

Результативное
seo-продвижение.

Советы профи

Эффективное SEO-продвижение

Советы профессионалов

Введение

Зачем Вам читать эту книгу?

Прежде всего, Вам стоит дать ответ на вопрос: позволяют ли Ваши знания и навыки осуществлять SEO-продвижение сайта так, чтобы был должный эффект? Здесь есть два варианта:

1. Вы считаете себя профессионалом,
2. Вам далеко до совершенства, но вы хотите добиться успеха в SEO.

Если Вы выбрали первый вариант, тогда у Вас есть уникальная возможность усовершенствовать Ваши навыки и ознакомиться с мнением опытных SEO-специалистов. Если же Вы считаете, что Вам есть куда стремиться, то из этой книги Вы сможете почерпнуть немало полезной информации, а практические советы профессионалов помогут Вам стать настоящим гуру в сфере SEO.

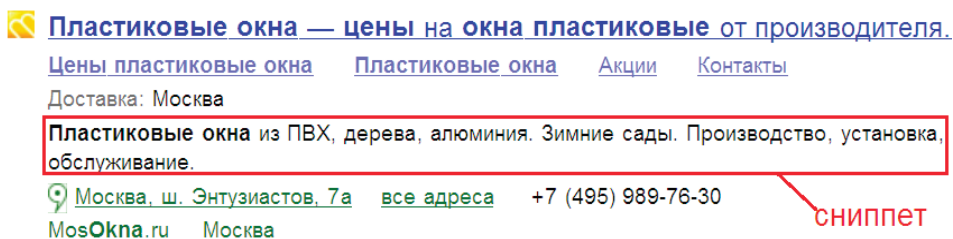
В данной книге подробно описаны всевозможные темы по SEO-тематике от экспертов и специалистов. По прочтении книги Вы будете знать:

- Как поступить в ситуации, когда ресурс оказывается под фильтром системы поиска,
- Что делать, чтобы позиция Вашего сайта не снизилась по причине внедрения новых алгоритмов систем поиска,
- Что необходимо делать для увеличения результативности сайта,
- Сможете разрабатывать собственный план эффективного продвижения ресурса и много полезной информации.

1. Как повысить объем трафика вдвое: оптимизация сниппетов

Впервые пользователи знакомятся с каким-либо ресурсом в интернете прежде, чем они перейдут на него по ссылке. Это происходит на странице, которая выдает результаты поискового запроса. Когда пользователь ищет необходимый товар или услугу на Яндексе, прежде всего, им на глаза попадается сниппет Вашего сайта и, помимо этого, 9 конкурирующих сайтов (отображаются на первой странице с результатами).

Сниппет (англ.) означает отрывок, фрагмент из текста, представляющий описание Вашей компании на странице результатов. В нем, как правило, содержатся ключевые фразы, соответствующие запросу пользователя.




Только продающий сниппет позволяет значительно повысить уровень посещаемости сайта.

Продающие сниппеты

Для начала, стоит рассмотреть сниппет, блок с рекламной информацией. Грамотно составленная реклама информирует о полезных характеристиках и достоинствах услуги или товара. Такая реклама способна привлечь внимание и побуждает к покупке. Плохая реклама имеет противоположный эффект - не предоставляет актуальную информацию и отпугивает потенциального клиента.

Рассмотрим примеры эффективных и бессмысленных сниппетов:

1. Сниппет, благоприятствующий продажам:

[Межкомнатные двери](#) из Италии - "[www.site.ru](#)" Элитные итальянские [двери...](#)
Оптовая и розничная продажа **межкомнатных дверей** и аксессуаров к ним. Услуги по установке. Иллюстрированный каталог продукции. Интернет-магазин. Адреса магазинов и региональных дилеров.
 [Москва, Ленинский просп.](#) [все адреса](#)
[www.site.ru](#) Москва [копия](#) [ещё](#)

2. Сниппет, который не несет полезной информации:

[www.site.ru/пластиковые окна / двери, шкафы купе, жалюзи...](#)
Также **межкомнатные двери** по числу полотен делятся на однопольные, двухпольные и полуторные (если у **межкомнатной двери** два полотна разных ширин).
[www.site.ru > dveri.html](#) Москва [копия](#) [ещё](#)

Эти два сниппета содержат часть информации с сайта, но есть различия. В первом представлены описания товара и сопутствующие услуги, а второй сниппет выглядит, как повествование. Все дело в том, что системы поиска создают сниппеты с учетом контекста страницы сайта. Специалисты предлагают специальные методы, позволяющие оптимизировать необходимый текст для продающего сниппета в разных поисковых системах:

Яндекс

- Важно, чтобы ключевая фраза, по которой виден сниппет, присутствовала в тексте в точной форме и полностью;
- Лучше всего, если текст для сниппета располагается в самом верху страницы. Здесь также необходимо, чтобы в последующем тексте на странице не была прописана ключевая фраза в точности;
- Количество символов в сниппете должно быть не более 250, а также должно быть отличие от названия текста.

Google


Стоит отметить, что эта система поиска менее требовательна к тексту для сниппета. Нужно только заполнить тег "описание". Если его содержимое соответствует тексту на странице, система автоматически выдаст текст этого тега.

Контактная информация

Очень важно, чтобы в сниппете были Ваши контактные данные. Это объясняется тем, что у потенциального клиента после ознакомления с предложенным товаром или услугой может появиться желание приобрести или воспользоваться ими. В этот момент для клиента важно быстрее получить Ваши контакты. Если Вы хотите, чтобы система Яндекс всегда показывала контактные данные Вашей фирмы в сниппетах, необходимо передать контакты в систему с помощью Справочника. В качестве ответа ПС Яндекс будет выдавать такой сниппет:

"www.site.ru" оборудование для автосервиса

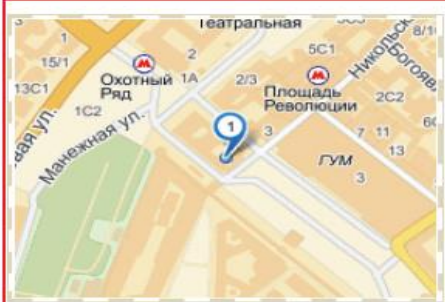
Продажа шиномонтажного, балансировочного, диагностического **оборудования**, стенов сход-развал, станков, пр. Готовые решения. Информация о скидках.

 [Москва, ул. Гостиничная, 4, корп.9](#) +7 (495) 647-14-00

www.site.ru Москва [копия](#) [ещё](#)

Также возможен более расширенный вариант:

Государственный Исторический музей
Иллюстрированный отчет археологических экспедиций.
www.site.ru > archeology.html Москва



пл. Красная, 1
+7 (495) 692-37-31
+7 (495) 692-40-19 — администратор

пн 10:00–18:00
чт 11:00–20:00
пт-вс 10:00–18:00

Ближайшее [метро](#)

- [Площадь Революции](#)
- [Охотный Ряд](#)
- [Театральная](#)

Проезд на [машине](#), [транспортом](#)

В любом случае, стоит лишь подсказать системе поиска Вашу контактную информацию, и можно быть уверенным, что она будет полностью показана в сниппете.

Быстрые ссылки

Нередко бывают введены запросы, не имеющие однозначного ответа. Примером такого запроса может быть "квартиры в Москве". Понятно, что посетителя интересует жилье, но не ясно, какое количество комнат ему необходимо. Для оптимизации поиска система покажет самые вероятные из всех вариантов прямо в сниппете. Такие ответы представлены в виде быстрых ссылок, что позволяет пользователю сразу попасть на тот сайт, где есть наиболее точная информация по этому неоднозначному вопросу.

[Квартиры в Москве - покупка, продажа квартир в Москве](#)

[2-комнатные](#) [Другие районы](#) [1-комнатные](#) [3-комнатные и более](#)

Рост цен на вторичные **квартиры в Москве** снижается, новостройки также складывают скорее благоприятную для покупки ситуацию.

[Москва, Ленинский просп.](#)

www.site.ru Москва

Системы поиска самостоятельно создают такие типы ссылок, как быстрые. Главным требованием при этом является четкость структуры внутренней части сайта. Бесплатно проверить структуру таких ссылок можно при помощи системы ROOKIE. Необходимо лишь прописать url сайта:

Анализ сайта

Рекламная кампания:

Заказать анализ

Далее следует произвести проверку ссылок внутри сайта

Проверка внутренних ссылок

Абсолютные ссылки: **есть**

Относительные ссылки: **есть**

Динамические ссылки: **нет**

Ссылки с идентификатором сессии: **нет**

Затем стоит удостовериться, что организация ссылок приближена к относительному или абсолютному виду. Поясним, что это значит:

Абсолютная ссылка - содержит полный url адрес страницы, на которую она указывает: `текст ссылки`. Этот тип применяется для тех документов, которые расположены на другом сайте.

Относительная ссылка - указывает на каталог или документ, которые расположены на том же сайте. Для таких ссылок не обязательно прописывать полное имя сайта: `текст ссылки`.

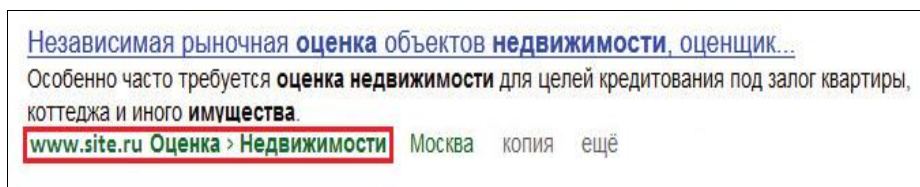
Из этого примера можно сделать вывод о неоднородности ссылочной массы. Так, внутренние ссылки могут иметь не только абсолютный, но и относительный путь. Кроме того, стоит произвести проверку сайта на присутствие таких ссылок, как динамические. Будет идеально, если результат покажет, что они отсутствуют.

Динамическая ссылка имеет постоянно изменяющееся значение. Обычно, такие ссылки ведут к страницам сервера. При попытке загрузить ее по этой ссылке, система поиска не увидит страницу.

Вся информация по установке в Yandex быстрых ссылок содержится во вкладке "Помощь" этой системы.

Навигационная цепочка

Должным образом составленная цепочка позволяет указать содержимое ресурса в порядке значимости. Если разбираться в устройстве сайта, можно без труда осуществлять перемещение по нему.



Стоит знать, что формирование навигационной цепочки происходит автоматически. Чтобы цепочка должным образом отображалась на сайте, стоит использовать легко узнаваемые адреса (ЧПУ) для страниц.

Расширенные сниппеты для систем Google и Yandex

Для различных направлений бизнеса есть свои характерные особенности, выделяющие их от остальных. Также компании могут предоставлять всевозможные услуги в одном секторе деятельности.

Расширенный сниппет позволяет увидеть все услуги, которые предоставляет фирма.

Рассмотрим автосервис для наглядности:

Автосервис Треал-Авто. Техническое обслуживание и ремонт...

марка: все, отечественные; виды работ: кузовной ремонт, ремонт двигателя, мойка

Перед клиентом **автосервиса** Треал-Авто такой вопрос не стоит. ... В широчайший спектр услуг **автосервиса** Треал-Авто входит

📍 Москва, ул. Толбухина, 13, корп.3 +7 (495) 648-53-26

www.site.ru Москва

Отсюда понятно, что сервис Треал-Авто работает с автомобилями всех марок, включая наши, ремонтирует кузова, двигатели. В наличии имеется автомойка.

Для туристического сайта будет такой сниппет:

Гостиница Измайлово Альфа - Официальный сайт гостиницы Москвы

[Номера](#) [Контакты](#) [Спецпредложения](#) [Бронирование](#) [Фотогалерея](#)

★★★★ 1 000 номеров; ресторан; интернет; минибар

Отель «Измайлово Альфа», одна из самых известных **гостиниц** Москвы, предлагает комфортабельное размещение в столице России.

📍 Москва, Измайловское ш., 71, корп.А [все адреса](#) +7 (495) 721-33-22

www.site.ru Москва [копия](#) [ещё](#)

Естественно, что посетителя сайта заинтересует количество звезд этой гостиницы, сколько в ней номеров, и какие услуги предоставляются клиентам. С помощью Яндекса можно легко увидеть такую информацию.

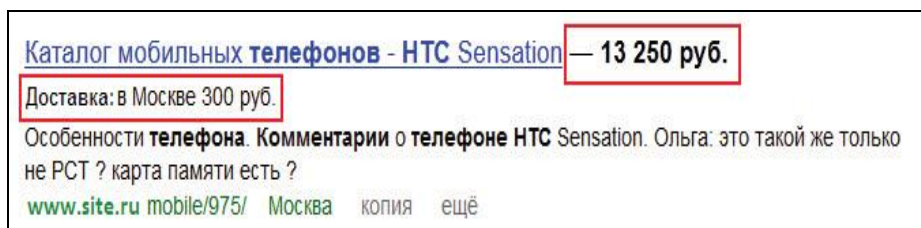
Алгоритм создания расширенного сниппета:

- зайти в ПС Яндекс;
- добавить сайт и подтвердить все права на него;
- перейти к месторасположению организации;

- скорректировать имеющуюся или прописать другую фирму;
- выбрать соответствующую рубрику;
- подобрать подходящие описания услуг;
- сохранить корректировки.

Отгрузка файла YML

Важные данные можно передать системе поиска напрямую. Этот процесс называется отгрузка файла YML посредством Вебмастера Яндекс. В этом файле могут содержаться данные о стоимости товара, способах оплаты и доставки, прочее. Пример:



The image shows a search result snippet for a mobile phone. The title is "Каталог мобильных телефонов - HTC Sensation" followed by a price "— 13 250 руб.". Below the title, there is a delivery note: "Доставка: в Москве 300 руб.". The main text of the snippet reads: "Особенности телефона. Комментарии о телефоне HTC Sensation. Ольга: это такой же только не PCT ? карта памяти есть ?". At the bottom, there is a URL "www.site.ru mobile/975/" and the word "Москва" followed by "копия" and "ещё".

Если Вы - владелец магазина, специалисты советуют передавать Яндексу данные о предлагаемых товарах. Такой сниппет получит наибольшее количество кликов, благодаря наличию стоимости товаров и способов доставки. Ведь именно эта информация побуждает пользователя совершить покупку.

Расширяющий HTML-код для сниппетов в ПС Google

HTML-код представляет собой микроразметку, которая работает по определенному трафарету (Schema.org). Другими словами - это теги заданной величины, и при попадании составляющей сайта в этот тег, она получит значение тега. Если на ресурсе имеется описание товара, система поиска поймет его как обыкновенный текст. Но, при оформлении его тегом, данные будут присутствовать в сниппете:


iPhone 5 Review - CNET Reviews
www.site.ru/iphone-5/ - Перевести эту страницу
★★★★★ Автор рецензии: Scott Stein
5 days ago - ... new **iPhone 5**. Read his full editorial **iPhone 5 review** and rating on CNET. ... Plus, its **top-to-bottom redesign** is sharp, slim, and feather-light. >>>
 Автор: Scott Stein

Существует большое количество подобных разметок для:

- пользователей;
- отзывов;
- услуг;
- товаров;
- событий;
- фильмов;
- рецептов.

Благодаря применению этих микроформатов, повышается количество кликов по сниппету, что ведет к увеличению числа гостей сайта.

Данные из Google

Пластиковые окна цены в Москве, стоимость окон ПВХ
www.site.ru/ceny-na.../plastikovye-okna-tseny/
 автор: Tatyana Bikmukhametova >>>
Установка **пластиковых окон** по ценам производителя! У нас Вы можете заказать **пластиковые окна ПВХ** стоимость на которые Вас всегда приятно ...

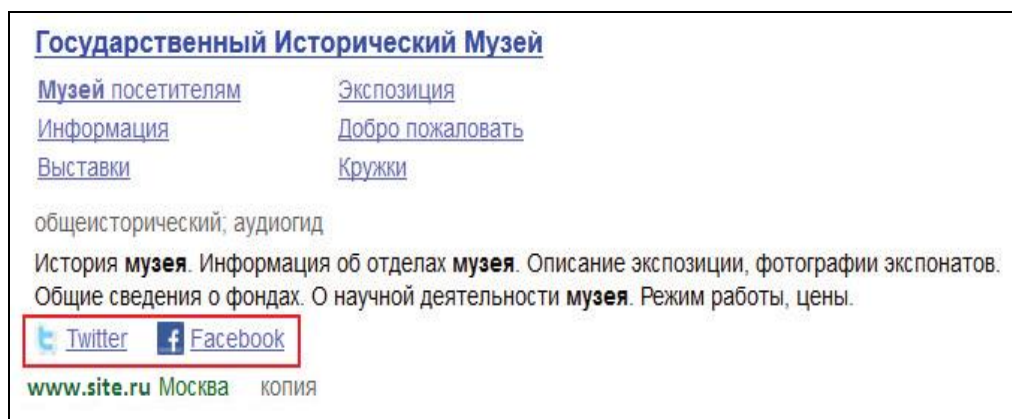
Этот сниппет получается путем соединения почтового ящика сайта с учетной записью в Google+. Для этого необходимо зайти в общественную сеть и ввести контактный почтовый адрес сайта. Важно, чтобы почтовый ящик имел соответствующий вид: petrov@mysite.ru.

Плюсы привязки к Google+:

- Повышение кликабельности: наличие фотографии делает сниппет более заметным,
- установление авторских прав: защита от несанкционированного использования данных.

Привязка к группам в социальных сетях

Если Ваша фирма представлена в социальных сетях, я и компания Progressive-seo рекомендуем сделать ссылку на эти группы. Они способны привлечь большую аудиторию, а в Яндексе Вы сможете найти инструкцию по установке социальных кнопок.



Государственный Исторический Музей

[Музей посетителям](#) [Экспозиция](#)
[Информация](#) [Добро пожаловать](#)
[Выставки](#) [Кружки](#)

общей исторический; аудиогид
История **музея**. Информация об отделах **музея**. Описание экспозиции, фотографии экспонатов. Общие сведения о фондах. О научной деятельности **музея**. Режим работы, цены.

[Twitter](#) [Facebook](#)

www.site.ru Москва копия

Стоит сказать, такие ссылки будут отображаться только при просмотре главной страницы.

Применение специального значка

Фавикон (произошло от FAVourite ICON) представляет собой миниизображение страницы или сайта.

W [Социальная сеть](#) — Википедия

[Развитие](#) [Крупнейшие сети](#) [Подвиды](#) [Реклама](#) [Опасности](#)

Социальная сеть (от англ. **social** networking service) — платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации **социальных** взаимоотношений.

<ru.wikipedia.org> > [Социальная сеть](#) [копия](#) [ещё](#)

Я и компания Progressive-seo подчеркиваем необходимость применения фавикона по нескольким причинам:

- повышение узнаваемости компании;
- увеличение количества кликов по сниппету;
- делает сайт запоминающимся;
- виден в закладках интернет-браузера.

Сниппет для новостей

Регулярное наполнение сайта полезной информацией и публикация новостей приведет к тому, что Ваш сайт попадет на первые позиции выдачи:

Пластиковые окна

22 апреля 2012 дак в **окнах** века 45! загнули, ну я маме и про модерн сказала, вы не представляйте....**окна** модерн за 31 поставили и вроде как еще 2 москитные сетки подарили...**вчера** пришла поглядеть на качество...дак вот...никаких проблем, никакого

Я и специалисты компании Progressive-seo советуем наполнять сайты информационными материалами, что позволит улучшить их ранжирование в системе поиска. Важно, чтобы для каждого блока присутствовала дата публикации данных.

Верхний регистр доменного имени в ПС Yandex

Возможности Яндекса разрешают вписывать доменное имя сайта в верхний регистр, что не оказывает влияния на количество кликов, а также значительно облегчает прочтение сложных имен, которые

состоят более чем из одного слова. Прописать корректное доменное имя сайта позволяет и Вебмастер Yandex.

[...двигателей. Диагностическое оборудование для автосервиса. Запчасти...](#)
Продажа запчастей для европейских, японских, корейских, американских и российских автомобилей. Продажа **оборудования для автосервисов**. Обучение специалистов **автосервисов**.
📍 Москва. Олимпийский просп., 16. стр. 1 +7 (495) 688-67-66
AutoEuro.ru Москва

При вписывании домена стоит учесть некоторые ограничения.

Представленная информация раздела позволяет говорить о том, что есть обобщенные рекомендации по увеличению количества кликов по сниппету (фавикон, ссылки на учетные записи, быстрые ссылки и код HTML) и эффективные способы наполнения сниппетов (достоинства фирмы, контакты, новости компании, стоимость услуг). Сегодня мало, кто тратит время на оптимизацию сниппетов, несмотря на то, что это отличный шанс победить в конкурентной борьбе за рейтинг ресурса.

В заключение стоит сказать о главных достоинствах оптимизации сниппетов:

- повышение количества кликов и объема трафика ресурса вдвое или больше,
- улучшение рейтинга ресурса на странице выдачи путем преобразования поведенческих факторов.

Кроме того, такие способы оптимизации увеличивают конверсию сайта. Естественно, что посетителю значительно легче ориентироваться по сайту, когда он получает исчерпывающую информацию из сниппета. В таком случае, пользователь будет уверен, что все необходимое есть как раз на Вашем ресурсе. Я и компания Progressive-seo настоятельно рекомендуем работать над улучшением сайта и оптимизировать сниппеты, что позволит очень скоро увидеть положительный результат.

2. Перелинковка страниц внутри сайта

Среди специалистов нет однозначного мнения о достоинствах и недостатках перелинковки страниц сайта. Но, я и компания Progressive-seo уверены, если перелинковка сделана должным образом, это позволит оптимизировать сайт.

Перелинковку стоит понимать, как объединение страниц одного сайта с помощью ссылок. Более подробная информация об этом представлена в Энциклопедии по SEO-продвижению.

Перелинковка сайта предоставляет следующие возможности:

- быстрая индексация сайтов;
- свободный переход по соответствующим страницам на сайте;
- грамотное распределение статического значения сайта;
- возможность показать системе поиска соответствующие страницы с главными ключевыми фразами.

Необходимость перелинковки возникает в тех ситуациях, когда Вы использовали все возможные методы оптимизации (соответствующие тексты, грамотно расставили ссылки и проч.), а позиция сайта не изменилась.




В первую очередь, стоит подобрать правильную схему для запросов различной частоты (низко-, средне- и высокочастотные). Рассмотрим наиболее практичные и несложные схемы:

Работа над ошибками

Большинство неопытных оптимизаторов при перелинковке не обращают внимания на то, чтобы статическое значение между страницами было оптимальным. Не менее важным является и ранг страницы. Этот способ, конечно, приносит результат, но он оставляет желать лучшего. Мои советы и профессионалов компании Progressive-

seo по грамотной перелинковке есть в сервисе ROOKEE. Зарегистрированные пользователи сервиса могут ими воспользоваться. Для этого есть специальная зона "Управление рекламной кампанией".

Добавление нового запроса отображается специальным значком:

ТОП	ПОЗ	Запрос	Целевая страница	Бюджет	Трафик	CPC
3	101	естественное продвижение сайтов	 /showthread.php?p=7812	30	57	0,53
3	39	образец договора на продвижение сайта	 /showthread.php?p=1156	10	0	н/д
1	101	продвижение молодого сайта	 /showthread.php?p=101	30	39	0,77

Нажатие на этот значок запускает анализ страницы, по завершении которого система предлагает советы по перелинковке.

Технический анализ страницы

- Общая информация
- Проверка индексации страницы
- Проверка ссылок
- Помехи при продвижении

Текстовый анализ страницы

- Анализ конкурентов
- Естественность
- Уникальность
- Конверсия

Рекомендации по перелинковке new

Ниже приведен список страниц, ссылки с которых помогут для продвижения целевой страницы по выбранному запросу. Рекомендуем разместить на указанных страницах ссылки, содержащие текст запроса.

<http://www.site.ru/analytics/seo-almanah-2010-povedencheskie-factoryi-ranjirovaniya/>

<http://www.site.ru/reviews/povedencheskie-factoryi-vliyanie-nakrutki/>

Перечень страниц, которые необходимы для перелинковки, система поиска составляет самостоятельно, что позволяет считать такой способ самым результативным.

Виды перелинковки

Существует несколько видов перелинковки сайта, причем профессионалы рекомендуют применять их одновременно. Для этого необходимо применять следующие ссылки:

1. Контекстные - ссылки, которые расположены в тексте. Когда Вы добавляете на сайт новые страницы, стоит прикрепить пару ссылок на самые важные из них.
2. Навигационные - позволяют облегчить поиск нужной информации и быстрее сориентироваться в тексте страницы. Википедия является примером такой ссылки. Все статьи имеют содержание, что упрощает поиск материала.

Содержание <small>[убрать]</small>	
1	В чем отличие SMO от SEO
2	Принципы оптимизации (SMO)
3	Нетрадиционные виды SMO
4	Критерии сайта на продвижение в социальных медиа и блогосфере
5	Принципы продвижения (SMM)
6	Причины неудач продвижения сайтов в сообществах
7	Отличие social media marketing от спама и как не попасть в разряд спамеров
8	Литература
9	Ссылки
10	См. также

3. Сквозные - представляют специальные блоки, ссылки из которых встречаются на всех страницах. Ярким примером таких ссылок служит меню. Важно, чтобы анкор ссылки включал наиболее значимые ключи. Эти ссылки наиболее важные для системы поиска.

4. Полезные - предназначены для посетителей сайта. Они расположены ниже основного текста и способны улучшить позицию сайта.

Подготовка к перелинковке

Каждый оптимизатор всегда стремится одновременно повысить релевантность ресурса, грамотно распределить и увеличить его вес. Для этого необходимо:

1. Удалить с сайта прежнюю перелинковку, что позволит избежать путаницы. Затем следует проверить правильность оформления ссылок внутри сайта.
2. Выявить страницы, вес которых стоит повысить, а также определить для них ключи.
3. Произвести оптимизацию тегов, текста и изображений для продвигаемой страницы (более детальная информация по этому вопросу содержится в книге "Анализ SEO-ошибок: повышение эффективности сайта").

Если все вышеперечисленные пункты выполнены, можно приступить непосредственно к перелинковке.

При ее выполнении стоит помнить несколько важных моментов:

- разные анкеры ссылок;
- применение всех видов перелинковки, чтобы сайт выглядел более естественно;
- на каждой странице должно быть не больше одной ссылки, указывающей на страницу, которую Вы продвигаете;
- требования к анкору: краткость, ясность, соответствие смыслу текста. Ключ, который прописан в анкоре, не должен повторяться в тексте. Для повышения релевантности страницы можно просто прописать анкор в ее названии;

- ссылки должны быть информативными и тематическими;
- должны присутствовать навигационные ссылки.

4. После выполнения перелинковки распределение ссылочной массы по сайту будет длиться до 2 месяцев.

5. По завершении этого срока на продвигаемых страницах будет скорректирована плотность ключей. На этом этапе стоит произвести коррекцию текста.

После выполнения всех пунктов Вам останется дождаться, пока все правки будут проиндексированы.

3. Основы формирования семантического ядра ресурса: как подобрать результативный запрос

Семантическое ядро представляет совокупность ключевых фраз в прямой и косвенной форме, сочетаний слов, лучшим образом описывающих предлагаемый товар или тип деятельности, представленные на сайте. От того, насколько грамотно будет создан семантический блок, зависит эффективность продвижения ресурса.

Семантическое ядро можно создать в автоматическом или ручном режиме. Обсудим каждый способ более детально:

Автоматическое формирование семантического блока

Генерация семантического ядра таким способом осуществляется посредством специальных сервисов (ROOKEE) или программ для автоматического продвижения. В сервисе ROOKEE можно создать семантическое ядро, выполнив следующие действия:

1. Войти в учетную запись и прописать url в строке адреса ресурса.



The image shows a light blue rectangular area containing a white text input field on the left with the placeholder text "Адрес сайта" and a light blue button on the right with the text "Создать автоматически" and a small downward-pointing triangle icon.

2. Кликнуть на автоматическое создание ядра, после чего Вы увидите страницы для выбора темы, системы поиска и региона для продвижения:

Город

Тематика

Интернет

[Изменить](#)

Далее

Все разделы для таких страниц будут образованы в автоматическом режиме, Вам останется только откорректировать их в соответствии с Вашими требованиями.

3. Перейти к созданию семантического ядра, кликнув по кнопке "Далее". Ядро сайта будет составлено с учетом содержимого ресурса и по результатам поиска по огромной базе, как с прямыми вхождениями ключей, так и с их морфологическими формами. Сервисы ROOKEE способны представить ожидаемые затраты по продвижению для конкретной ключевой фразы и возможный объем трафика, который будет на Вашем сайте. Для этого у системы поиска есть свой метод.

Очень важно, чтобы на странице были необходимые функции, позволяющие выбрать определенные запросы или прописать их самостоятельно, если понадобится.

<input type="checkbox"/> Запрос	Посещения	Бюджет	Цена посещения
1 <input type="checkbox"/> яндекс дизайн	12	100	8.33
2 <input type="checkbox"/> поисковик яндекс	35	139	3.97
3 <input type="checkbox"/> поисковая система	29	308	10.62
4 <input type="checkbox"/> поиск яндекс	44	288	6.55
5 <input type="checkbox"/> поисковые системы	3379	10216	3.02
6 <input type="checkbox"/> яндекс.ру поисковая	131	100	0.76
7 <input type="checkbox"/> дизайн-студия	498	100	0.20
8 <input type="checkbox"/> rambler.ru	2080	927	0.45
9 <input type="checkbox"/> yndeks	606	100	0.17
10 <input type="checkbox"/> главная страница	1686	100	0.06
48 запросов			

Понятно, что такой метод генерации семантического блока позволяет создать его максимально оперативно.

Формирование семантического блока ручным способом

Этот алгоритм представляет собой сложный анализ признаков и факторов, которые дают возможность оценить степень рентабельности ключевых фраз. Рассмотрим его подробнее:

1. Не стоит обращать внимание на частоту запросов - этот показатель не влияет на конкурентоспособность ресурса. Выводы о рейтинге сайта можно сделать лишь, проанализировав результаты выдачи по определенному запросу.

2. Необходимо исследовать все сферы функционирования фирмы, а не содержание контента, который есть на сайте. Чаще всего, подробная информация о сфере деятельности компании не представлена на сайте, что грозит упущением важных данных для правильного формирования семантического ядра ресурса.

3. Стоит сформировать перечень ключей, которые необходимы для успешного продвижения. Как правило, это и будут запросы с высокой частотой. В качестве наглядного примера, рассмотрим организацию по продаже сантехники.

Шаровые краны и клапаны

О компании | Продукция | Дилеры | Об оплате | О доставке | Контакты | Статьи

+7 (485) 504-27-52
+7 (485) 941-90-25
+7 (485) 941-90-31
+7 (485) 941-90-32
[заказать звонок](#)

sales@mostm.ru
info@mostm.ru

пн-пт с 8:30 до 17:00

[Схема проезда](#)

Мособлсантехмонтаж: шаровые краны, радиаторы отопления, смесители и другая сантехническая продукция

Каталог

- Радиаторы и аксессуары**
 - Радиаторы алюминевые
 - Радиаторы биметаллические
 - Аксессуары для радиаторов
- Краны шаровые**
 - Краны шаровые вода СТП
 - Краны шаровые вода СТП
 - Краны шаровые МАСТЕР
- Смесители**
 - Одноручковые смесители
 - Смесители для раковины
 - Двухручковые смесители
 - Смесители для кухни

Каталог

Найти

*Краны шаровые

Для данного случая ядро будет состоять из следующих запросов: смесители для ванной, радиаторы отопления, шаровые краны и другие.

4. Далее нужно определить сферу деятельности организации: работа с физическими (B2C) или юридическими (B2B) лицами, что позволяет определить низкочастотные запросы для результативного продвижения.

1) Если компания работает с организациями и предприятиями, ее интерес будет в оптовых поставках. Следовательно, слова "опт", "оптом" и названия ведущих производителей стоит добавить к ключам. Специалисты не рекомендуют дополнять ключи фразами для отдельных лиц и объясняют бессмысленность такого добавления:

- такой пользователь не является целевым и не оформит заказ;
- чаще всего, такие гости быстро уходят с сайта, что отрицательно скажется на позициях в результатах выдачи.

2) Когда фирма работает с частными лицами, такие слова, как "стоимость", "купить", "цена", "заказать" уместно добавлять к ключевым фразам. Кроме того, стоит дополнять запросы, в которых указано название региона продвижения: "краны в Москве", "сантехника Подольск". Также необходимо дополнить шлейф запросов теми фразами, которые побуждают сделать покупку или воспользоваться услугой: "доставка в регионы", "заказать" и прочие.

5. Затем стоит воспользоваться сервисом Вордстат, с помощью которого можно определить запросы пользователей с высокой частотой. После ознакомления с ними, шлейф можно дополнить следующими:

- радиаторы отопления алюминиевые;
- фланцевые шаровые краны;
- смесители в ванную стальные.

При вписывании новых запросов из Вордстат, стоит определить, насколько они соответствуют фирме. Профессионалы рекомендуют добавлять только грамотно написанные запросы и избегать ошибочных, вроде "стелажи". Конечно, система поиска исправит ошибку, но тогда Вы будете продвигать ресурс по высокочастотному запросу.

В результате мы получили семантическое ядро, состоящее из дюжины запросов:

- краны шаровые вода цена;
- радиаторы биметаллические;
- смесители для кухни;
- фланцевые краны вода;

- купить шаровые краны вода;
- смесители с душем в ванную;
- радиаторы алюминиевые;
- смесители для ванной с душем купить;
- смесители для кухни в Москве;
- сантехника Подольск;
- радиаторы купить;
- смесители для раковины.

Далее стоит произвести сортировку запросов и удалить те, которые будут затягивать процесс продвижения ресурса.


Удаляем неэффективные запросы

Чтобы избавиться от некачественных запросов, необходимо:

1. Ознакомиться с элементарными характеристиками ресурса:

- Возраст сайта можно узнать с помощью сервиса ROOKEE:

Технический анализ сайта

 Регистрационная информация






Возраст домена: **5 лет**

Дата продления домена: **27.03.2013**

Полную регистрационную информацию по домену можно посмотреть [здесь](#)

- Количество индексированных страниц можно узнать, прописав в поиске: `www.url_сайта.ru*` или `url_сайта.ru*`.
- Тематический индекс цитирования (ТИЦ) - чтобы узнать ТИЦ, наберите в поиске: `http://yasa.yandex.ru/yasa/cy/ch/url_сайта/`.
- Авторитетность страницы (PR) можно узнать с помощью проверки на сервисе ROOKEE.

Основные показатели сайта

<p>Проект</p> <p>http://delice-studio.ru</p> <p>Регион по Яндекс.Каталогу</p> <p>Москва</p>	<p>Тематика</p> <p>Прически, салоны красоты</p> <p></p>	<p>Основные показатели</p> <p>PR: 2 ТИЦ: 50 RR: 20</p> <p>Страниц в индексе</p> <p> 142  149</p>	<p>Каталоги</p> <p> Яндекс</p> <p> DMOZ</p>
--	---	---	---

Если Вам не известна точная копия ресурса, специалисты советуют вписывать домен без www и с www. Эти показатели также можно посмотреть в панелях инструментов для браузера: <http://www.recipdonor.com/bar>.

2. Проанализировать Ваш сайт и те ресурсы, которые занимают высокие позиции в выдаче.

Если они окажутся похожими, тогда запрос следует применять для продвижения. Допустим, на первом этапе такие запросы, как: "радиаторы алюминиевые", "смесители для ванной с душем купить" и "фланцевые краны вода" не подходят. В таком случае семантическое ядро будет состоять из следующих ключей:

- краны шаровые вода цена;
- радиаторы биметаллические;
- смесители для кухни;
- купить шаровые краны вода;
- смесители с душем в ванную;
- смесители для кухни в Москве;
- сантехника Подольск;
- радиаторы купить;
- смесители для раковины.

Ясно, что при оформлении семантического ядра стоит принимать во внимание еще многие признаки: географически зависимые и независимые запросы, количество кликов по позициям на странице выдачи результатов и многое другое. Я и специалисты компании Progressive-seo уверены, что для эффективного продвижения ресурса на первых этапах будет достаточно вышеизложенной информации.

4. Анализ ссылок соперников и разработка собственной ссылочной массы

Анализ ссылок конкурентов является главным элементом SEO. Он помогает определить затраты соперников на продвижение их ресурсов, показать вес ссылок, выявить эффективные для продвижения запросы, и как это влияет на позиции сайта.

По результатам вышеизложенного анализа можно внести соответствующие правки и улучшить Ваши способы повышения рейтинга ресурса. Проведем анализ соперников, что поможет составить Вам личный план для покупки необходимых ссылок в автоматическом сервисе ROOKEE.

Такая стратегия является своеобразным инструментом для приобретения ссылочной массы. В сервисе ROOKEE этот инструмент представляет собой группу фильтров: условия приобретения, показатели качества, квоты на установку ссылок и прочие. Такой способ можно применять для разработки методов, в которых сочетаются постоянные и арендные ссылки.

Определяем возможных конкурентов

Чтобы анализировать Ваших возможных соперников, их стоит, для начала, определить. Необходимо сформировать перечень ключевых фраз, с помощью которых Вы хотите продвигать ресурс, и по ним искать потенциальных соперников. Рассмотрим для примера некоторые запросы по теме "аренда грузовиков":

- аренда грузовиков в Москве,
- аренда грузовиков;
- аренда грузовиков без водителя.

Частота запросов или уровень конкурентности ни на что не влияет, способы анализа соперников, их ресурсов и формирование личной стратегии по результатам анализа будет постоянным. Стоит исследовать результаты выдачи и установить соперников. Легче всего произвести такую проверку самостоятельно, стоит только прописать интересующие запросы в Yandex и составить реестр адресов url с первых позиций. Далее нужно придать заверченный вид этому списку

в Excel и выбрать те сайты, которые видны в выдаче. При формировании реестра соперников, стоит исключить идентичные сайты, что легко сделать, воспользовавшись службой ahrefs.com. После этого у Вас будет такой перечень сайтов:

№	Доменное имя	Количество доноров
1	pereezd-pro.ru	1055
2	avto-turs.ru	90
3	ngmleasing.ru	441
4	ikarprokat.ru	253
5	vecktor.ru	199
6	samvezu.ru	183
7	sscars.ru	144
8	lizing-gruzovyh-avtomobilei.carcade.com	58
9	greeden.ru	41
10	rentacenter.ru	12

Формирование перечня перекрестных доноров

Для этого стоит извлечь для этих ресурсов обратные ссылки, что также можно сделать в сервисе ahrefs.com. Обратите внимание, что анализировать возможных конкурентов можно только по их пересекающимся донорам. Для этого необходимо потратить определенное время и проявить терпение.

Перекрестными донорами являются те ресурсы, чьими ссылками пользуются одновременно несколько соперников, занимающих первые позиции в выдаче.

Все предельно просто: список таких доноров позволяет выявить самый эффективный блок ссылок с заданными свойствами, который способствует результативному продвижению ресурсов соперников. Чтобы сформировать этот перечень, необходимо указать следующие показатели донорских сайтов:

- тематический индекс цитирования;
- ранг страницы;
- присутствие в Каталоге Yandex;
- присутствие в каталоге ручной модерации DMOZ;

- число страниц в поиске;
- территория доменного имени;
- возраст сайта.

Я и компания Progressive-seo уверяют Вас, что применение таких показателей дает возможность наиболее эффективно описать характеристики донора. Многие знают, что показателей сайта может быть множество, но приведенные выше признаны самыми результативными.

Верификация показателей донорских сайтов

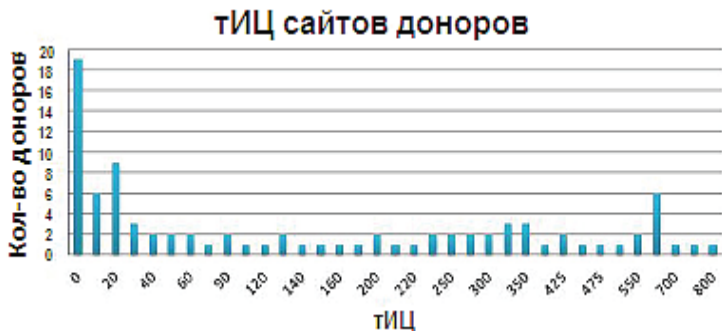
Имея реестр перекрестных доноров, стоит проанализировать их показатели с помощью специальных программ или сервисов. Профессионалы рекомендуют пользоваться сервисом RDS, который дает возможность проверить вышеперечисленные показатели.

Специалисты рекомендуют проводить анализировать данные с помощью Excel. в предложенном примере образовалась матрица с такими данными:

№	Домен	ТИ Ц	Р R	Я К	DMO Z	Страниц в индексеYand ex	Страни ц в индекс е Google	Возрас т, дней
1	airweek. ru	600	3	1	0	7664	8250	1825
2	allfaces.r u	50	2	0	0	1640	6380	1095

В матрице присутствует около 90 исключительных доменных имен с готовыми показателями. Собрав необходимую информацию, ее стоит проверить. Проанализируем ссылки донорских сайтов, представленных выше.

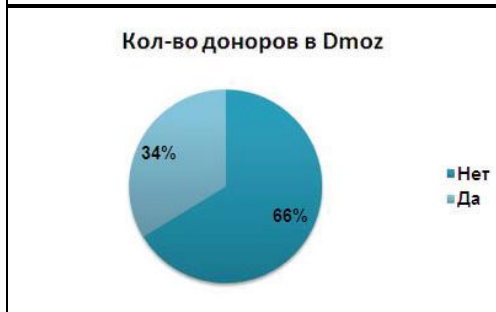
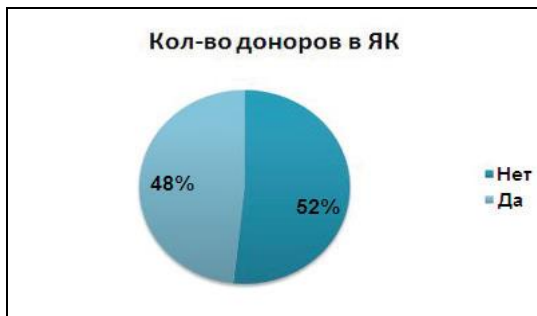
1. Тематический индекс цитирования донорских сайтов. Величина этого показателя может варьироваться от 0 до 90, причем максимальная его величина не может превышать 800.



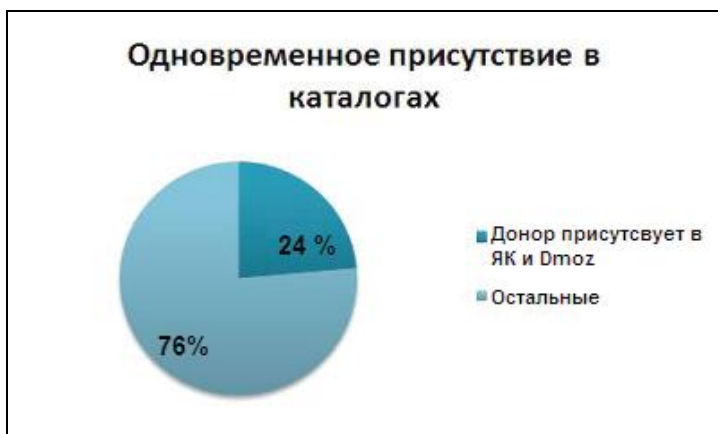
2. Ранг главных страниц. Значение этого параметра колеблется в пределах 0 - 5, а у многих донорских сайтов - до 3.



3. Присутствие донорского сайта в каталоге ручной модерации и Yandex Каталоге. Практически половина таких ресурсов есть в Yandex, а больше трети - в DMOZ.



Стоит отметить, что около четверти таких ресурсов присутствуют одновременно в обоих каталогах.



4. Территория доменного имени. Все без исключения доноры расположены в домене RU.

5. Возраст донорских сайтов. Его наименьшая величина 1 год, а наибольшая - 13 лет. При этом возраст большинства донорских ресурсов колеблется в диапазоне 1 - 6 лет.



6. Число страниц в ПС Yandex и Google. Для большей наглядности рассмотрим таблицу.

Количество страниц	Показатель
Yandex	50
Google	150
Соотношение, %	33

Проверив число страниц донорских ресурсов, которые присутствуют в Yandex и Google, можно сформулировать наименьшие их показатели:

- страниц в Yandex - 50 и более;
- в Google - от 50 до 150;
- их количественное соотношение - в диапазоне 0,3 - 1,5.

7. Сортировка донорских сайтов по степени вложенности.

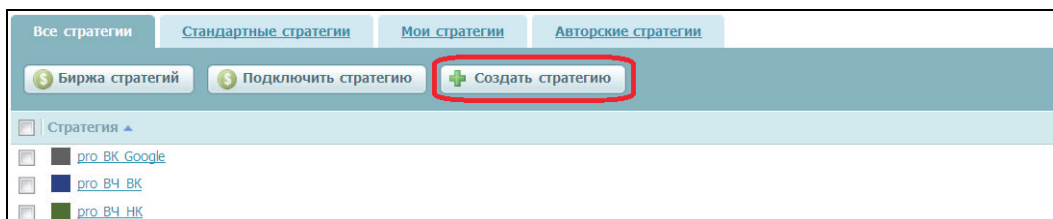
Большинство ссылок приобретаются с тех страниц, показатель уровня вложенности которых составляет 2 или 3. Также существуют ссылки со страниц нулевого или первого уровня вложенности. Зная эти данные, можно произвести корректную настройку фильтров для приобретения ссылок.



После исследования полученных данных и выявления показателей всех ссылок можно приступить к организации норм приобретения ссылок.

Формирование ссылочной политики

На данном этапе можно организовать собственную ссылочную стратегию для эффективного продвижения ресурса для применения в ROOKEE. Этот сервис позволяет осуществлять продвижение в автономном режиме, а также самостоятельно разрабатывать и настраивать методы продвижения. Я и профессионалы компании Progressive-seo утверждают, что организация собственной эффективной политики продвижения позволит Вам получать прибыль, рекламируя Ваши проекты остальным посетителям сервиса. У Вас есть возможность формировать, вносить правки и исследовать результативность Вашей стратегии прямо в учетной записи в графе "Стратегии".



Составим приблизительную матрицу с показателями и их величиной.

Показатель	Доменное имя	Число доносорских сайтов
Тематический индекс цитирования	0	800
Ранг страницы	0	5
Возраст, дней	365	2141
Число страниц в Google	150	
Число страниц в Yandex	50	
Степень вложенности	0	3
Соотношение Google\Яндекс	0,3	1,5
Территория домена	.ru	

1. Фильтрация внешних ссылок

При покупке ссылок можно определить порядка 20 условий, которые представляют собой сочетания ссылочных характеристик. Именно они дают возможность реализации стратегии. Чтобы приобрести необходимые ссылки из области "Параметры сайта", стоит заполнить несколько полей:

- присутствие в Yandex и каталоге ручной модерации;
- территорию домена (.ru);
- уровень доменного имени (2);
- уровень заспамленности (максимальный);
- тематический индекс цитирования (0-800);
- ранг главной страницы (0-5);
- возраст сайта (365 - 2141 день);
- продающий возраст (0-2141 день);
- число страниц в Yandex (более 50);
- число страниц в Google (более 100);
- соотношение в Yandex\Google (0,3 - 1,5).

Параметры сайта

Наличие в каталогах:


Яндекс.Каталог
 DMOZ

Доменная зона: любая

.ru .info
 .ua .com
 .su .net
 .kz .org
 .by прочие

Уровень домена:
 только второй ▼

Черный список
 Нет в черном списке

Спамность:

 Жесткая фильтрация.

ТИЦ сайта:
 от 0 ▼ до 800 ▼

PageRank главной:
 от 0 ▼ до 5 ▼

Возраст домена: (в днях)
 от 365 ▼ до 2141 ▼

Продажный возраст сайта: (в днях)
 от 0 ▼ до не важно ▼

Страниц сайта в индексе Яндекса:
 от 50 ▼

Страниц сайта в индексе Google:
 от 100 ▼

Отношение страниц в индексе Я/Г:
 от 0.3 ▼ до 1.5 ▼

2. Определение показателей для донорских страниц

Необходимо соответствующим образом настроить характеристики страниц донорского сайта, а именно указать такие показатели фильтров:

- страницы в Yandex – да;
- страницы в Google – да;
- запретить страницы:
 1. порнографического содержания;

2. где есть скрытые ссылки;
 3. форумов;
 4. служебные;
 5. с объявлениями;
 6. фотогалереи;
 7. без CSS;
 8. на английском языке;
- количество внешних ссылок - 0-10;
 - предполагаемые внешние ссылки - 1-9;
 - соотношение внешних и внутренних ссылок - не имеет значения;
 - степень вложенности - 0-3;
 - ранг страницы - 0-5;
 - объем текста на странице - более 1500 символов.

Для увеличения эффективности продвигаемых ссылок необходимо установить максимальный (четвертый) уровень списка результативных доноров.

Параметры страницы

Проиндексированность:

- Страницы в индексе Яндекса
- Страницы в индексе Google

Исключать:

- порно-страницы *
- страницы без CSS **new**
- страницы со скрытыми внешними ссылками **new**
- форумы
- линкопомойки и служебные страницы
- warez и доски объявлений
- фотогалереи
- англоязычные страницы

Внешних ссылок:

от до

Прогноз внешних ссылок:

от до

Внутренних ссылок:

от до

Отношение внутр./внеш. ссылок:

от до

Уровень вложенности:

от до

PageRank страницы:

от до

Размер текста страницы: (в символах)

от до

- Без учета текстов ссылок **new**

Стоимость размещения ссылки:

от до

Статистика

Отображение статистики: **new**

Найдено страниц: 2027

Найдено сайтов: 80

Средняя цена: 55.38 рублей

3. Установка методов снятия ссылок

Этот этап является завершающим при разработке личной ссылочной политики. Важность этого шага объясняется тем, что система поиска будет самостоятельно отслеживать некачественные ссылки и удалять их при уменьшении рейтинга донорских сайтов. Именно таким способом можно получить результативный блок ссылок. Предписания для снятия ссылок можно настроить, принимая во внимание степень вложенности страниц (УВ).

Сделать это можно так:

- ссылка, непроиндексированная в Yandex:
 1. - уровень 0 - 14 дней;
 2. - уровень 1 - 14 дней;
 3. - уровень 2 - 21 день;
 4. - уровень 3 - 28 дней;
- ссылка, непроиндексированная в Google:
 1. - уровень 0 - 14 дней;
 2. - уровень 1 - 14 дней;
 3. - уровень 2 - 21 день;
 4. - уровень 3 - 28 дней;
- выпадение ссылки из Yandex или Google - более 7 дней назад;
- удаление ссылки только при соблюдении требований сразу для Yandex и Google – да;
- не удалось обнаружить ссылку - больше 3 дней;
- размещение ссылки - больше 10 дней;
- ссылка находится в скрытом паттерне – да;
- занесение сайта в черный список – да;
- число страниц в Yandex - ниже 50;
- число внешних ссылок - выше 10.

Индексация		Несоответствие параметров	
Скорость индексации ссылок: раз в <input type="text" value="2"/> <input type="text" value="6"/> дней		Цена ссылки снизилась на <input type="text" value="15"/> % <input type="text" value=""/>	Цена ссылки возросла на <input type="text" value="15"/> % <input type="text" value=""/>
<input checked="" type="checkbox"/> Не в индексе Яндекс <i>Для всех одинаково</i>		<input checked="" type="checkbox"/> Сайт попал в черный список	<input checked="" type="checkbox"/> Параметры страницы не соответствуют уровню white-листа
На главной <input type="text" value="14"/> дней		<input type="checkbox"/> ТИЦ менее <input type="text" value=""/>	
1 клик от главной <input type="text" value="14"/> дней		<input checked="" type="checkbox"/> Количество страниц в индексе Яндексa менее <input type="text" value="50"/>	
2 клика от главной <input type="text" value="21"/> дней		<input checked="" type="checkbox"/> Количество внешних ссылок на странице более <input type="text" value="10"/>	
3 и более <input type="text" value="28"/> дней		<input type="checkbox"/> Количество внутренних ссылок на странице более <input type="text" value=""/>	
<input checked="" type="checkbox"/> Не в индексе Google <i>Для всех одинаково</i>			
На главной <input type="text" value="14"/> дней			
1 клик от главной <input type="text" value="14"/> дней			
2 клика от главной <input type="text" value="21"/> дней			
3 и более <input type="text" value="28"/> дней			
<input checked="" type="checkbox"/> Выпала из индекса Яндексa более <input type="text" value="7"/> дней назад			
<input checked="" type="checkbox"/> Выпала из индекса Google более <input type="text" value="7"/> дней назад			
<input checked="" type="checkbox"/> Снимать только при одновременном выполнении условий для Яндексa и Google			
Размещение			
<input checked="" type="checkbox"/> Не обнаружена более <input type="text" value="3"/> дней			
<input checked="" type="checkbox"/> Размещается более <input type="text" value="10"/> дней			
<input checked="" type="checkbox"/> Размещена в скрытом блоке			

Только после всех этих этапов я и компания Progressive-seo рекомендуем применять политику для восстановления ссылочного блока. Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что для эффективного SEO-продвижения ресурса методом увеличения количества полезных ссылок, необходимо знать, что блоки ссылок не гарантируют 100% попадание Вашего ресурса на первую страницу выдачи. Этот способ проще рассматривать, как один из главных компонентов, позволяющих добиться отличных результатов в увеличении рейтинга сайта.

5. Против санкций Яндекса или как избежать системных фильтров

На сегодняшний день поисковая система достаточно тщательно выбирает сайты, которые должны понравиться пользователю. По сравнению с прошлыми годами, когда даже не очень информативный сайт мог находиться в десятке лучших. Чтобы такого не было в дальнейшем, появились фильтры.

Системный поисковый фильтр - специальная задача, которая используется поисковой машиной, чтобы определить применяет ли сайт определённые методы, чтобы искусственно повысить выдачу.

Такие фильтры контролируют бесполезные сайты или те, которые были продвинуты искусственно. Если такое происходит, то система понижает уровень сайта или же полностью его удаляет.

В данном разделе мы рассмотрим системные фильтры Яндекса, узнаем причину их наложения на сайт и дадим несколько советов: как не попасть чёрный список.

Фильтр для уменьшения постороннего влияния

Ресурс имеет около 20 проиндексированных страниц в Yandex. Существует несколько способов, чтобы узнать количество таких страниц:

1) В поиске Yandex введите ключевое слово для данной странице, при этом укажите сайт, где она находится. Так Вы сможете увидеть все страницы данного сайта, которые соответствуют запросу.

Я ищу:
Используйте ~ перед словом для его исключения. [Памятка по использованию языка запросов](#)

На сайте:

В регионе:
Например, Москва

Слова расположены: где угодно в заголовке

Слова употреблены: в любой форме точно так, как в запросе

Язык: русский английский французский
 немецкий украинский белорусский
 татарский казахский

Дата обновления ? : в любое время за две недели за месяц за три месяца за год

Формат: html pdf rtf doc swf
 xls ppt docx odt odp
 ods odg xlsx pptx

Документов на странице: 10 20 30 50

«продвижение сайта», в любой части страницы, употреблены в тексте в любой форме, язык документов: русский, в любое время, на сайте http://promo.ingate.ru/, в регионе Москва

2) Специальная зона, которая называется "Управление рекламной кампанией", находящаяся в ROKEE (сервис автоматизированного продвижения) также сможет показать индекс страниц.

Почему накладываются санкции?

1) Одна из самых главных причин - посетителей на сайте не так много. Не очень желательно, чтобы их было меньше 100. Аналитический счётчик, размещенный на ресурсе, поможет вам проверить его посещаемость

2) Большое количество отправляемых ссылок. Служба поддержки YandexВэбмастер позволит узнать точное их число, так как для каждого сайта оно разное. Сервисы [ahref.com](#), [solomono.ru](#) дадут вам полную информацию о качестве и количестве ссылок вашего сайта.

- 3) Привычный дизайн, который был создан с помощью бесплатного шаблона. Увы, уже не один сайт был создан по такому шаблону.
- 4) Информация на сайте неуникальна. Этот пункт является дополнением к остальным
- 5) Плохая наполненность страницы. К примеру, на ней нет и 100 символов экспликации.

Сайт-исполнитель - специальный ресурс, который помогает раскрутить основной сайт и чаще всего попадает под фильтр снижения постороннего влияния. Также санкции грозят и тем ресурсам, которые появились совсем недавно или же существуют всего несколько месяцев.

Как избежать санкций?

Самое главное - сделать Ваш ресурс интересным для пользователей, тщательно подобрать его содержание, чтобы не было неинформативных страниц. Следует поработать над уникальностью контента, оформления и не размещать на нем ссылки.

Снимаем фильтр уменьшения постороннего влияния

Сделать самому это практически нереально, но можно попробовать:

- 1) Свяжитесь со службой поддержки Yandex и узнайте причину санкции;
- 2) Увеличьте на 50% количество тех страниц, которые должны быть уникальными;
- 3) Избавьтесь от исходящих ссылок или уменьшите их число;
- 4) Поработайте над дизайном, сделав его неповторимым;
- 5) Увеличьте посещаемость за счёт повышения позиции запросов страниц, которые остались;

б) Необходимо вести постоянную переписку с сервисной службой Yandex. Вежливо говорить им о пользе Вашего ресурса.

Чтобы снять этот фильтр, Вам понадобится полгода (иногда 4 месяца)

"Ты последний" фильтр

Как понять, что он действует

При результатах поисках по определённом запросу его можно увидеть последним. Его накладывают на определённую страницу. Чтобы проверить, наложен ли этот фильтр на страницы ресурса, достаточно ввести основную её фразу. Если ресурс не отображен в поисковых итогах, к нему применена санкция. Ваш ресурс будет самым последним среди всех отображаемых.

Нажав на последнюю страницу выдачи, вы сможете активировать данный режим или же ввести `&rd=0` к необходимой URL в браузерной строке.

Почему такая санкция?

Можно столкнуться с ней, если страницы вашего сайта неуникальны.

Что делать, чтобы избежать фильтра

Вам необходимо наполнять свой сайт только полезным контентом, который будет интересен пользователям. Рекомендации Яндекса помогут вам создать хороший сайт.

Избавляемся от фильтра

- 1) Служба технической поддержки. Вам придётся подправить свой контент, если он неуникален.
- 2) Наполните сайт новой информацией, изображениями, которые будут полезны вашей аудитории.

3) Вам придётся обновлять содержание вашего сайта, если обновленная база данных не изменилась после одного-двух раз. Не стоит беспокоить сервисную службу - фильтр автоматически будет снят.

Фильтр заспамленности

Наложение

На странице Вашего ресурса может присутствовать большое количество запросов, поэтому информация может быть не очень качественной. Наложение может быть, как для отдельной страницы, так и для ресурса полностью. Это зависит от загруженности сайта спамом.

Почему так происходит?

Если плотность ключей превышает 4%, при повторной оптимизации содержимого, использование "спамного" метода:

- 1) большое количество тегов;
- 2) ключевые слова представлены через запятую, т.е. так называемые "конструкции спама";
- 3) Когда текст делается уникальным, с помощью транслитных букв. К примеру, вместо "е" русского используется "е" латинская;
- 4) С помощью тега noindex скрывается часть текста;
- 5) В названии или в теге title спам;
- 6) заголовков h1 несколько.

У данного фильтра есть разновидность, которая называется фильтр "портяночный". Его накладывает система Яндекс, когда сайт достаточно большой и у него плохая вёрстка. Тексты у него:

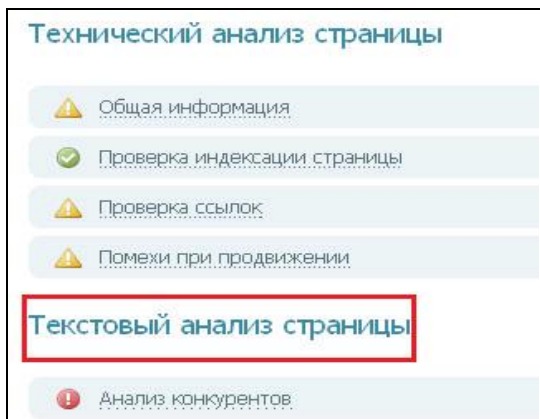
- 1) содержат больше, чем 5тыс символов;
- 2) нет заголовков h1-h3 или их мало;
- 3) нет ни видео, ни изображений;
- 4) нет системы(таблицы, блоков и так далее);
- 5) отсутствие контекстных ссылок.

Снимаем фильтр

Снять его относительно легко: устранив переспам и сделав 1-2 апдейта Яндекса

Советуем вам:

- 1) Избавиться от избыточности слов на странице, если она есть, перед этим проверив её. Вам нужно посмотреть нет ли однокоренных слов, которые подходят к ключевым в тексте. К примеру, если у вас ключ это "сад", то уменьшите количество слов в тексте "садоводство", "садовник" и так далее.
- 2) Проверка аудита сайта. ROKEE вам поможет в этом. На данном сервисе можно сделать бесплатный аудит ваших сайтов, посмотреть какая плотность ключевиков на страницах, текстовый размер на других сайтах и так далее.



Такие сведения в будущем будут вам полезны.

Фильтр "Накрутка поведенческого фактора"

Характерные особенности

Вы будете за пределами ТОП 100, если у вас данный фильтр. Но не все запросы будут уменьшаться, а лишь те, для которых была использована манипуляция.

Каковы причины наложения санкции?

Если Вы искусственно повысили позицию ресурса в выдаче, то есть провели имитацию активности гостей на ресурсе.

Как избежать санкции?

Не используйте запрещенные способы накрутки. Она сможет вам помочь лишь 1-2 месяца, а для снятия такого фильтра необходимо ждать около года. Вы можете потерять большие деньги.

Возможно, что ваши конкуренты пытаются вам "насолить". В этом случае необходимо обратиться в сервисную службу Yandex и дать пояснения случившемуся.

Избавляемся от фильтра

1) Пишем в сервисную службу Yandex письмо и ждем ответ. Он будет выглядеть примерно так:

"Очень вероятно, что рейтинг ресурса понизился в следствии ошибочных действий фирмы, которая работает над продвижением Вашего ресурса. Мы обнаружили попытки применения несанкционированных алгоритмов продвижения. При условии, что запрещенные методы в дальнейшем не будут применяться, а ресурс будет полезным для пользователей, его позиция скоро будет восстановлена".

Останавливаем накрутку вашего сайта. Вы увидите, что всё восстановится через какое-то время. Это может занять примерно полгода.

Фильтр для группы сайтов - Аффилиат

Аффилиат (affiliate с англ)- группа ресурсов, принадлежащих одному владельцу, которые продвигаются по одинаковым запросам. Задача таких ресурсов - наполнение поисковой выдачи по конкретному запросу.

Аффилатами могут быть партнеры интернет-магазинов, или платные сайты, размещающие на своей платформе платные ссылки.

Как понять, что наложен фильтр

При наложении такого фильтра, в аффилированном поиске будет выбиваться только один из сайтов. Другой же будет отключён или не будет входить в ТОП100. Чем больше лет сайту, тем больше у него шансов остаться в ТОП 100. Если поиск будет неаффилированным, то можно будет видеть 2 сайта.

Почему вводились санкции

Они будут введены, если у сайтов есть характерные черты аффилированности:

- 1) Контактные данные совпадают на сайтах или в Справочнике Яндекса;
- 2) Домены практически одинаковы (могут принадлежать тому самому человеку или у них практически совпадают реквизиты);
- 3) Тот же самый хостинг;
- 4) Похож дизайн, структура, шаблон;
- 5) Информация о компании та же самая;
- 6) Товары одинаковы(их цены, названия). Вы можете остаться под фильтром, даже если цены у вас разные, а товар один;
- 7) Нахождение сайта на Яндекс.Метрике и на Яндекс.Вебмастере(+все вышеперечисленные признаки)

Что необходимо делать, чтобы избежать фильтра

Сервис Rooletka или бесплатный аудит в сервисе ROKEE позволит вам проверить наличие сайтов-аффилиатов. Но также необходимо пытаться избежать всех вышеперечисленных признаков.

Вывод сайта из-под фильтра

Для снятия фильтра вам необходимо избавиться от одинаковости двух этих сайтов: заполнить один из них другой информацией, изменить контактные данные, название домена. Можете даже сделать уникальным каталог услуг.

Когда сайты не будут похожи, они будут появляться в запросах.

"Запрет на взрослый контент фильтр

Как понять, что его наложили? В выдаче обычных запросов нельзя будет увидеть свой сайт. К примеру, если ваш сайт, предлагающий услуги эротического массажа не будет виден в запросах обычного. Почему введён фильтр?

На вашем сайте расположена информация, текст, видео, реклама с ограничением +18. Его можно увидеть только при выдаче "без ограничений".

Как избежать фильтра

Если у вас сайт не принадлежит определённой тематике, то попробуйте не выкладывать информацию такого характера.

Выводим сайт из-под фильтра

Убираем всю информацию такого характера, и Яндекс возвращает ваш сайт после 1-2 апдейтов.

Избыток агрессивной рекламы

Агрессивная реклама - такая, которая мешает посетителю просматривать информацию на сайте. Это может быть и обманная ссылка. рор-уп окно и так далее.

Как понять, что был наложен фильтр

Доступ в ТОП 10 таким сайтам закрыт. Особенно если они высоко и средне конкурентны.

Почему были наложены санкции

На вашем сайте размещена **обманная реклама**, рор-уп окна. Система Яндекс это заметит и наложит фильтр.

Чтобы не был наложен фильтр

Вам следует продумать местоположение рекламы, чтобы посетитель мог воспринимать информацию страницы.

Снимаем санкции

Убираем pop-up окна, корректируем сайт (можно это делать с помощью Яндекс рекомендаций).

После 1-2 апдейтов Яндекса, а также устранения рекламы, фильтр будет снят

Итак, вы сможете избежать все вышеперечисленные фильтры Яндекса, для этого требуется: выкладывать информацию, интересную посетителям, не перенагружать текст ключевиками и не наполнять сайт обильной рекламой и так далее. Все требования должны быть соблюдены. Когда ваш сайт находится в ТОП-сайтов, то максимальная конверсия должна быть соблюдена. А это возможно, только в том случае, если ваш сайт интересен и у него удобный дизайн.

Google-фильтр: «Причины потери места в ТОПе»

В предыдущей главе нами были рассмотрены основные Яндекс-фильтры, которые были достаточно жёсткими. В системе Googleправила немного проще, но всё же необходимо знать о фильтрах, которые могут быть наложены на ваш сайт.

Фильтр «Sandbox» или «Песочница»

Данный фильтр был создан для того, чтобы определять: полезность нового сайта (наличие полезного, информативного контента для посетителей), его конкурентоспособность, то есть сможет ли он сместить более старые и полезные сайты.

Характерная черта наложения

Если вашему сайту меньше одного года, то на него автоматически накладывается фильтр. При возрасте 3-12 месяцев он не будет попадать в индекс системы поиска.

Удаление фильтров

Избавление ресурса от фильтра не требует от вас ничего сверхъестественного: стоит лишь наполнять его полезной информацией, обновляйте содержание, не забывайте о перелинковке внутренних ссылок. Не нужно торопиться при увеличении количества ссылок. Донорские сайты должны быть качественными, согласно нынешним алгоритмам Google.

«SupplementaryResults или добавочный результат» фильтр

Если у вас на сайте есть страницы-дубликаты, то такой фильтр может быть наложен.

Особенности наложения

Размещение таких страниц будет не в основном поиске, а в дополнительном. Это отдельный результат выдачи, который посетители не часто просматривают.



Избежание санкций

Размещаем полезный, а также уникальный текст, учитываем советы и консультации Google, добавляем ссылки компетентного источника и ваш ресурс не попадёт под данный фильтр.

Снятие фильтра

Наполняем ресурс качественными ссылками, делаем его содержание уникальным, а также наполняем его информацией. Технический аудит сайта, проверка ошибок(можно сделать как и в сервисе ROOKEE, так и в Rooletka) не будут лишними.

«Панда» фильтр

Запуск данного фильтра состоялся в 2011 году, в феврале. Он похож с фильтрами «Ты-СПАМНЫЙ» и «Ты –Последний», которые разработал Яндекс.

Почему была наложена санкция

- 1) страница плохо заполнена;
- 2) рекламы на странице больше, чем текста и изображений;
- 3) тексты неуникальны, недостаточно полезны, информативны.

Характерные черты фильтра

В случае, если у вас упали позиции в данной поисковой системе, а также снизился органический трафик, то есть тот, который не зависит от рекламы, то данный фильтр был наложен. Система может его наложить, как и на весь сайт, так и на отдельные страницы. Всё зависит от самого сайта.

Избегаем санкции

Такой фильтр накладываем только в двух случаях: 1) содержание сайта не уникально; 2) чрезмерная реклама

Совет

Я и специалисты компании Progressive-seo советуем:

- 1) Выставляйте на сайт только тот контент, который уникален;
- 2) Не злоупотребляйте с рекламой. Она должна смотреться с сайтом гармонично;
- 3) Не будет лишним и проявление активности в соц.сетях. Посетители будут ссылаться на ваш сайт, а для поисковой системы это будет хорошо.

Снятие фильтра

- 1) Замена некачественного текста, картинок, на уникальный контент и графические изображения;
- 2) Важен объём текста. Всё короткие заголовки, подзаголовки должны содержать необходимое количество ключевиков, а также должны соотноситься с тематикой сайта;
- 3) Не выкладывайте слишком много нетематической рекламы, а если текст на странице не совсем уникален, не добавляйте рекламу вообще;
- 4) Разместите на вашем сайте кнопки для соц.сетей, призывайте пользователей рассказывать информацию, говорите о ней сами в сообществах.

«Пингвин» фильтр

Его запуск был совершён в 2012 году, а именно 25 апреля. Фильтр заставил беспокоиться многих вебмастеров и владельцев сайтов. Он снижал позиции многим сайтам, которые находились в ТОПе, а вернуться туда было достаточно трудно.

Данный фильтр борется с самым разным спамом, учитывая, как и внешнюю, так и внутреннюю ранжировку спама.

Разработчики Google в скором времени планируют провести изменение алгоритмов, направленных на Webspam. Такие поправки уменьшат рейтинги ресурсов, которые нарушают требования к качеству ресурсов системы Google.

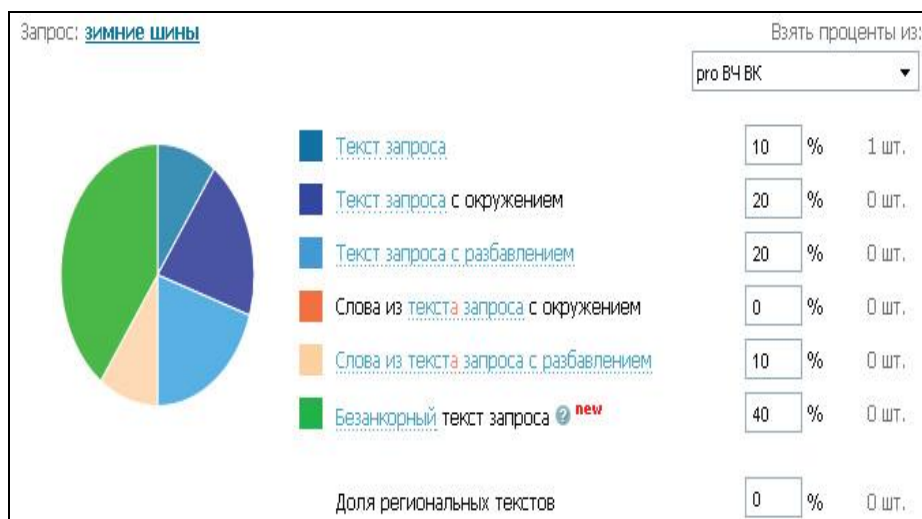
Что необходимо делать, чтобы не встретится с «Пингвином»

1) Устраняем ошибки(длительная загрузка страницы, неправильный редирект, битая внутренняя ссылка), а также проверяем нет ли спама на страницах.

Сервис ROOKEE как раз создан, чтобы избежать данного фильтра. Вы можете создать специальный white-лист, тем самым обезопасите свой сайт от данного фильтра.

2) Качество внешних анкоров. Необходимо, чтобы они не содержали в себе слишком много точных вхождений. Их можно также разбавить альтернативным текстом.

В сервисе ROOKEE это можно сделать благодаря редактору текстовых ссылок



Иные Google-фильтры

Вы также можете встретиться и с такими фильтрами:

1) **Доменный возраст (DomainnameAge)**. Такой фильтр может быть наложен на ваш сайт, если ему меньше 6 месяцев. Поисковая система ему не очень доверяет. Индексирование происходит медленнее. Фильтр будет снят, если вы будете развивать сайт.

2) **Бомбардировка (Bombing)**. Если у вас много одинаковых анкоров, то вы познакомитесь с данным фильтром. Такие ссылки на ранжировку не влияют, поэтому не видно рост позиции. Разбавьте ссылки уникальным текстом.

3) **Битая ссылка (BrokenLinks)**. Фильтр будет применяться к сайту, который содержит много ссылок, приводящим к страницам, которых не существует (ошибка 404). Позиция сайта может быть потеряна. Исправить ситуацию можно подправив ссылки, которые будут переходить на действующие страницы.

4) **«Одновременно много ссылок» (TooManyLinksatonce)**. Сайт, у которого за маленький промежуток времени появилось много ссылок, может быть внесён в данный фильтр. Как следствие, ссылки не влияют на ранжировку. Не попасть под данный фильтр можно, если приобретать ссылки планомерно. Особенно это касается недавно открывшихся сайтов.

5) **«Помойка линков» (Links)**. Вы познакомитесь с данным фильтром, если на вашем сайте много ссылок, которые не соответствуют тематике. Сайт-донор может сдать свои позиции, а страницы могут не быть в индексе. Удалите те страницы, у которых больше 5 внешних ссылок.

6) **«Время загрузки» (PageLoadTime)**. Такой фильтр грозит тем сайтам, страницы которого долго загружаются. Они попросту будут выпадать из выдачи. Избавиться от такого фильтра можно, проверив технический аспект сайта (это возможно в сервисе Rooletka), исправив недочёты.

7) **«-30»**. Фильтр, который обнаруживает незаконные приёмы продвижения: дорвеи, редирект с помощью JavaScript, **клоакинг** (пользователю и машине предоставляется разная информация). Сайт

понижает свои позиции на 30 пунктов. Исправляем причины внесения под фильтр и работаем дальше.

8) **«Содержание, которое дублируется» (DuplicateContent)**. Применяется к сайтам, содержание которых неуникально. Позиция его будет искусственно снижена. Если вы хотите избежать пессимизации, выкладывайте только уникальные тексты, или переписывайте, если позиция ухудшилась.

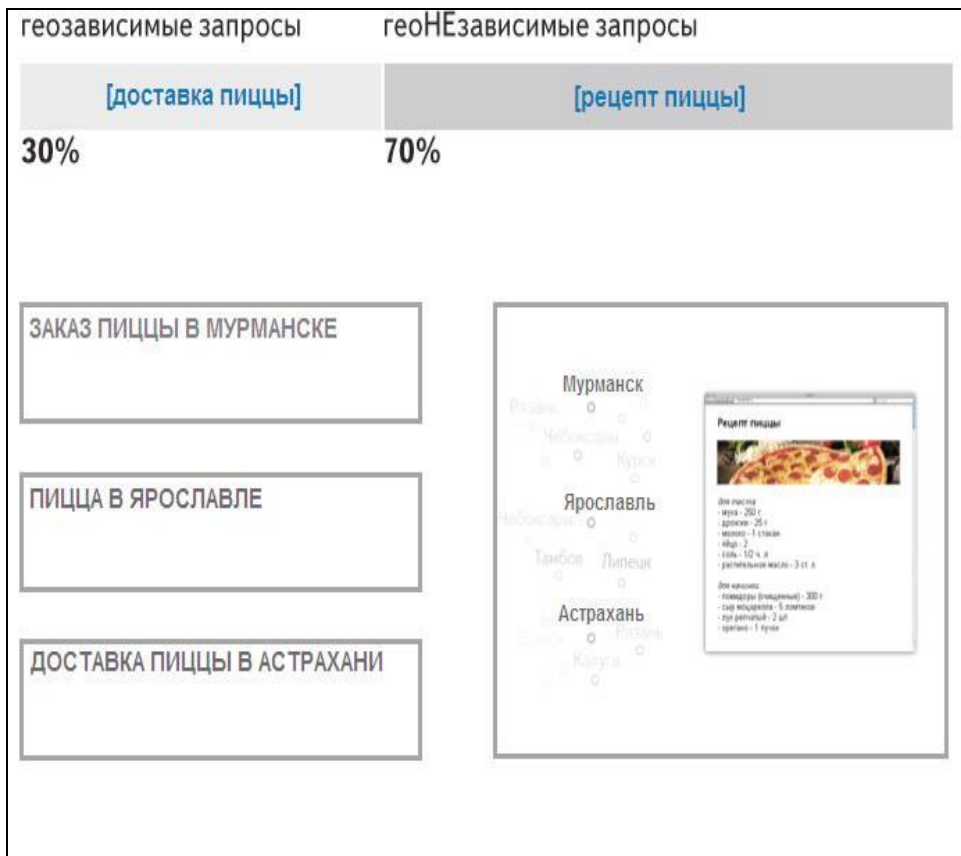
9) **«Переоптимизация» (OverOptimization)**. Сайт, страницы которого пестрят множеством ключевых слов, рискует попасть под данный фильтр. Он может потерять свои позиции в поиске или быть исключённым из выдачи вообще. Избежать этого вам поможет хорошая плотность ключей (соотношение ключей к тексту), которая должна равняться меньше 4-5%.

У вас не будет никаких проблем с поисковой системой Google, если вы будете следовать таким рекомендациям:

1. Важнее всего - уникальность информации.
2. Обновление содержимого. Пополняйте материал регулярно и часто (желательно вообще 1 раз за сутки).
3. Забудьте о несанкционированных способах оптимизации ресурса.
4. Проверьте техническую структуру ресурса.
5. Прочитайте рекомендации системы Google о разработке и совершенствовании сайта.

6. Продвижение сайта, зависящего от геопозиции в поисковике Яндекс

Фильтр, с которым мы сегодня познакомимся, называется «Арзамас». Его создали 10 апреля 2009года. Он был разработан именно для тех сайтов, которые зависимы от территории и местонахождения посетителей, использующих его:



Что из себя представляют запросы, которые зависят от местоположения?

Около трети всех запрашиваний в системе Яндекс составляют те, с помощью которых гость ищет информацию, по географической

принадлежности к территории проживания. В основном, это доставка изделий, предоставление услуг. В результате пользователь получит только значимые для него ресурсы. Результаты поиска выдают так называемые гео зависимые ресурсы. К примеру, покупка автомобиля. Все подобные запросы присутствуют в справке Yandex.

Определяем гео зависимость сайта

1) http://webmaster.yandex.ru/compare_regions.xml - позволяет сравнивать результаты по гео выдаче. Он доступен автоматизированным пользователям в Яндексе

The screenshot shows the Yandex search results comparison interface. At the top, the search term "президент" is entered in a search bar, with a "Сравнить" button to its right. Below the search bar, there is a note: "Например: президент". The interface is divided into two columns for regional comparison: "Москва" (Moscow) and "Украина" (Ukraine). Each column displays a list of search results with icons representing the source type (e.g., flag, Wikipedia 'W', or website 'www').

Москва	Украина
1. Президент России президент.рф	1. Президент України - офіційний сайт www.president.gov.ua
2. Президент Российской Федерации — Википедия ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%	2. Президент України - народне обговорення president.com.ua
3. Управление делами Президента РФ www.udprf.ru	3. Президент России президент.рф
4. Президент Российской Федерации - Администрация Президента... www.gov.ru/main/page3.html	4. Президент Украины — Википедия ru.wikipedia.org/wiki/%CF%F0%E5%E7%E8%E4%E5

2) Обратить внимание, есть ли внизу страницы сообщение о том, каким ресурсам отдано предпочтение. В случае, если они есть, пользователь заинтересован в определенном регионе.

О

доставка пиццы



Найти

Доставка на дом экономит драгоценное время и позволяет провести его за отдыхом или другим более...

[pizza101.ru](#) Москва [копия](#) [ещё](#)



[Bella Italia - пицца, суши, гриль. Доставка суши и пиццы по Москве](#)

Пицца, суши; бесплатная доставка

Боровское шоссе д.6 ТЦ "Солнечный Рай" (доставка и самовывоз) ... Bella Italia - пицца, суши, гриль. Доставка суши и пиццы по Москве.

[Москва, ул. Миклухо-Маклая, 42](#) [все адреса](#) +7 (495) 505-55-48

[bella-italia.ru](#) Москва [копия](#) [ещё](#)

Страницы ← [сти](#) [предыдущая](#) [следующая](#) Ctrl →

[1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) ...

При поиске отдано предпочтение сайтам из Москвы и области.

Отсортировано [по релевантности](#) [по дате](#)

При поиске отдано предпочтение сайтам из Москвы и области

Поискать «доставка пиццы» в других поисковых системах: [Поискать без учёта региона.](#)

[Google](#) [Mail.ru](#) [Bing](#)

Определение поисковой системой геопозиции посетителя

Уникальный сетевой адрес помогает вычислить местонахождение пользователя. Но, не стоит считать такие сведения на 100% верными. Этот адрес может использоваться поставщиками интернет-услуг, работающих одновременно в нескольких регионах. Поэтому система Яндекс прибегает к уточнению местоположения. Такую информацию ей предоставляют те пользователи, которые вручную прописывают свой регион а настройках системы. Вы можете поближе познакомиться с функциональными особенностями Yandex.

У вашего сайта будет только 1 регион, если его нет в Каталоге Yandex. Их количество можно увеличивать, когда у Вас много филиалов в самых разных регионах. Так вы можете иметь 7 городов и 5 стран или других иных географических территорий. При этом

обязательным является обозначение всех дочерних предприятий на страницах ресурса. Вы также можете занести их в Справочник Yandex.

Яндекс вебмастер → мои сайты

[Мои сайты](#) [Добавить сайт](#)

www.site.ru

[Общая информация](#)
[Индексирование сайта](#)
[Настройка индексирования](#)
[Поисковые запросы](#)
[География сайта](#)
Регион сайта
[Адреса и организации](#)
[Содержимое сайта](#)
[Сайт в результатах поиска](#)
[Безопасность](#)
[Правила и управление](#)

Географическая принадлежность сайта важна при поиске с ограничением по региону (установлена галочка в соответствующем поле под поисковой строкой, например "в Москве" или "в Екатеринбурге"). В этом случае сайты из других регионов не показываются. Кроме того, поиск Яндекса использует разные формулы ранжирования в разных регионах. При этом региональная принадлежность сайта является одним из факторов ранжирования.

Сайт отнесён к следующим регионам:

- Санкт-Петербург
- Краснодар
- Ростов-на-Дону
- Челябинск
- Новосибирск
- Латвия
- Москва
- Россия
- Украина
- Беларусь

Информация о региональной принадлежности этого сайта взята из данных [Каталога Яндекса](#). Если эта информация неверна, пожалуйста, сообщите об этом редакторам Каталога через [форму обратной связи](#).

Что необходимо, для эффективного продвижения ресурса в регионе?

Для увеличения показателя ранжирования сайта в регионе стоит:

- 1)прикрепить ресурс к определенному региону;
- 2)обозначить в панели Вебмастера все данные о сайте.

Как определить региональную принадлежность?

Это могут сделать:

- 1)автоматизированные алгоритмы системы поиска;
- 2) каталог в Yandex, где можно найти описание ресурса;

3) собственники ресурса. Достаточно посетить панель Yandex.Вебмастер и сделать все ручным способом.

Для корректного прикрепления ресурса к региону, необходимо указать:

1) Адрес, контактный телефон с кодом города, дома, улицы - все данные должны присутствовать на страницах ресурса;

*Желательно, чтобы на каждой странице была такая информация. Она может быть расположена как в футере, так и в шапке.

*Для большей результативности продвижения ресурса, необходимо предоставлять информацию в виде текста, а не изображения.

Будет хорошо, если вы создадите специальную страницу, где будет находиться вся информация о компании: можно будет прочитать ее точное название, местонахождение (обозначить координаты на карте Yandex), помочь пользователю добраться до вашей компании, предложив план проезда и прочее.

2) данные в Справочнике Yandex. Это можно сделать с помощью панели Yandex Вебмастер или, перейдя по ссылке://sprav.yandex.ru/.

Все сделать вручную можно с помощью панели Яндекс Вебмастера. Так вы можете указать регион или изменить его. Но также это можно сделать и автоматически, для чего прописать полный адрес региона в специальном поле.

Сайт отнесен к следующим регионам:
Москва

Если вы считаете, что при автоматическом определении региона произошла ошибка, вы можете указать основной регион вашего сайта, используя форму ниже. При этом следует указать страницу сайта, которая по вашему мнению подтверждает региональную принадлежность сайта.

Регион сайта

URL

URL страницы, подтверждающий региональную принадлежность сайта

Сайт не имеет региональной принадлежности

Установить

Чтобы изменить регион, при условии, что Ваш ресурс присутствует в Каталоге Yandex, необходимо прибегнуть к обратной связи. В письме Вы указываете название региона для изменения, а также объясняете, почему это надо сделать.

Вас приветствует служба поддержки Яндекс.Каталога

Ответы на многие вопросы о регистрации, публикации, описании сайтов и индексе цитирования вы можете найти самостоятельно в [разделе Помощи](#).

Если вы хотите изменить описание своего сайта в Каталоге, обратитесь внимание на «[Правила описания ресурсов](#)».

О присвоении регионов ресурсу можно прочитать в разделе помощи «[Регион сайта](#)».

Как вас зовут:

Ваш e-mail, на который будет
выслан ответ:

Тема сообщения:

Пожалуйста, охарактеризуйте вашу проблему. Это поможет нам быстрее ответить на ваш вопрос.

Адрес вашего сайта:

Сообщение:

Вы можете приложить от одного до пяти файлов.
Постарайтесь, чтобы объем каждого файла не превышал 1 Мб.

Присоединить файл (скриншот):

Обзор...

Отправить

С чем можно столкнуться, если необходимо добавить или изменить регион на сайте

1. Информация, по которой с вами можно связаться неточная. На сайте может быть расположен не действительный адрес, для того, чтобы привлечь посетителей с других регионов. Возьмём, к примеру, строительную фирму, которая строит дома в своём городе и в соседнем, но её офис находится только в своём городе. Поэтому у сайта появляется такой адрес. Поисковая система Яндекс относится к таким действиям, как к обману. Поэтому, если алгоритм или

модератор заметит такую ошибку, то адрес будет изменён на тот, который соответствует геопозиции или вообще исчезнет.

Вычислить такие «уловки» можно с помощью:

1. Модератора, который проверит всю информацию, когда сведения о районе будут изменяться или добавляться. Всё это можно увидеть в панели ЯндексВэбмастер.

2. Модератора, работающего в Справочнике Яндекс, который проверяет все добавленные или изменённые адреса.

3. Самих клиентов, которые нередко оказываются соперниками компании. Они сообщают службе поддержки то, что компания не предоставляет услуги по такому адресу.

Поэтому, чтобы изменять или добавлять регион, необходимо официально это подтвердить.

В системе Яндекс модератор может попросить вас сделать подтверждение адреса, выслав сообщение примерно следующего образца:

«Обратите, пожалуйста, внимание, на месторасположение главного офиса и филиалов. Уточните, пожалуйста, владеете ли Вы офисом в Москве?»

«Просьба прислать в электронной форме свидетельства, подтверждающие правильность введенных Вами контактных данных».

2. Неполюценные сведения о контактах. Система может отказать в присвоении ресурсу района или региона в том случае, когда Вы не обозначили все контакты, такие как: область, населенный пункт, улица, номер дома и телефон. Вы можете получить сообщение такого содержания:

«Не хватает контактной информации для присвоения региона. Укажите, пожалуйста, не только адрес, но и номер телефона Вашей фирмы».

Выявить, фактический ли ваш адрес или юридический, для Yandex не составит труда. Важно, чтобы этот адрес всегда был фактическим.

Так, Справочник Yandex может выразить свой отказ в присоединении юридического адреса в форме типа:

«Для публикации доступны исключительно фактические адреса компании».

3. Пересечение Ваших контактов с дилерскими. На ресурсе компании, которая занимается поставками продукции, может присутствовать адрес дилеров этой организации, работающих в другом городе. При чём, эти дилеры могут также иметь свои сайты. Поэтому сайт может столкнуться с такими проблемами:

*Оба сайта могут быть занесены в **аффилят-фильтр**. Поэтому при региональном запросе поисковик покажет только один сайт, который он выберет сам;

*Компания-поставщик не сможет присвоить сайт, который расположен в другом районе, и когда им руководит другой человек(дилер).

Проверка правильности региональных настроек

Определение региона может осуществляться автоматически в панели YandexВебМастер. Возьмём, к примеру, Воронеж. Но город этой области может быть присвоен ресурсу некорректно, что значительно снизит положение ресурса. Чтобы избежать этого, стоит учесть:

1) населенный пункт, указанный на основной странице при выдаче(Воронеж или Воронежская область);

2) Низкую позицию в поиске при определённых запросах. Затем следует обратиться к службе поддержки Яндекса и поинтересоваться данной ситуацией.

Итак, перед тем, как оптимизировать ваш сайт и продвигать в вашем районе, необходимо быть уверенным, что у вашего сайта правильно указан регион, что нет никаких ошибок, которые потом придётся исправлять.

Содержание

Введение.....	2
1. Как повысить объем трафика вдвое: оптимизация сниппетов.....	3
2. Перелинковка страниц внутри сайта.....	15
3. Основы формирования семантического ядра ресурса: как подобрать результативный запрос.....	20
4. Анализ ссылок соперников и разработка собственной ссылочной массы.....	27
5. Против санкций Яндекса или как избежать системных фильтров.....	40
6. Продвижение сайта, зависящего от геопозиции в поисковике Яндекс.....	57