [WP Security Scan](#) - начнем с плагинов-сканнеров. WP Security Scanner скрывает версию Wordpress, а также сканирует ваш блог на предмет различных уязвимостей, таких, как права на файлы и папки, слишком простой пароль и т.д. и дает рекомендации по их исправлению. Кроме этого, этот плагин позволяет сменить префикс у базы данных.

16. [WP Secure](#) - если по каким-либо причинам плагин не будет работать, то попробуйте этот. WP Secure просканирует ваш блог по 23 пунктам безопасности. Позволяет ограничить вход в админку и сделать его возможным только с вашего IP.

17. [BulletProof Security](#) - полезный плагин для безопасности Wordpress. BulletProof Security позволяет защищать важные файлы вашего блога (wp-config.php, php.ini и php5.ini) через файл .htaccess. Есть режим для технических работ на блоге. Выключает сообщения об ошибках, скрывает версию Wordpress и проверяет права на папки и файлы.

18. [Secure WordPress](#) - классный плагин, который убирает сообщения об ошибках на странице логина, скрывает информацию о версии блога, добавляет пустой файл index.html в папку с плагинами, чтобы никто не смог увидеть список используемых плагинов.

19. [Login LockDown](#) - записывает все неудачные попытки входа в админку вашего блога Wordpress, фиксирует IP и время, блокирует IP после трех неудачных попыток входа в течение 5 минут (можно задать другой период).

20. [WordPress File Monitor](#) - полезный плагин, который отслеживает наличие изменений в файлах вашего блога, и в случае несанкционированного редактирования, удаления или добавления файлов отправляет вам сообщение на e-mail. Эдакий скромный, но полезный трудяга 😊.

21. [AntiVirus](#) - удобный плагин для проверки вашего блога на наличие вирусов и эксплойтов. Можно настроить ежедневную автоматическую проверку с отправкой отчета вам на e-mail.

Плагины для защиты контента

Этот момент спорный. Сам я не сторонник отключения правой кнопки мышки или возможности выделения текста - это может потребоваться и постоянным читателям вашего блога. Нет способа на 100%

защитить контент вашего сайта от копирования. Если сайт выложен в интернете, желающие всегда найдут способ, как скопировать контент. Тем не менее, знаю, что для некоторых блоггеров важно защитить свой контент, поэтому для них я подобрал следующие плагины.

22. [Blog Protector](#) - этот плагин не позволяет нажимать правой мышкой на страницах вашего блога и отключает возможность выделения текста.

23. [Protection WP](#) - помимо отключения правой мышки и выделения текста, этот плагин позволяет отключать RSS ленту вашего блога. Как известно, контент часто копируют именно через RSS.

Плагины Wordpress для борьбы со спамом

24. [Akismet](#) - один из самых популярных плагинов Wordpress, количество скачиваний которого перевалило за 4 миллиона. Бывает, что Akismet ошибочно принимает за спам нормальные комментарии, но в целом он незаменим и помогает автоматически отсеивать спам. Это один из тех плагинов, которые я ставлю в первую очередь. Кстати, автор этого плагина - сам Matt Mullenweg, создатель Wordpress.

25. [Antispam Bee](#) - дословно название этого плагина для борьбы со спамом переводится как «Антиспамовая пчела» 🐝. Он позволяет эффективно бороться с автоматическим спамом путем подмены текстового поля. Спам может быть либо удален сразу, либо просто помечен, чтобы владелец блога сам принял решение об удалении того или иного комментария.

26. [NoSpamNX](#) - эффективный плагин Wordpress для борьбы со спамом. Он удобен для пользователей, так как им не нужно вводить сложные защитные коды, и позволяет отсеивать значительную часть спама. Используется принцип подмены полей.

Плагины Wordpress для монетизации блога

27. [iMoney](#) - интересный плагин для монетизации блога с хорошим функционалом. Работает с системами Google AdSense, Sape, TNX/XAP, Begun, Mainlink, Linkfeed, Adskape. Позволяет размещать рекламу до или после текста статьи, в виджетах или нижней части блога.

28. [AdRotate](#) - полезный плагин Wordpress, который позволяет показывать баннеры с ротацией (то есть с каждой перезагрузкой страницы на том же месте будет показываться другой баннер).

29. [All in One AdSense and YPN](#) - популярный плагин, который позволяет автоматически вставлять рекламные блоки систем рекламы Google AdSense или Yahoo Publisher Network (YPN). В настройках можно указать цвета, размеры и расположение объявлений, и блоки автоматически будут размещены во всех постах вашего блога.

30. [Easy AdSense](#) - популярный плагин для размещения контекстной рекламы Google AdSense в постах и боковой колонке блога Wordpress. Кроме этого, плагин позволяет разместить на блоге поле поиска через Google.

31. [Simple AdSense](#) - простой и удобный плагин для вставки рекламных блоков Google AdSense на блоге. Владельцу блога предоставляются несколько полей для вставки контекстной или другой рекламы, которые затем можно поместить в нужном месте постов в виде коротких кодов вида [adsense_id="1"].

32. [s2Member](#) - очень интересный плагин, который подходит для заработка на англоязычных блогах. Он позволяет делать часть материалов вашего блога доступной только для посетителей, которые оплатили доступ через систему PayPal. Можно задать 4 вида платных подписчиков, а также указать период оплаты - от ежедневной до ежегодной.

33. [WP e-Commerce](#) - этот плагин позволяет добавить корзину покупок на ваш блог.

Плагины Wordpress для Twitter

Сервис микроблоггинга Twitter становится все более популярным. Его нужно обязательно использовать, если вы ведете свой блог. Это позволит получать дополнительных посетителей и анонсировать материалы вашего блога. Ссылки с твиттера очень быстро индексируются поисковиками. Вы можете почитать мои статьи по твиттеру - [Как сделать автоответчик для Твиттера](#), [Мои новые наработки в Твиттере](#) и [Лучшие Twitter клиенты + бонус](#).

34. [Xhanch - My Twitter](#) - популярный плагин, который позволяет отображать ваши сообщения с твиттера на вашем блоге. Поддерживает несколько аккаунтов и имеет много настроек. Xhanch - My Twitter легок и быстр, так как имеет свою систему кеширования.

35. [Clever Tweet](#) - интересный плагин Wordpress для Твиттера, который тоже позволяет отображать ваши сообщения на блоге, но делает это с красивой анимацией на jQuery. Наверняка вы встречали подобный эффект на блогах, когда сообщения с Твиттера сами прокручиваются. Можно задавать интервал прокрутки, включать и выключать ретвиты и т.д. Есть кэш для снижения нагрузки на хостинг.

36. [Tweet This](#) - популярный плагин, который позволит добавить кнопку ретвита в посты на вашем блоге Wordpress.

37. [TweetMeme Button](#) - еще один плагин, который добавляет кнопку ретвита в материалы Вашего блога, а также в RSS ленте. Можно реализовать кнопку ретвита в RSS и без плагина, если воспользоваться статьей Сергея Фещукова [Добавляем кнопку ReTweet в RSS-ленту без плагинов](#).

38. [WP-Twitter Retweet Button](#) - если вам больше нравятся официальные кнопки ретвита от Twitter, то установите этот плагин. В нем есть все необходимые настройки.

39. [Tweet Tweet](#) - интересный плагин, который позволяет сохранять ваши сообщения на твиттере, а также сообщения из вашей тви-ленты в базу данных вашего блога Wordpress.

40. [TweetUpdater](#) - если нет желания вручную настраивать публикацию анонсов ваших постов на блоге в твиттере через сервис Feedburner (что можно сделать по [этой статье](#), нужная информация идет после фразы «Перенаправляем RSS ленту блога через сервис Feedburner»), то это можно реализовать с помощью этого плагина.

Плагины Wordpress для Facebook

Facebook активно набирает популярность в рунете. Если вы ведете блог, то советую завести аккаунт в этой социальной сети и создать страницу вашего блога. По Facebook я писал следующие посты - [Как сделать страницу Facebook для привлечения посетителей на сайт](#) и [Как добавить Facebook на свой сайт](#).

41. [WP-FacebookConnect](#) - позволяет пользователям оставлять комментарии на вашем блоге с помощью авторизации на Facebook. Следует учесть, что комментарии не будут сохраняться в базу данных вашего блога.

42. [Facebook Comments for WordPress](#) - этот плагин - аналог предыдущего, он тоже позволяет посетителям комментировать на вашем блоге с помощью аккаунта Facebook.

43. [Share On Facebook](#) - этот плагин размещает в постах вашего блога кнопки добавления в Facebook, чтобы посетители могли делиться понравившимися им материалами в этой социальной сети.

44. [Like](#) - этот плагин позволяет разместить другую кнопку для добавления в Facebook - Like (или «Мне нравится»). Есть все нужные настройки.

45. [Facebook Fan box](#) - удобный плагин для того, чтобы отображать блок ваших друзей на вашем блоге. Это позволяет всем желающим присоединиться к вам на Facebook в один клик.

Wordpress плагины для Вконтакте

По Вконтакте я писал пост [Как добавить Вконтакте на свой сайт](#), так что можете его почитать.

46. [VKontakte Share Button](#) - полезный плагин Wordpress, с помощью которого можно вставить кнопку добавления ваших статей в социальную сеть Вконтакте. Можно настроить тип кнопки, горизонтальное и вертикальное расположение, отображение в постах и/или на страницах, задать тип описания и указать ссылку на логотип вашего блога.

Другие социальные плагины Wordpress

47. [BuddyPress](#) - популярный плагин, который позволяет создать социальную сеть на базе блога Wordpress. Функционал включает в себя возможность регистрации пользователей, создание групп, ведение блогов пользователей, личные сообщения, ленты активности и многое другое. Для BuddyPress создано много плагинов, которые можно найти на [этой странице](#). Есть [сайт русскоязычной версии BuddyPress](#) и переведенные на русский [плагины](#).

48. [Social Profiles Widget](#) - это плагин, который позволяет выводить иконки со ссылками на ваши профили в различных социальных сетях.

49. [AddThis](#) - один из самых популярных сервисов кнопок добавления в социальные сервисы [Addthis.com](#) (кстати, предлагаемые на нем скрипты подойдут для сайтов на любых движках) предлагает свой плагин Wordpress. Что замечательно - среди почти трех сотен предлагаемых кнопок социальных сервисов есть Вконтакте.

50. [Share and Follow](#) - хороший плагин для вставки кнопок добавления в социальные сервисы на Ваш блог. Можно выбирать желаемый тип кнопок, есть много настроек. Такие кнопки можно сделать и без плагинов, для этого воспользуйтесь моей статьей [Как добавить кнопки социальных сервисов на свой блог](#).

51. [Social Media Widget](#) - еще один плагин, который позволяет разместить на вашем блоге кнопки добавления в социальные сервисы. Можно выбрать из 3 размеров кнопок, 4 стилей оформления и 4 эффектов анимации.

Плагины Wordpress для статистики и аналитики

52. [WP-log-robots](#) - отличный плагин, который позволяет отслеживать, когда и какой поисковый робот посетил ваш блог, а также какие страницы вашего блога он посетил. Вся информация записывается в обычном текстовом файле.

53. [Google Analytics for WordPress](#) - известный плагин для работы с системой статистики Google Analytics. Позволяет комплексно анализировать статистику посещений своего блога.

54. [WP-Stats-Dashboard](#) - очень интересный плагин для анализа статистики. Его особенность в том, что владельцу блога показывается статистика в социальных сервисах, начиная от графика с динамикой роста числа фолловеров на Твиттере и заканчивая данными по отдельным ключевым словам.

Wordpress плагины для удобства посетителей на блоге

Я выделил ряд плагинов, которые хорошо подходят для создания удобства посетителей на вашем блоге, в отдельный пункт.

55. [Loginza](#) - удобный плагин для того, чтобы посетители могли авторизовываться на вашем блоге с помощью аккаунтов на популярных сервисах Вконтакте, Facebook, Twitter, MyOpenID, Google и т.д.
56. [WP-PageNavi](#) - плагин для создания постраничной навигации на блоге Wordpress. По умолчанию на Wordpress такой функции нет. WP-PageNavi позволяет реализовать постраничную навигацию, чтобы страницы блога получили номера 1, 2, 3, 4 и т.д. Я советую поставить этот плагин, так как постраничная навигация удобна для посетителей.
57. [GD Star Rating](#) - популярный плагин рейтинга постов на вашем блоге, чтобы посетители могли оценивать ваши материалы. Есть множество всевозможных настроек.
58. [Subscribe to Comments Now!](#) - плагин, который дает возможность посетителям подписываться на комментарии к интересующей их статье по e-mail. Есть опция подписки без комментирования.
59. [Yet Another Related Posts Plugin](#) - плагин для автоматического вывода похожих статей на вашем блоге. Я многократно убеждался, что если размещать в конце каждой статьи список похожих, то это увеличивает количество просмотров страниц и время, которые посетители будут проводить на вашем блоге.
60. [Related Posts Thumbnails](#) - замечательный плагин, который тоже выводит похожие посты, только с картинками. В итоге эффект по просмотру страниц на вашем блоге увеличивается.
61. [SyntaxHighlighter Evolved](#) - если вам необходимо публиковать примеры кодов на своем блоге, то советую установить этот плагин для подсветки синтаксиса. В результате посетителям будет намного удобнее изучать предлагаемый вами код.
62. [WordPress Popular Posts](#) - замечательный плагин, который выводит список самых популярных постов на вашем блоге, что дает возможность посетителям сразу увидеть ваши лучшие материалы.
63. [Most Commented Widget](#) - еще один полезный плагин, который выводит список самых комментируемых статей на вашем блоге.
64. [WP-Polls](#) - хотите делать опросы посетителей на своем блоге? Тогда вам нужен плагин WP-Polls.
65. [PollDaddy Polls & Ratings](#) - другой плагин Wordpress для создания опросов посетителей на своем блоге. Есть все необходимые настройки.
66. [GTranslate](#) - плагин, который позволит посетителям переводить ваши статьи на любой из предлагаемых 58 языков. По статистике это охватывает 98% пользователей интернета в мире.
67. [Better Tag Cloud](#) - позволяет не только выводить красивое облако тегов, но и гибко настраивать его. Есть множество настроек от цвета и размера до того, чтобы задавать свой стиль оформления и не отображать определенные теги в облаке.
68. [Configurable Tag Cloud](#) - еще один плагин Wordpress для облака тегов с хорошим функционалом.
69. [Breadcrumb NavXT](#) - популярный плагин для создания навигации в стиле «хлебные крошки», которая не только удобна для посетителей, но и положительно влияет на внутреннюю перелинковку блога. «Хлебные крошки» выглядят так - *Главная-Категория-Название поста*.

Плагины Wordpress для комментариев

70. [Disqus Comment System](#) - плагин от популярного сервиса комментариев Disqus. Эта система заменяет стандартные комментарии Wordpress и делает их более удобными как для комментаторов (им не нужно каждый раз заполнять имя и e-mail), так и для владельца блога. При этом все комментарии сохраняются в

базу данных вашего блога, поэтому в любой момент этот плагин можно отключить, и комментарии будут отображаться в стандартном виде.

71. [IntenseDebate Comments](#) - плагин комментариев от другой известной системы - Intense Debate. Также расширяет возможности дефолтной системы комментариев Wordpress и синхронизирует все комментарии с базой данных. Как и у Disqus, владелец блога может отвечать на комментарии по e-mail, что очень удобно.

73. [Greg's Threaded Comment Numbering](#) - плагин для нумерации древовидных комментариев.

74. [Top Commentators Widget](#) - если вы хотите стимулировать посетителей к комментированию, то можете разместить в боковой колонке список самых активных комментаторов с помощью этого плагина.

75. [Dofollow](#) - еще один плагин для увеличения количества комментариев на вашем блоге. Он позволяет сделать ссылки на сайты комментаторов открытыми для индексации поисковиками, убрав атрибут rel="nofollow". Это сделает ваш блог более привлекательным для комментаторов, которые будут получать индексируемую ссылку на свой сайт. При этом нужно учесть, что увеличивается количество ручного спама.

76. [CommentLuv](#) - популярный в англоязычном интернете плагин, который выводит ссылку на последний пост комментатора.

Плагины для обратной связи с посетителями блога

Получение обратной связи от посетителей своего сайта является важным моментом для многих вебмастеров.

77. [Cforms](#) - очень хороший и удобный плагин для создания контактной формы на вашем блоге. Я пользуюсь именно этим плагином. Настроек очень много, но разобраться в них достаточно просто.

78. [Contact Form 7](#) - еще один популярный плагин для создания формы обратной связи на блоге Wordpress. Одновременно простой и функциональный, есть все необходимые настройки для создания нужной контактной формы.

79. [Fast Secure Contact Form](#) - плагин контактной формы с множеством настроек и защитой от ботов. Впрочем, капча (защитный код) есть во всех приведенных мной плагинах для обратной связи.

Плагины Wordpress для изображений и фотогалерей

80. [NextGEN Gallery](#) - этот плагин для создания галереи изображений на блоге входит в топ 10 самых скачиваемых плагинов Wordpress. В нем есть масса настроек для создания нужной вам галереи фотографий. Можно настроить различные эффекты при смене изображений, можно автоматически накладывать водяные знаки, создавать слайдшоу и многое другое. Демо галереи можно увидеть на [сайте разработчика](#), в правой колонке можно перейти на различные варианты оформления, причем на страницах с примерами будут даны коды, необходимые для создания того или иного варианта.

81. [3D Carousel Menu FX](#) - плагин для создания очень эффектной трехмерной «карусели» из изображений. Демо можно посмотреть на [этой странице](#). Лучше один раз увидеть 😊.

82. [Page Flip Image Gallery](#) - с помощью этого плагина создается стильная галерея изображений с эффектом перелистывания страниц. Смотрится просто замечательно! Чего я пишу, лучше сами [посмотрите](#) 😊.

83. [WordPress Content Slide](#) - этот плагин позволяет создавать красивое слайдшоу из ваших изображений. Картинки будут сами меняться. Вот [демо одного из вариантов](#).

Плагины для вставки аудио, видео и других файлов

84. [Smart YouTube](#) - отличный плагин для вставки видеороликов с Youtube. Позволяет настраивать нужный размер окна видео и задавать цвет плеера.
85. [Video Embedder](#) - удобный плагин для вставки видео с популярных видеосервисов на свой блог. Несмотря на то, что он давненько не обновлялся, он работает и в новых версиях Wordpress.
86. [WordPress Video Plugin](#) - если не заработает предыдущий, поставьте этот. Он тоже поддерживает десятки популярных видеосервисов и позволяет легко вставлять видео на свой блог.
87. [Google Doc Embedder](#) - чем больше форматов в преподнесении материала на вашем блоге вы будете использовать, тем лучше. Посетители любят разнообразие. Плагин Google Doc Embedder позволит вам легко вставлять документы в формате DOC, DOCX, PDF, TIFF, а также презентации в PPT и PPS. Для этого лишь нужно предварительно загрузить их на сервис [Google Документы](#).
88. [Allow Word/Powerpoint/Excel file uploads](#) - не желаете пользоваться Google Документами, но все равно хотите публиковать «вордовские» файлы и презентации на своем блоге? К вашим услугам этот плагин, который позволит загружать материалы с вашего компьютера прямо на блог. Помимо файлов DOC, DOCX, PPT, PPTX, этот плагин поддерживает таблицы Excel (XLS и XLSX).
89. [WPaudio MP3 Player](#) - популярный плагин для вставки аудио файлов и подкастов для Wordpress блоггеров. Простой и удобный аудиоплеер с удобным интерфейсом. Есть поддержка стандарта HTML5 для iPhone, iPad, Android и мобильных браузеров.
90. [podPress](#) - один из самых известных плагинов Wordpress для подкастеров. С его помощью можно не только размещать подкасты на своем блоге, но и отслеживать статистику скачиваний по графикам.
91. [Blubrry PowerPress Podcasting plugin](#) - этот плагин разработан специально для подкастеров. Поддерживает следующие форматы: mp3, m4a, ogg, wma, ra, mp4a, m4v, mp4v, mpg, asf, avi, wmv, flv, swf, mov, divx, 3gp, midi, wav, aa, pdf, torrent, m4b, m4r. На выбор есть несколько стильных аудиоплееров. Поддерживается iTunes.

Плагины для ускорения работы Wordpress

К сожалению, с каждой новой версией Wordpress становится все более требователен к ресурсам, создавая повышенную нагрузку на хостинг. Из всех решений я использую платный [скрипт кеширования Макса](#), который позволил значительно сократить нагрузку на сервер.

92. [WP Super Cache](#) - популярный плагин кеширования Wordpress. Этот плагин генерирует статические HTML файлы из динамических страниц вашего блога, что позволяет снижать нагрузку на сервер. Можно включать полное или частичное кеширование.
93. [Hyper Cache](#) - другой пример решения для снижения нагрузки Wordpress на хостинг. Как написал разработчик, он создал этот плагин специально для хостингов с ограниченными ресурсами. Есть три вида кеширования - полное, только постов и только главную и страницы архивов.
94. [Quick Cache](#) - еще один плагин кеширования Wordpress, который позволяет уменьшить нагрузку на хостинг. Есть все настройки, необходимые для работы.

Плагины Wordpress для RSS ленты

95. [RSS Footer](#) - полезный плагин, который позволяет выводить список похожих материалов после поста в RSS ленте, что в итоге дает больше переходов на ваш блог.

96. [FD Feedburner Plugin](#) - плагин для подключения RSS ленты вашего блога к сервису Feedburner.

Плагины Wordpress для владельца блога

97. [Broken Link Checker](#) - это полезный плагин для владельца блога, который позволяет находить неработающие ссылки, изображения и редиректы и выводит информацию об этом в панели администратора либо отправляет уведомление по e-mail.

98. [All in One Webmaster](#) - полезный плагин для владельца блога, который позволяет работать с Google, Bing, Alexa, Yahoo, Facebook и BlogCatalog. Есть удобная опция добавления карты сайта в Google, Bing, Yahoo и Ask.

99. [Simple Tags](#) - популярный плагин, который позволяет удобно работать с тегами на вашем блоге. Есть весь функционал, который только можно придумать для работы с тегами.

100. [Redirection](#) - очень полезный плагин, который позволяет легко настраивать редиректы со старых страниц на новые. Нужно лишь указать адрес старой и новой страниц, виде редиректа (например, 301), и нажать Ок. Все созданные редиректы можно просматривать и менять при необходимости.

Дополнительно

101. [Article Directory](#) - если вы хотите сделать каталог статей на базе Wordpress блога, то можете воспользоваться этим плагином от Димокса. Он идет в комплекте с шаблоном, что позволяет сделать полноценный каталог статей.

102. [Visitor Maps and Who's Online](#) - наверняка вы видели, что на некоторых блогах в боковой колонке выводится маленькая карта мира и на ней отмечаются места, откуда зашли посетители на этот блог. Этот плагин позволит вам ~~стать владельцем мира~~ наблюдать, из каких стран заходят на ваш блог 🤖.

103. [WPtouch](#) - плагин, который разработан для трансформации вашего блога в приложение для iPhone. Для того, чтобы посмотреть, как это будет выглядеть, можете посмотреть [скриншоты](#). Автор этого плагина в следующей версии планирует сделать поддержку iPad.

Ресурсы по плагинам Wordpress

[Plugin Directory](#) - официальный сайт с плагинами Wordpress (англ). Самая большая подборка плагинов в интернете.

[Русифицированные плагины WordPress](#) - качественный русскоязычный ресурс с плагинами для Вордпресс.

[WordpressPlugins.ru](#) - еще один полезный сайт с хорошим выбором плагинов на русском языке.

[Плагины на WordpressInside.ru](#) - полезный блог не только по плагинам, но и по Wordpress в целом от Александра Тодосийчука. Много подробных и полезных материалов.

Если у Вас возникнут вопросы по Wordpress, рекомендую форум <http://forum.maxsite.org/>, на котором мне всегда помогали советом.

Часть VIII/16. Внутренняя оптимизация WP

[Sereda_V_V](#)

Sereda_V_V:

Вот сегодня весь день пролазил по нету и собирал инфу о том как же грамотно оптимизировать ВП. Сделал себе небольшие заметки что потом не искать и решил выложить здесь может кому пригодится. Ну поехали:

Пройдемся по плагинам:

1. **All in One SEO Pack** – заполняем следующие поля

Home Title — заголовок главной страницы.

Home Description — описание главной страницы.

Home Keywords (comma separated) — ключевые слова для главной страницы через запятую.

Используйте плагин All in One SEO Pack при написании каждой статьи на ваш блог прописывая в нем заголовок, описание и ключевые слова.

2. **RusToLat**

Делает ЧПУ.

Зайдите в админку блога — параметры — постоянные ссылки и поставьте точку в пункте произвольно и вставьте в поле вот эту строчку:

`/%category%/postname%.html`

3. **Google XML Sitemaps**

Плагин автоматически составляет sitemap.xml и сжатую карту сайта sitemap.xml.gz.

4. **Dagon Design Sitemap Generator**

Ставится оба плагина и *Google XML Sitemaps* и *Dagon Design Sitemap Generator* - Для того, чтобы вывести карту сайта на вашем блоге в виде отдельной страницы сначала создайте ее, а потом вставьте через редактор HTML вот такой код - `<!-- ddsitemapgen -->` Готово.

5. **Simple Tags**

Делает под каждой статьей блога ссылки на другие его статьи.

6. **WP-Noindex**

Заключает ссылки в комментариях в теги `<noindex></noindex>`

7. **subscribe to comments**

Добавляет в низу комментариев «Оповещать о новых комментариях по почте».

Надеюсь для начинающих будет с чем ознакомиться.

Может еще кто что добавит или посоветует?

Часть 2

Хотел посоветоваться по поводу robots.txt для WP. По крайне мере советовали сделать так:

User-agent: *

Disallow: /cgi-bin

Disallow: /wp-admin

Disallow: /wp-includes

Disallow: /wp-content/plugins

Disallow: /wp-content/cache

Disallow: /wp-content/themes

```
Disallow: /trackback
Disallow: /feed
Disallow: /comments
Disallow: /category/*/*
Disallow: */trackback
Disallow: */feed
Disallow: */comments
Disallow: /*?*
Disallow: /*?
Allow: /wp-content/uploads# Google Image
User-agent: Googlebot-Image
Disallow:
Allow: /* # Google AdSense
User-agent: Mediapartners-Google*
Disallow:
Allow: /*
# Internet Archiver Wayback Machine
User-agent: ia_archiver
Disallow: /
# digg mirror
User-agent: duggmirror
Disallow: /
Sitemap: http://МОЙ САЙТ/sitemap.xml
User-agent: Yandex
Crawl-delay: 5
Disallow: /tag
```

Может профи что посоветуют или же можно и этим пользоваться?

Вопрос!

Какую лучше всего использовать версию ВП под SEO?

PS. Ну вот пока все жду ваших комментариев, возможно кто что добавит что касается по внутренней оптимизации движка ВП.

evgeny_xD:

Очень хорошая подборка плагинов, возможно еще и ссылки на них всех дадите, что бы не искать?
Про robots.txt - первый раз такой вижу, растолковать что для чего можете, а именно вот эти строки:

```
Allow: /wp-content/uploads# Google Image
User-agent: Googlebot-Image
Disallow:
Allow: /* # Google AdSense
User-agent: Mediapartners-Google*
Disallow:
Allow: /*
# Internet Archiver Wayback Machine
User-agent: ia_archiver
Disallow: /
# digg mirror
User-agent: duggmirror
Disallow: /
Sitemap: http://МОЙ САЙТ/sitemap.xml
User-agent: Yandex
```

Crawl-delay: 5

Disallow: /tag

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/optimizaciya_stranic_saita/vnutrennyaya_optimizaciya_wp/

Часть VIII/17. Внутренняя поисковая оптимизация блога на WordPress, установка и настройка плагина All in One SEO Pack

[Автор: Дмтрий KtoNaNovenkogo](#)

Пользователям WordPress очень повезло, т.к. для этого движка имеется масса замечательных плагинов, с помощью которых осуществляется **поисковая оптимизация сайта (SEO)**. Рассмотренный нами ранее WP плагин [Google XML Sitemaps](#) позволяет существенно ускорить индексацию материалов вашего блога поисковыми системами, а плагин **All in One SEO Pack** для WordPress, о котором я и собираюсь рассказать в этой статье, поможет нам увеличить трафик (количество посетителей) с поисковых систем.



А поисковый трафик является самым желанным для любого проекта, ибо он стабилен и для его поддержания не надо будет постоянно анонсировать свои материалы в различных социальных сетях и сервисах, как это происходит при SMO (Social Media Optimization - привлечение посетителей с социальных медиа). Но для того, чтобы получить на свой сайт постоянный и высокий поисковый трафик, вам придется заняться [внутренней поисковой оптимизацией контента](#) на вашем проекте.

Внутренняя поисковая оптимизация сайта

Кто бы что не говорил, но трафик с поисковиков является главным источником посетителей для любого ресурса, и стоит постараться сделать его как можно большим. Если рассматривать такое понятие, как *внутренняя поисковая оптимизация сайта* (то, что мы можем оптимизировать на самом вебсайте), то самым весомым аргументом, учитываемым поисковиками, в пользу вашего сайта, может служить **заголовок страницы - Title**. Если он составлен грамотно и в него включены ключевые слова, по которым вы хотите занять высокую позицию в поисковой выдаче, то и количество посетителей с поисковиков будет высоким.

Правда тут следует учесть, что *meta-тег Title* является самым весомым аргументом при оценке [релевантности](#) (степень соответствия запроса и найденного, то есть уместность результата) странички вашего вебсайта поисковому запросу, но не единственным. Для успешного продвижения в поисковых системах нужно учитывать все нюансы, на которые обращают внимание поисковики, а именно, *по мере убывания важности для поисковиков*:

- прописать в HTML коде оптимизируемых страниц сайта нужные **мета-теги**
 - **заголовок страницы Title** - самый важный мета-тег, в который следует включать одно или несколько (но не перегибать палку) ключевых слов, по которым вы хотите продвигать данную страничку
 - мета-тег **DESCRIPTION** - не влияет на ранжирование вашей странички в поисковиках, но на первых порах, может ими использоваться в качестве [сниппета в поисковой выдаче](#) (сниппет находится под ссылкой вашего ресурса в поисковой выдаче и представляет из себя кусочек текста, выбранный поисковиком (как правило, с выделенным запросом пользователя), как отражающий суть вебстраницы, на которую ведет ссылка)
 - мета-тег **KEYWORDS** - на данный момент не учитывается поисковиками, но возможно, что поисковикам может не понравиться, если слова, прописанные в keywords, не будут найдены ими на странице. Поэтому, если вы будете добавлять этот мета-тег, то позаботьтесь о корректности прописываемых в нем слов
- **теги акцентирования**
 - **заголовки на странице** (теги H1, H2 и т.д.), в которых опять же должны присутствовать ключевые слова из Title страницы
 - **выделение** тех же ключевых слов и словосочетаний **жирным или курсивом** в тексте страницы (теги **STRONG** и **EM**). Выделять лучше в начале текста, но опять же не переусердствуйте. Не нужно выделять все ключевые слова, имеющиеся в тексте. Достаточно выделить один раз слово и один раз словосочетание с этим ключевым словом. И так для всех ключевых слов в этом текстовом материале.
- **атрибуты ALT и Title для тега картинок IMG** - обязательно прописывайте и включайте в них ключевые слова, по которым ваш вебсайт может быть найден в поиске по картинкам Яндекса или Google.
- правильная [внутренняя перелинковка страниц](#) - поисковики, при определении [статического веса](#) той или иной вебстраницы вашего ресурса, учитывают не только внешние ссылки на них (с других вебсайтов), но и внутренней ссылки (со страниц вашего же ресурса). Стоит очень серьезно подойти к написанию текста ссылок (анкоров или атрибута title из состава [HTML тега ссылки](#), если, например, ссылка ведет с картинки и анкора не имеет) ведущих с разных вебстраниц сайта на главную. Следует отразить в этих ссылках все **ключевые слова**, по которым вы хотите продвинуть главную страничку вашего ресурса

Как в тексте материалов создавать заголовки с помощью тегов H1 - H6, а также выделять нужные слова жирным или курсивом, я думаю вы умеете. Если нет, то почитайте об этом в статье [Теги акцентирования \(H1 - H6, STRONG, EM\) – улучшаем внутреннюю оптимизацию сайта](#). Здесь же поясню для тех, кто не знает что такое мета-теги, как их посмотреть и настроить.

Мета-теги - специальные команды, прописываемые в начале каждой странички вебсайта. Вариантов мета-тегов достаточно много, но все они прописываются в области между [открывающим и закрывающим тегом HEAD](#). Посмотреть их можно, щелкнув правой кнопкой мыши в окне браузера и выбрав пункт контекстного меню "Исходный код" (Opera), либо "Исходный код страницы" (Firefox), либо "Просмотр кода страницы" (Google Chrome), либо "Просмотр HTML-кода" (IE).

В верхней части окна исходного кода ищите нужные вам мета-теги. Например, так:

```
<Title>HTML для начинающих: типы верстки, теги, атрибуты, параметры атрибутов,  
1 определение цвета на экране | KtoNaNovenkogo.ru - все для начинающих вебмастеров |  
Создание и продвижение сайтов, блогов, форумов, интернет-магазинов, заработок на  
сайте</Title>  
2  
3 <meta name="description" content="Создать качественный веб-проект без базовых знаний по  
HTML и CSS, даже используя современные CMS (системы управления сайтами) невозможно. Теги,  
атрибуты, параметры." />  
4 <meta name="keywords" content="html, css, php, mysql - изучение и применение на практике"  
/>
```

й

Как вы можете видеть, для страниц моего блога действует следующее правило для *формирования заголовка страницы Title*: сначала в нем идет название материала, а затем, через знак "|", идет название блога. Такой способ формирования Title считается оптимальным.

Естественно, в названии материала вы должны использовать ключевые слова для продвижения этой статьи, а в название всего проекта - включить ключевое слово для продвижения всего сайта. Теперь пора переходить к тому, как собственно реализовать внутреннюю поисковую оптимизацию применительно к WordPress (у меня есть так же статья про организацию [правильной внутренней перелинковки в WordPress](#)), и в этом нам поможет упомянутый выше **плагин All in One SEO Pack**.

Более подробно о внутренней поисковой оптимизации (SEO) WordPress читайте здесь - [Внутренняя поисковая оптимизация сайта \(SEO\): подбор и выделение ключевых слов, проверка тошноты страницы, оптимальный Title, дублирование контента, перелинковка](#).

Плагин All in One SEO Pack - увеличиваем поисковый трафик для блога на WordPress

Для начала плагин нужно скачать и установить на WordPress. [Скачать All in One SEO Pack](#) или же прямо отсюда: [скачать All in One SEO Pack](#). Установка плагина на Вордпресс ничем не отличается от традиционной:

- распаковываем архив с WP плагином `all-in-one-seo-pack.zip`
- полученную в результате распаковки папку с файлами плагина `all-in-one-seo-pack` закидываем в папку, предназначенную для установки плагинов `wp-content/plugins/` на сервере хостинга. Для этого нужно подключиться к серверу по протоколу FTP, например, способом, описанным в посте [Как настроить доступ к серверу хостинга по FTP с помощью программы FileZilla](#).
- далее входим в [админку WordPress](#) и выбираем вкладку "Плагины" - "Inactive"
- находим строку с WP плагином All in One SEO Pack и жмем на "Активировать"

Настройки плагина All in One SEO Pack в админке WordPress

Теперь переходим в админке WordPress в окно настроек этого WP плагина - Настройки -> **All in One SEO Pack**. Для активации плагина All in One SEO Pack нужно поставить галочку напротив "Enabled" в поле "Plugin Status". Если вы будете автоматически обновлять этот WP плагин через админку Вордпресс, то может понадобится опять поставить эту галочку, т.к. бывает, что она сбрасывается.

В следующих трех полях "Home Title", "Home Description" и "Home Keywords (comma separated)" настроек плагина All in One SEO Pack вам нужно будет задать *вид заголовка Title главной страницы*, а так же мета-тега Description и Keywords для все той же главной страницы WordPress. Для моего WP блога эти поля выглядят так:

| | |
|----------------------------------|---|
| Home Title: | KtoNaNovenkogo.ru - все для начинающих вебмастеров Создание и продвижение сайтов, блогов, форумов, интернет-магазинов, заработок на сайте |
| Home Description: | Доступно о создании сайта, форума, блога или интернет-магазина, их продвижении и заработке. Подробно о Joomla, SMF, SEO, WordPress, HTML, CSS, VirtueMart, хостинге и |
| Home Keywords (comma separated): | сайты Joomla, форумы SMF, блоги WordPress, интернет-магазин virtuemart, продвижение сайтов |

Новый тег Canonical, предназначенный для удаления дубликатов страниц из индекса поисковиков

Галочка в поле "**Canonical URLs**" в окне настроек плагина All in One SEO Pack позволяет **избежать дублирования контента WordPress** (содержимого материалов вашего проекта) в индексе некоторых поисковиков. Давайте сначала рассмотрим откуда может появиться дублирование контента в Вордпресс. А появится оно может в том случае, если один и тот же материал вашего вебсайта будет доступен по разным адресам (URL).

Например, если вы [используете в WordPress тег MORE](#) для разделения текста материала на вступительную часть, публикуемую на главной и полную версию, открываемую либо по нажатию на заголовок материала, либо по нажатию на ссылку, формируемую с помощью тега MORE (например, Читать далее...).

Так вот, при щелчке в WP блоге по заголовку материала, полная его версия откроется по одному адресу, а при щелчке по ссылке "Читать далее" - по другому адресу (отличаться они будут только надписью типа #more-2788 в конце URL адреса). Во втором случае статья откроется на том месте, где она закончилась на главной странице Вордпресс блога(где стоял тег more). В принципе, можно применить хак и убрать в настройках движка WordPress добавление #more-2788 к адресу ссылки, но тогда статья будет открываться сначала, что мне кажется не очень удобным для читателя (придется искать то место, где он закончил чтение на главной).

Но есть альтернативный вариант решения проблемы дублирования контента в WordPress, при котором и волки будут сыты и овцы останутся целы. Выход из создавшейся ситуации придумала компания Google, анонсировав в начале этого года новый тег **Canonical**, о поддержке которого сразу же заявили Yahoo и Microsoft. Таким образом, если ваш ресурс имеет идентичный или очень похожий контент, доступный по разным URL, то новый тег позволит **указать тот URL, который должен возвращаться к поисковой системе**. При этом все характеристики, такие как ссылочный вес и тому подобное, передадутся на нужную версию адреса.

Добавляем тег *Canonical* для указания нужной версии URL, между открывающим и закрывающим тегами HEAD в HTML коде вебстраниц с дублированным контентом. В результате Google, Yahoo и Microsoft поймут, что все дубликаты ссылаются на канонический URL, указанный в теге Canonical. Дополнительные свойства вебстраницы, такие как [PageRank](#), также перенесутся с дублированных страниц на указанную.

В качестве примера приведу вид этого мета-тега Canonical для странички с материалом моего WP блога, на которую я перешел по ссылке "Читать далее". В адресной строке я при этом вижу адрес: <http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/vyb-obzor-vypusk-2.html#more-2338>, но в исходном коде, сформированном WordPress, (в верхней его части) можно найти строчку:

```
1 <link rel="Canonical" href="http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/veb-obzor-vypusk-2.html"
  />
```

Она говорит поисковым системам, понимающим тег Canonical, какой именно адрес данной статьи считать каноническим (для моего случая это `http://ktonanovenkogo.ru/web-obzory/veb-obzor-vypusk-2.html`). По-моему отличное нововведение, которое, пожалуй, омрачает лишь тот факт, что этот тег Canonical пока не поддерживается Яндексом, а это значит, что проблема дублирования контента для этого поисковика по прежнему открыта.

Благодаря плагину All in One SEO Pack для WordPress проблема дублирования контента в индексе Google, Yahoo и Bing решается простой установкой галочки "Canonical URLs", которая, кстати, по умолчанию уже включена. Но теперь вы знаете что такое тег Canonical и зачем нужно.

Настройка заголовков всех страниц в WordPress (мета-тег Title) в плагине All in One SEO Pack

Продолжим разбираться с настройками плагина для WordPress - **All in One SEO Pack**. Если вы установите галочку "Rewrite Titles" в настройках этого WP плагина, то сможете настраивать для различных типов вебстраниц в **WordPress вид заголовков Title** в соответствии с правилами, описанными в приведенных ниже полях.

| | |
|------------------------|--|
| Rewrite Titles: | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Post Title Format: | <input type="text" value="%post_title% %blog_title%"/> |
| Page Title Format: | <input type="text" value="%page_title% %blog_title%"/> |
| Category Title Format: | <input type="text" value="%category_title% %blog_title%"/> |
| Archive Title Format: | <input type="text" value="%date% %blog_title%"/> |
| Tag Title Format: | <input type="text" value="%tag% %blog_title%"/> |
| Search Title Format: | <input type="text" value="%search% %blog_title%"/> |
| Description Format: | <input type="text" value="%description%"/> |
| 404 Title Format: | <input type="text" value="Ничего не найдено по адресу %request_words%"/> |
| Paged Format: | <input type="text" value="- Part %page%"/> |

Вся прелесть плагина All in One SEO Pack для WordPress в том, что вам практически ничего не надо менять в его настройках по умолчанию, чтобы получить максимальный эффект. Я ничего пока не менял в приведенных на рисунке полях, но вы можете вносить изменения по своему разумению и видению лучшего варианта (пользуясь случаем, хочу спросить у вас: есть мнение, что Яндекс не учитывает слова в тайтле после символа "|" - так ли это на самом деле?)

Установленная галочка в поле "Use Categories for META keywords" в настройках плагина All in One SEO Pack разрешает добавлять название категории Вордпресс в мета-тег keywords для постов из этой категории. Мне кажется это лишним. Галочка в поле "Use Tags for META keywords", аналогично предыдущему пункту, разрешает добавлять в мета-тег keywords теги данного поста.

Тоже мне кажется лишним, но решать вам. Установленная галочка в поле "Dynamically Generate Keywords for Posts Page" означает, что вам не нужно будет каждый раз при написании поста вводить ключевые

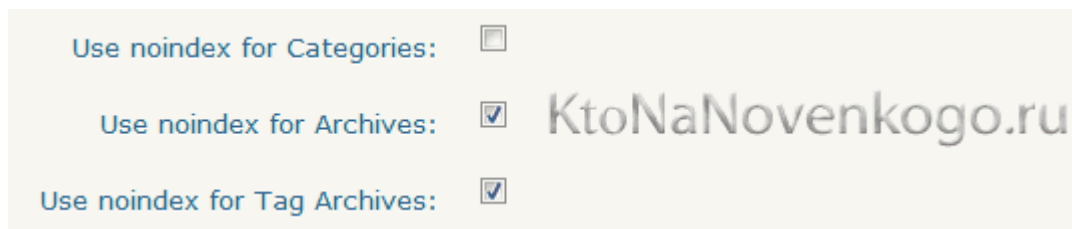
слова, т.к. в это случае содержимое мета-тега `keywords` для постов будет формироваться в WordPress автоматически.

Боремся с дублированием контента в WordPress, запрещая индексацию архивов тегов, категорий или временных архивов в плагине All in One SEO Pack

Поля "Use noindex for Categories", "Use noindex for Archives", "Use noindex for Tag Archives" в настройках плагина All in One SEO Pack - позволяют **бороться с дублированием контента WordPress блога** в индексе поисковых машин. Вы можете запретить индексацию либо категорий WP, либо архивов, либо тегов. Индексация запрещается автоматически, при помощи добавления между тегами HEAD исходного HTML кода [мета-тега ROBOTS](#) следующего содержания:

```
1 <meta name="robots" content="noindex,follow" />
```

Снимать галочки со всех трех пунктов в настройках плагина All in One SEO Pack я бы не советовал, т.к. в результате, в индекс поисковиков может попасть много похожих по содержанию вебстраниц. Лично я пока что разрешил индексацию только категорий в WordPress, а индексацию архивов тегов и временных архивов запретил.



В связи с тем, что я запретил индексацию поисковыми системами архивов *тегов в WordPress*, пришлось убрать со всех страниц WP блога ссылки на вебстраницы этих тегов. В противном случае, статический вес (PageRank) утекать бы безвозвратно на эти не индексируемые поисковиками страницы WP тегов. Обратите на это внимание.

Галочка в поле «**Autogenerate Descriptions**» в настройках плагина All in One SEO Pack активирует автоматическую генерацию мета-тега Description, если вы не задали его вручную, при написании статьи в админке WordPress. Содержимое для этого мета-тега берется из поля «Цитата», если оно было заполнено, или из начальной части текста. Я бы не советовал включать эту опцию в настройках All in One SEO Pack. Лучше создавать каждый раз вручную отдельное описание (Description) для материала при его написании.

Установка галочки в поле "Capitalize Category Titles" в настройках All in One SEO Pack сделает все слова в названии категории WordPress написанными с большой буквы (например, Joomla - Создание Сайтов). Мне вроде это не за чем. Честно говоря, не экспериментировал с полями "Exclude Pages", "Additional Post Headers", "Additional Page Headers", "Additional Home Headers". Судя по всему, в первое поле нужно ввести через запятую вебстраницы, на которые не должно распространяться действие этого WP плагина, а три последующих позволяют что-то добавить в шапку соответствующих страниц Вордпресс блога.

Последняя опция **в настройках All in One SEO Pack** - "Log important events", позволяет включить ведение лога, файл которого будет сохраняться в папку плагина. Все настройки плагина All in One SEO Pack, используемого в WordPress для SEO оптимизации контента, закончились. Не забудьте для их сохранения нажать на кнопку "Update options" внизу окна настроек WP плагина.

Возможность прописать для каждой статьи в WordPress свои значения мета-тегов Title, Description и Keywords, с помощью плагина All in One SEO Pack

Теперь, благодаря плагину All in One SEO Pack, при написании статьи у вас будет возможность, при желании, указать для нее уникальное содержимое мета-тегов "Title", "Description" и "Keywords". Это

можно будет сделать в админке WordPress в соответствующем окне под названием "**All in One SEO Pack**", которое вы можете найти **в окне редактирования материала** (при желании, вы можете его перетащить за верхнюю полосу в любое удобное для вас место в окне редактирования).

All in One SEO Pack

[Click here for Support](#)

Title:

Description:

0 characters. Most search engines use a maximum of 160 characters for the description.

Keywords (comma separated):

Disable on this page/post: ☐

Я обычно заполняю только поле мета-тега "Description", т.к тот тайтл, что генерирует этот WP плагин, меня вполне устраивает.

Вы так же можете ознакомиться с другими материалами связанными с [работой и настройкой блога на WordPress](#), а так же с материалами, посвященными [плагином для блога на WordPress](#).

Часть VIII/18. Внутренняя оптимизация uCoz new

[Автор: dreadful](#)

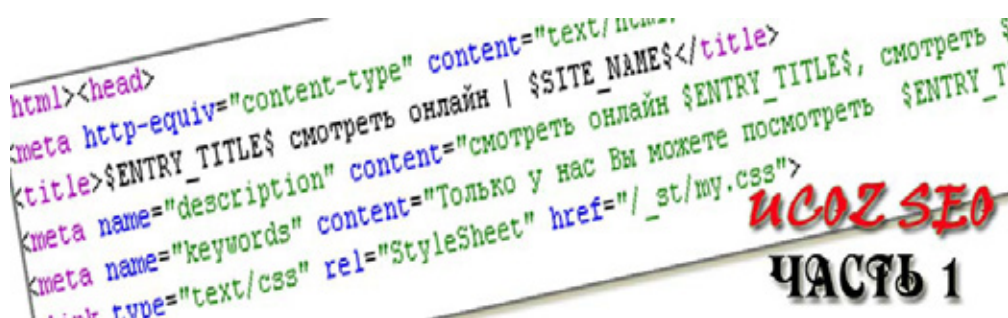
dreadful:

Итак, перед Вами будут раскрыты следующие темы:

Часть 1. TITLE, keywords, description

Часть 2. <h1>...<h6>

.....и так далее до конца



Начнем-с 😊

1. Итак, тайтл - определение и рекомендации по его правильному использованию Вы можете прочитать в [этом разделе](#) нашего замечательного форума или в [учебнике](#)

Заходим в Панель Управления -> Управление дизайном -> Новости. Страница материала и комментариев к нему.

Что сейчас в тайтле - стандартный набор uCoz, состоящий из:

Цитировать

названия материала - названия категории - названия модуля - названия сайта

что-то вроде этого мусорника:

Цитировать

Рэмбо-3 - Зарубежное кино - Новости - Фильмы онлайн, смотреть фильмы онлайн

Что должно быть в тайтле - естественно название нашего материала, которое в системе uCoz обозначается следующим кодом

Код:

\$ENTRY_TITLE\$

с добавлением нужных нам ключевиков + название сайта(по желанию, я лично предпочитаю ставить)

Пример(берем один из тысяч сайтов на ucoz о фильмах онлайн).

Наш материал \$ENTRY_TITLE\$ - "Области тьмы" - есть такой фильм неплохой 😊

Предполагаемые поисковые запросы из вордстата (взял 4 запроса из первых):

- *Области тьмы*

- *Области тьмы онлайн*

- *Области тьмы смотреть*

- *Области тьмы смотреть онлайн*

* лучше брать более длинные запросы (низкочастотные), они как правило менее конкурентные и их легче продвигать именно за счет внутренней оптимизации

Оформляем свой тайтл приблизительно так:

Код:

<title>\$ENTRY_TITLE\$ смотреть онлайн | \$SITE_NAME\$</title>

*\$SITE_NAME\$ - название сайта, задается в "Общих настройках"

Для других материалов список поисковых запросов будет таким же, т.е "название фильма+онлайн+смотреть" - получаем универсальный тайтл для всех материалов модуля\раздела\категории(нужное выберете сами).

*вариантов может быть куча - ноги в руки и вперед на анализ конкурентов

2. Keywords заполняем аналогично, используя переменную \$ENTRY_TITLE\$ и ключевые слова. У меня получилось нечто вроде этого.

Код:
<meta name="keywords"
content="смотреть онлайн \$ENTRY_TITLE\$, смотреть \$ENTRY_TITLE\$, \$ENTRY_TITLE\$">

3. Description - вот тут уже стоит включать фантазию и суметь придумать привлекающий универсальный текст, который потом ПС возьмут в сниппет и он появится в серпе.

Я получил нечто вроде:

Код:
<meta name="keywords" content="Только у нас Вы можете
посмотреть \$ENTRY_TITLE\$ онлайн в отличном качестве и бесплатно">

*данный пример может быть не совсем удачен, я составил его из двух сниппетов разных сайтов 🤔

Также можно и нужно оптимизировать страницы категорий и архива материалов, но об этом уже в других частях..

Часть 2. <h1>...<h6> и некоторые другие хитрости.

Снова продолжаю немного заброшенную мною тему.



Так, заголовки <h1> ... <h6>

Как правило, по умолчанию в системе uCoz на странице материала(модули новости, файлы, блог) заголовков(название) материала никак не выделен, разве что другим шрифтом. Эту досадную оплошность мы и научимся сейчас исправлять, на примере модуля "каталог статей"

1. Идем в ПУ - Управление дизайном - Каталог статей - Страница материала и комментариев к нему. Находим там код \$ENTRY_TITLE\$ и помещаем его в заголовок <h1>.

Настройка самого заголовка - часто в стандартных дизайнах можно настроить с помощью CSS шрифт и размер заголовка. Это можно и нужно делать, потому что по умолчанию заголовки h1 просто выделяются 18-20м жирным шрифтом и черным цветом(как в чистом HTML)

Ищем что-то вроде этого

Код:

```
h1 {font-weight:normal;font-size:16pt;}
```

и меняем под себя. Я воспользовался таким кодом, получив заголовок 10 пт, шрифта Ариал и красного цвета.

Код:

```
<h1 style="font-family: Arial; font-size: 10pt; color: rgb(255, 0, 0);">Заголовок</h1><br>
```

немного длинно, но зато не сильно выделяется на странице.

Что поместить в заголовки х2 х3 и ниже - например название модуля, категории или ваш тайтл в разбавленном виде.

Наиболее частая проблема сайтов на uCoz - в 98% дизайнов названия блоков помещены в заголовки <h3>. Желательно этого избегать - ведь зачем нам нужен заголовок к примеру <h3>Форма входа</h3> или <h3>Статистика</h3>

Теперь к хитростям. Бонус в этой части - оптимизация категорий.

В идеале, если сопоставить страницы сайта и запросы то получим:

Материалы - НЧ

Категории - СЧ

Главная и модули - ВЧ

На uCoz в категориях как правило находится только унылый список ссылок на материалы и ни капли оптимизированного текста(а он нужен). Решается все это просто. Создаем информер в панели управления - инструменты - информеры, неважно для какого модуля. Ставим количество материалов и столбцов равное 1

(нажмите чтобы показать/скрыть)

Название информера:

Информер #11

Присваивайте информерам понятные названия.

Раздел:

Каталог статей ▼

Выберите раздел, для которого хотите создать информер.

Тип данных:

Материалы ▼

Данные, которые необходимо получать для создания информера.

Способ сортировки:

Дата добавления материала А ▼

Определяет порядок вывода материалов.

Количество материалов:

1

Количество выводимых в информере материалов.

Количество колонок:

1 ▼

Количество колонок для вывода материалов.

Затем настраиваем отображение нашего текста

(нажмите чтобы показать/скрыть)



Сохраняем и идем на страницу категории. Там ищем место для вставки информера с текстом и ставим его куда-нибудь. Но! Сталкиваемся с проблемой - наш информер для одной категории отображается для всех категорий. Решается это просто - используем самую на мой взгляд замечательную юкозовскую фишку - переменные `<?if?>....<?endif?>`. Вставляем код

Код:

```
<?if($URI_ID$='puCat1')?> <br>$MYINF_1$<br><?endif?>
```

, где `URI_ID` - это айди категории, смотрим на сайте в панелике сверху "Конструктор - Список переменных страницы", а `MYINF_1` - айди информера.

На выходе получаем не простой список ссылок, а неплохо оптимизированную страницу.

Зачем я использовал информер? для простоты и удобства ориентации в коде, ведь категорий может быть не одна-две а с десяток.

Продолжение этой темы вы можете прочитать на следующих станицах:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/ucouz/vnutrennyaya_optimizaciya_ucouz_chast_1_title_keywords_description/

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/ucouz/vnutrennyaya_optimizaciya_ucouz_chast_2_lth1gt_lth6gt_i_nekotorye_drujie_hit/

Часть VIII/19. SEO в phpBB3

[Автор: vladimir1983](#)

Есть замечательный и бесплатный движок форума phpBB3. На него можно найти практически любой МОД(МОД - модификация вашего форума phpBB, которая добавляет функциональность, изначально отсутствующую в стандартной комплектации phpBB).

Есть такой МОД **phpBB SEO Ultimate SEO URL** для создания ЧПУ на форуме вида ...forum/topic26 ...forum/forum20.html

Это самый мощный по функционалу и гибко настраиваемый из SEO МОДов.

Из минусов, МОД достаточно сложен в установке, конфликтует с некоторыми МОДами а с некоторыми несовместим, после его установки сильно затрудняет дальнейшую модификацию.

У кого есть опыт оптимизации phpBB прошу Вас отписаться тут, как Вы оптимизировали phpBB?

Ну и вопрос к Админу, **Sevab** вы сделали транслитерацию на SMF, возможно ли такое на phpBB?

Очень большая и интересная тема. Советую ее полностью [почитать здесь на форуме](#).

Часть VIII/20. SMF: Удаляем мусорные слова

Автор: Игорь Иванов (Sevab)

Не для кого не секрет что гораздо удобнее **отображение времени на форуме** с функциями «Сегодня» и «Вчера», а также с указанием месяца для более ранних дат. Так легче отслеживать свежесть сообщений.

Но как к таким не ключевым словам относятся поисковые боты? Ведь они засоряют страницу, сбивая поисковики с основной мысли документа. Особенно это относится к главной странице форума. Есть предположение что они их не учитывают. Но это наверняка не известно 🤖.

Предлагаю следующую форму борьбы со словами-паразитами.

Наша задача состоит в том чтобы боты и незарегистрированные пользователи видели время в формате **17-11-2010, 00:46:44**. То есть не было лишних слов паразитов.

А зарегистрированные пользователи должны видеть время в следующем формате:

Цитировать

Сегодня в 02:48

Вчера в 20:29

13 Ноябрь 2010, 23:45:13

Чтобы добиться этого делаем следующее.

1) Панель админа => Характеристики и настройки => Настройки => Формат времени по умолчанию.

Ставим **%d-%m-%Y, %T**

2) Панель админа => Характеристики и настройки => Настройки отображения => Разрешить функцию "Сегодня". Выбираем «Сегодня и Вчера».

3) Открываем файл **/Sources/Subs.php** и заменяем:

Код:

```
// Today and Yesterday?
if ($modSettings['todayMod'] >= 1 && $show_today === true)
{
    // Get the current time.
    $nowtime = forum_time();
```

на:

Код:

```
// Today and Yesterday?
if ($modSettings['todayMod'] >= 1 && $show_today === true &&
(!$_context['user']['is_guest']))
{
    $_user_info['time_format'] = '%d %B %Y, %H:%M:%S';
    // Get the current time.
    $nowtime = forum_time();
```

Все! 😊

Теперь у вас время на форуме будет отображаться также как и на этом. Можете предварительно посмотреть зайдя на этот форум одним браузером как зарегистрированный пользователь, а другим как не зарегистрированным.

Эта фишка поможет избежать замусоривания страниц (особенно главной) форума нужными для удобства, но бесполезными с точки зрения **SEO**, словами.

Что в свою очередь поможет вам подняться по низко и средне частотным запросам.

[Подробнее эту тему можно почитать на форуме...](#)

Часть VIII/21. SEO настройка Joomla - соберем мозги в кучку

Автор: zloberman

Joomla при всей своей простоте и удобстве имеет ряд негативных моментов. Среди них стоит выделить:

- несовместимость ряда компонентов, модулей, плагинов
- никто никогда не проверял на безопасность работы всех компонентов со всеми компонентами
- не тянет нагрузки
- своя логика работы с контентом и его организации на сайте
- **кривобокость с точки зрения seo**

давайте перечислять известные проблемы Joomla с точки зрения seo и приводить способы их решения

проблема 1 - мультиморда

рядовой сайт на Joomla, которого не касался напильник seo оптимизатора, имеет несколько зеркал главной:

site.ru
site.ru/index.php
www.site.ru
www.site.ru/index.php
site.ru/main или site.ru/index.php/main

все это решается 301 редиректом

проблема 1.1 - не работает редирект (у меня почему-то именно с Joomla часто на одном и том же хосте возникают проблемы)

способы решения - хз (частично [mym](#))

проблема 2 - ЧПУ

по умолчанию ссылки формируются на базе компонентов и модулей. отсюда две проблемы:

2.1 нужно устанавливать внешние компоненты для формирования ЧПУ. Минус в том, что данные компоненты работают не на всю систему в целом, а на основное ядро CMS и известные им крупные другие компоненты. В итоге, получается так, что часть сайта у вас с ЧПУ, а часть нет

2.2 часто за счет искусственного формирования ЧПУ возникают проблемы зеркал страниц, когда пункт основного меню-навигации сайта оказывает влияние на формирование ссылки во втором (дополнительном меню). О чем речь - есть навигация (линк1, линк2, линк3) и категории товаров (линк А, линк Б, линк С)

так вот, если вы находитесь на странице пункта навигации линк 1, то все ссылки для категорий товаров будут иметь вид site.ru/link1/linkA site.ru/link1/linkИ итд

Если вы переходите по навигации на страницу линк2, то автоматом генерируются страницы с ссылками: site.ru/link2/linkA site.ru/link2/linkB итд

у меня в практике сайт, по факту аудита которого обнаружено, что из 117 страниц таким образом CMS выгрузила в индекс ПС 2900 страниц. Вот такое вот отзеркаливание.

для создания ЧПУ на сайте существуют различные компоненты, которые устанавливаются и настраиваются под ваши нужды. Из основных частых проблем можно выделить 2 глобальные:

1 данные компоненты создаются таким образом, чтобы обеспечивать ЧПУ для самого ядра Joomla и для наиболее известных компонентов (писал об этом выше). Но по факту часто встречается следующее:

компоненты ЧПУ затачиваются под определенные версии др. компонентов Joomla и после установки и активации мы вдруг обнаруживаем конфликт версий компонентов, и у нас отваливается, скажем, вся галерея.

2 для уже существующего проекта часто установка ЧПУ компонента ведет к тому, что:

- а) далеко не все существующие страницы работают нормально (частично из-за п1.)
- б) все страницы поменяли ссылки, ПС тупо "теряет" ваш прежний сайт и получает его зеркало, но с другими ссылками. Как следствие - снижение позиций в ПС, временные фильтры, мультизеркала итд итп.

отдельно стоит упомянуть о том факте, что далеко не всегда различный функционал (базовый) самой Joomla поддается работе ЧПУ компонентов или настроек. Речь вот о чем: различные ссылки "читать полностью", ссылки на внутренние статьи, компоненты и разделы часто остаются в виде функционального формирования ссылки а-ля

`index.php?option=com_content&view=article&id=1292&Itemid=786` или в лучшем случае `http://site/home/39-pages/86-stroy`, хотя на самом сайте включены настройки ЧПУ

Отдельно стоит упомянуть о том, что ПС понимает ссылку **site.ru/page1** и **site.ru/page1/** как два разных url. При настройках внутреннего ЧПУ в Joomla можно сформировать вариант **site.ru/page1**, но как разрулить ситуацию с дублем - мне не понятно, т.к. описанные в интернете методы (путем редактирования htaccess) у меня так и не заработали.

перейдем к практической части работы с ссылками в Joomla

прежде всего вам стоит решить, стоит ли с этим вообще заморачиваться

вот пример ссылки вполне успешного сайта, который по целевым запросам в топе региональной выдачи `http://www.lfcontact.com.ua/index.php?option=com_adsmanager&page=show_ad&adid=3869&catid=20&Itemid=137`

(сайт взят просто из топ 10, никакого отношения я к нему не имею)

как мы видим, страница в индексе яшки, как и 4378 других страниц. Т.е, нельзя говорить, что технические ссылки ведут к неиндексации страниц

С другой стороны, такая ссылка выглядит вполне себе чудовищно и громоздко (при пересылке юзером юзеру) и при прочих равных проигрывает такой же странице с нормальным ЧПУ

Если вы таки решили заморачиваться с настройками ЧПУ, то вам следует решить:

- 1 вы делаете ЧПУ внутренними средствами Joomla или
- 2 вы устанавливаете специальные seo-компоненты для этих целей.

Рассмотрим пока вариант 1 - **КАК сделать ЧПУ ссылки средствами самой Joomla**

идем в **administrator - общие настройки**

справа мы видим **Установки Search Engine Optimization**

Включить SEO - выставляем - ДА

Использовать mod_rewrite - выставляем ДА

после этого мы должны файл `htaccess.txt` в корне сайта переименовать в `.htaccess` (иначе получите белый экран вместо вашего сайта)

теперь при создании новости мы в поле *Псевдоним* указываем то название для страницы, которое желаем видеть (напоминаю - доступны только англ буквы и цифры, пробелы заменяем знаком тире (-)). В итоге вместо ссылки типа `index.php?option=com_adsmanager&page=show_ad&adid=3869&catid=20&Itemid=137` вы получите ссылку типа `site.ru/nazvanie-kotoroe-vi-napisali-sami`

Если вы указывали и установку *Добавить суффикс к URL* , то вы получите страницу в виде `site.ru/nazvanie-kotoroe-vi-napisali-sami.html`

К минусам этого способа можно отнести:

-все делается руками, нет автоформирования чпу ссылок
-далеко не всегда эта настройка чпу работает корректно для ВСЕХ ссылок, которые формирует ядро Joomla , а уж тем более - дополнительные модули

к плюсам можно отнести:

-простота настроек
-вы формируете названия ссылок сами (человек все-таки иногда лучше робота)

пройдемся еще по тонким настройкам:

очень часто сайты на Joomla имеют следующую настройку:

есть новость , которая состоит из вступительного текста и полного тела статьи. На главной выводится краткая новость (вступление), после чего стоит "*читать полностью*" - ссылка, по которой мы попадаем на полную версию текста.

Посмотрим на это глазами SEO мастеров. На сотни и тысячи внутренних страниц 2-3 уровня ведет ОДИН И ТОТ ЖЕ ПУСТОЙ АНКОР "*читать полностью*" (далее, читать итд)

Как же исправить ситуацию?

Идем в:

administrator - менеджер материалов

справа в углу иконка с ремонтными ключами - **ПАРАМЕТРЫ**

очень часто новички в Joomla вообще не знают о существовании целой группы настроек, которая скрывается за этой иконкой

здесь мы можем полностью настроить весь вывод контента на страницах Joomla сайта , почитайте внимательно подсказки для каждого пункта настроек

для решения нашего вопроса нам нужно:

- 1 Показывать текст заголовка - ставим ДА
- 2 Заголовок как ссылка - ДА
- 3 Ссылка Подробнее... - НЕТ
- 4 вверху справа в окошке настроек не забыть нажать "сохранить"

В итоге получаем следующее: теперь названия статей являются и активными ссылками на полный текст, т.е мы получили вменяемые околоцелевые анкоры на наши внутренние страницы сайта

При помощи этой же пункта настроек можно сделать еще один финт ушами:

часто Joomla используют для небольших сайтов-визиток, где каждый материал - отдельная страница. При этом названия страниц как правило отображаются как H3 заголовки или просто как заголовки.

Если вы хотите сделать H1 заголовок для ваших страниц, делаем следующее:

Идем в:

administrator - менеджер материалов

справа в углу иконка с ремонтными ключами - **ПАРАМЕТРЫ**

Показывать текст заголовка - ставим НЕТ

теперь просто при написании статьи первое предложение мы оформляем как заголовок (через H1 и стилистически

(например:

Код:

```
<h1> Как правильно настроить joomla сайт с точки зрения SEO </h1>
```

)

А ниже уже пишем текст своей статьи

На выходе получаем отдельную страницу с качественным "заголовком"

Учтите, такой вариант подходит именно для создания СТРАНИЦ, когда весь ваш сайт - 3-7 статичных страниц без новостей..

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/joomla/seo_nastroika_joomla_soberem_mozgi_v_kuchku/

Часть VIII/22. Компоненты SEO для Joomla - отзывы и советы

Автор: zloberman

zloberman: ну, народ , навались!

кто что использует, подводные камни, плюсы \ минусы

речь о нуллед \ официально купленная версия не идет - это дело выбора каждого.
больше интересует функционал , качество , надежность.

для заправки

iJoomlaSEO - позволяет работать с мета страниц, удобно выводит их в общий список, чтобы отредактировать все сразу. Редирект и учет исходящих ссылок, отслеживание кол-ва ключевиков и вхождения их в статьи, способы выделения ключевиков при употреблении в тексте (strong , b , не выделять) , отслеживание позиций по ключевикам в гугле

компонент специфический , для узкого применения (имхо)
основной минус - не работает с ЧПУ (или я до этого функционала не докопался)

кто оставит отзывы по **Sh404sef** ?))

armid: В 95% использую стандартный SEO joomla + какие-то плагины, компоненты но более узконаправленные. Для каких-то фотогалерей. Тут тяжело обобщить. Все зависит от сайта.

По производительности он намного превосходит Sh404sef. Опять же Sh404sef - платный. Для меня это огромный минус.

djkjlz777: SEF patch for Joomla 1.5.22 Stable release использую этот плагин
iJoomlaSEO-а он у тебя нормально с русским работает, кроме ключевиков.

zloberman: да вот сейчас его как-раз и ковыряю. чуть позже отпишусь
вопрос по стандартному SEF - собственно, поэтому тему отчасти и создавал. Он (встроенный) формирует же тучу разных ссылок на 1 контент.

В общем, стыдно не не знать , а стыдно не хотеть знать.
Если есть полезные ссылки - нелень написать мануал - буду признателен.

Всегда забивал на красоту ссылок, даже без ЧПУ сайты в топе.
Сейчас вот хочу разобраться, как в joomla делать красивые ссылки)
так, чтобы не было дублей и при этом сервак не положить при 500+ уникалов в день на обычном хосте
ps - говоря о joomla я имею ввиду 1.5.x

Подробнее, эту тему, вы можете почитать на следующей странице:
http://www.seobuilding.ru/seo-forum/joomla/komponenty_dlya_seo_otzyvy_i_sovety/

Глава IX. Послесловие

Вот вы и прочитали нашу книгу.

Напомню что это вторая часть **бесплатного** трехтомника «SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я», которая называется «**Средний уровень**», от **25 ноября 2011** года.

Две другие части, «**Основы**» и «**Продвинутый уровень**», вы можете скачать по ссылке ниже:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

Рекомендую постоянно к ней возвращаться и использовать не только как учебник, но и как справочник (энциклопедию). Здесь очень много информации, которую нельзя сразу запомнить, и к которой нужно постоянно обращаться.

Советую периодически проверять версию книги, так как она будет переиздаваться почти ежемесячно. Последнее издание вы всегда сможете скачать с этой страницы.

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

Еще раз хочу поблагодарить соавторов нашего учебника, и замечательных людей, без которых книга никогда бы не увидела свет. Вот они:

[Сергей Кокшаров \(Devaka\)](#), [Александр Люстик \(MyOST\)](#), [Михаил Шакин \(Globator\)](#), [Богдан Глушак \(Profit Hunter\)](#), [Дмитрий KtoNaNovenkogo](#), [Виктор Карпенко \(SeoProfy\)](#), [Сергей Сосновский](#), [Елена Камская \(Digital Helen\)](#), [Алексей Терехов \(Terehoff\)](#), [Дмитрий Голополов \(Dimok\)](#), [Алексей Скорняков \(seo2z\)](#), [Игорь Иванов \(Sevab\)](#), [Александр \(Hodinar\)](#), [Александр Борисов \(boricov\)](#).

Дизайн обложки книги выполнен [Максимом Гонтовым](#).

Замечу еще раз, что все **зарегистрированные пользователи** нашего сайта получают извещение об обновлении издания книги **в тот же день**.

Поэтому, если вы хотите быть в курсе изменений seo учебника, пожалуйста, **зарегистрируйтесь [на этом форуме](#)**, либо почаще навещайте [эту страницу](#).

Если вы считаете некоторые статьи SEO энциклопедии **устаревшими**, или даже **вредными**, пожалуйста выскажите [свое мнение в этой теме](#).

Если ваше мнение найдет поддержку читателей, **такие статьи будут исключаться** из новых изданий книги, что поможет нам, с одной стороны давать читателям самую актуальную информацию по поисковой оптимизации, а с другой сохранить размер книги в разумных пределах.

Если вы хотите поделиться свежим изданием учебника со своими знакомыми и друзьями, **вы можете оставить ссылку** на основную презентацию книги (где всегда можно скачать самую последнюю версию) как на своих, так и на сторонних ресурсах.

Вот сама ссылка на страницу учебника:

http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/

HTML код ссылки:

```
<a target="_blank" href="http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/" title="Скачать последнее издание учебника SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я">Учебник "SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я"</a>
```

Ссылка на учебник для форумов:

[url=http://www.seobuilding.ru/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/]Учебник SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я[/url]

Авторы книги будут вам очень благодарны как за саму ссылку, так и за возможность прямого контакта с вашими друзьями, что безусловно поможет дальнейшему развитию и распространению учебника.

До скорых встреч на страницах SEO учебника!

[Иванов И.И.](#)