

СЕРИЯ КНИГ
СПРОСИ INGATE

АКТУАЛЬНОЕ SEO

МИНУСИНСК



КАК РАБОТАЮТ
ССЫЛКИ СЕГОДНЯ

Актуальное SEO: как работают ссылки сегодня. – Бесплатное электронное издание. – Коллектив авторов под редакцией Дарьи Кузнецовой, Светланы Овсянкиной. – ООО «Ингейт Реклама», 2015

В книге рассмотрены ссылочные факторы ранжирования в условиях текущих алгоритмов поисковых систем. На примерах показаны различные варианты развития событий после запуска «Минусинска», предложены решения по повышению эффективности сайта и исключению рисков наложения санкций. Книга поможет более эффективно продвигать сайт самостоятельно, оценивать работу подрядчика/SEO-специалиста и понимать ситуацию в сфере поискового продвижения.



Издания серии «Спроси Ingate» теперь доступны на крупнейшем в России сервисе чтения электронных книг [Bookmate](https://bookmate.com). Подписывайтесь на нашу полку «[SEO-бар](#)» и читайте новинки с мобильных устройств в любое время в любом месте.

О ЧЕМ ЭТА КНИГА

Чтобы сайт был успешным, а продажи неуклонно росли, пользователи должны видеть его на первых местах поисковой выдачи. Конечно, в равной степени на эффективность интернет-ресурса влияет и привлечение целевого трафика, и его конверсионные свойства. Однако даже самый лояльный клиент не сможет открыть для себя лучший в мире сайт, если не увидит его в ТОПе. Сегодня существуют сотни факторов ранжирования интернет-ресурсов, в т. ч. с учетом ссылочного окружения. И хотя влияние ссылок неуклонно снижается, поисковые системы выкладывают новые алгоритмы, в т. ч. нашумевший «Минусинск», время говорить, что они не влияют на продвижение сайтов, еще не пришло.

Мы обобщили опыт специалистов по поисковому продвижению, веб-аналитиков и отраслевых команд [Ingate Digital Agency](#), обратились за экспертным мнением к специалистам сервиса автоматического продвижения сайтов [Rookee](#). Результатом стала новая книга – исследование-практикум по работе со ссылками в условиях актуальных на сегодня алгоритмов поисковых систем.

Из этой книги вы узнаете:

- какие ссылки сегодня помогают сайту выйти в ТОП;
- как организовать внутреннюю перелинковку и с помощью ссылок повысить эффективность интернет-ресурса;
- кому угрожает «Минусинск» и как избежать санкций поисковых систем.

В книге вы найдете практические рекомендации и результаты исследований, которые помогут вам ориентироваться в изменяющемся мире SEO, более эффективно продвигать свой сайт или контролировать работу подрядчика, а также оценивать возможные риски и причины утраты позиций в выдаче поисковых систем.

Если по мере прочтения книги у вас возникнут вопросы, вы всегда можете задать их нашим экспертам или обратиться за помощью к профессионалам: соответствующие кнопки расположены в конце каждой главы.

Приятного и познавательного вам чтения!

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ ССЫЛКИ И С ЧЕМ ИХ ЕДЯТ..... | 5 |
| Какие бывают ссылки и для чего они нужны..... | 5 |
| Ссылочные факторы ранжирования..... | 7 |
| Узнаваемость бренда в сети..... | 13 |
| ГЛАВА 2. ЭРА «МИНУСИНСКА», ИЛИ ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ ПРОТИВ SEO-ССЫЛОК..... | 15 |
| Портрет «Минусинска»..... | 15 |
| Кто виноват и что делать?..... | 19 |
| Как распознать «Минусинск»..... | 19 |
| Что делать, если сайт попал под «Минусинск»..... | 22 |
| Санкции и фильтры поисковых систем..... | 29 |
| ГЛАВА 3. РАБОТА СО ССЫЛКАМИ В УСЛОВИЯХ ТЕКУЩИХ АЛГОРИТМОВ..... | 33 |
| Определение качества ссылок..... | 33 |
| Внутренняя перелинковка..... | 38 |
| Наращивание естественной ссылочной массы..... | 41 |
| Ссылки сегодня: покупать нельзя оставить..... | 44 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 46 |



ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ ССЫЛКИ И С ЧЕМ ИХ ЕДЯТ

Ссылка – это часть HTML-документа в виде текста или изображения, клик по которой позволяет переместиться на другой HTML-документ.

На ссылках построено все интернет-пространство. Чтобы посетить какой-либо сайт, мы указываем в строке браузера URL-адрес страницы (по факту, прямую ссылку на нее), переходим на ресурс из результатов выдачи поисковых систем (опять же кликая по сниппету) или по ссылкам на сторонних площадках.

Какие бывают ссылки и для чего они нужны

Внутренние ссылки – это ссылки в рамках одного сайта, которые ведут на страницы того же домена, с которого осуществляется переход.

Внешние ссылки – это ссылки, которые ведут на страницы другого сайта (домена). В сфере SEO сайт, который ссылается на внешний ресурс, принято называть **донором**, сайт, на который ссылаются, – **акцептором**.

Внешние ссылки на сайт позволяют:

1. Поисковым роботам находить ресурс, чаще заходить на него и индексировать;
2. Посетителям сайта получать доступ к тем или иным страницам;
3. Ресурсу повышать собственную авторитетность в глазах поисковых систем, приобретать дополнительный вес (подробнее см. [далее](#)).

Визуально ссылки делятся на графические и текстовые.

1. **Графические ссылки** представляют собой изображения, клик по которым позволяет перейти на другой HTML-документ.

При установке такого рода ссылки важно не забывать о том, что при отключенной графике она становится недоступной для пользователя. Кроме того, поисковые системы не умеют четко идентифицировать содержимое изобра-





жения, соответственно, такая ссылка не будет передавать полезный вес акцептору. Чтобы обойти это ограничение, необходимо указать атрибут изображения alt и коротко описать в нем содержимое картинки, которое сможет увидеть как пользователь, так и поисковый робот.

Развитие технологий неуклонно ведет к тому, что снятие данного ограничения – вопрос времени. Алгоритмы поисковых систем постоянно совершенствуются, уже сейчас различные приложения предпринимают попытки распознавать и переводить текст на изображениях.



Рис. 1. Пример работы приложения Переводчик Google

2. **Текстовые ссылки** представляют собой кликабельный текст, ведущий на другой HTML-документ. Они бывают анкорными или безанкорными.

Анкорная ссылка представляет собой определенное слово или фразу. При поисковой оптимизации в качестве анкора используют продвигаемый поисковый запрос.

1. Суд Москвы вернул следователю ходатайство **об аресте водителя Мирзоева**
 2. Пожар в центре Москвы локализован
 3. Страдавший шизофренией лауреат Нобелевской премии погиб в ДТП
 4. Коморовский признал поражение на выборах президента Польши
 5. Командиры ополченцев ЛНР попросили прощения, что не уберегли Мозгового
- Биржевые курсы: USD +0,04 50,03 EUR -0,52 55,06 Нефть +0,05% 65,57



Едем на шашлыки
Грили и мангалы на Яндекс.Маркете

Рис. 2. Пример анкорной ссылки



Безанкорная ссылка – это ссылка, которая заключает в себе непосредственно URL страницы. На сегодняшний день такие ссылки чаще воспринимаются поисковыми системами как естественные.

Москва. 22 мая. [INTERFAX.RU](https://interfax.ru) - Водитель автомобиля BMW Денни Мирзоев, ставший участником ДТП на Кутузовском проспекте, в котором погиб мотоциклист, покинул больницу, однако его местонахождение известно полиции. Байкеры привезли к зданию столичного главка МВД петицию с требованием расследования.

"Водитель BMW ушел из больницы, но московской полиции известно его местонахождение", - сообщили "Интерфаксу" в пресс-службе ГУ МВД РФ по Москве.

Рис. 3. Пример безанкорной ссылки

Чтобы анкорная ссылка была расценена поисковым роботом как естественная, она должна быть интересной посетителям, а не служить исключительно для передачи части полезного веса стороннему ресурсу (в коммерческих интересах). Естественными могут быть как анкорные, так и безанкорные ссылки, если они размещены для пользы посетителей сайта с целью предоставить дополнительный источник информации. Определить, является ссылка естественной или нет, достаточно сложно, за это отвечает уровень ее качества. О том, как его оценить, мы поговорим в следующей главе.

Как внешние, так и внутренние ссылки могут закрываться от индексации с помощью тегов `<noindex>` и `<nofollow>` (например, ссылки на разработчиков сайта). Это позволяет контролировать распределение веса сайта, о чем мы подробнее поговорим в следующей главе.

Ссылочные факторы ранжирования

Влияние внешних ссылок на ранжирование сайта вызывает много споров. Дать достоверную оценку могут разве что официальные представители поисковых систем, однако уже ни для кого не секрет, что продвижение сайта одними лишь ссылками на данный момент не столь эффективно, как могло бы быть несколько лет назад. Сегодня «царицей» SEO можно назвать скорее внутреннюю оптимизацию сайта. Тем не менее, хотя влияние ссылок на продвижение сайта заметно снизилось, однозначно отрицать эти факторы не стоит.





Ссылочное ранжирование – это совокупность нескольких разновидностей ранжирования сайта на основании его ссылочного окружения.

1. Ранжирование по статическому весу

Статический вес – это суммарный вес страницы по всем показателям ссылочного ранжирования. При его расчете учитывается общая популярность HTML-документа по сумме веса всех входящих ссылок. Логично, что при ранжировании сайта при прочих равных условиях выше оказывается страница с наибольшим весом.

В каждой поисковой системе статический вес имеет разные названия: PageRank (PR) в Google, ВИЦ (взвешенный индекс цитирования) в Яндексе.

Значение **ВИЦ** нигде не публикуется, и точно его узнать нельзя, поэтому мы можем только предполагать, что у Яндекса существует свой алгоритм определения «важности» страницы. Более известным является такой параметр, как **ТИЦ** (тематический индекс цитирования), который в отличие от ВИЦ распространяется не на одну страницу, а на весь сайт целиком. Он показывает авторитетность ресурса относительно других сайтов в той же тематике. Используется при ранжировании сайта в Яндекс.Каталоге, на ранжирование отдельных страниц в выдаче поисковой системы не влияет.

1. "MegaGroup.ru" - создание сайтов с CMS



Создание, дизайн, хостинг, продвижение сайтов. Прайс-лист. Онлайн-заказ. Портфолио. Техническая поддержка.
MegaGroup.ru Цитируемость: 19000 Россия

2. "CY-PR.com" - инструменты для вебмастера



Проверка IP, скорости соединения с интернетом, ТИЦ и PR, HTTP-статусов и проч., а также комплексный SEO-анализ сайтов. Статьи о поисковой оптимизации. Форум, блоги пользователей.
www.cy-pr.com Цитируемость: 5400

3. "Main-ip.ru" - сервисы для вебмастеров



Генератор HTML-кода обратной связи, информация об IP-адресах, проверка работоспособности сайтов, скорости интернета и др. сервисы.
main-ip.ru Цитируемость: 4900

Рис. 4. Показатели цитируемости в Яндекс.Каталоге





ТИЦ имеет значение от 0 до 160 000 (непосредственно у Яндекса). Для его расчета определяется вес сайта по числу входящих на него ссылок с ресурсов той же тематики. Соответственно, чем больше естественных тематичных ссылок, тем выше ТИЦ сайта.

Данный показатель может быть обнулен за попытку его накрутки, например, за спам, либо уменьшен при наложении на сайт санкций за продажу ссылок.

На ТИЦ влияют ссылки только с проиндексированных Яндексом сайтов. Количество внешних ссылок на сайт, которое учитывается поисковой системой, можно посмотреть в панели Вебмастер отечественного поисковика.

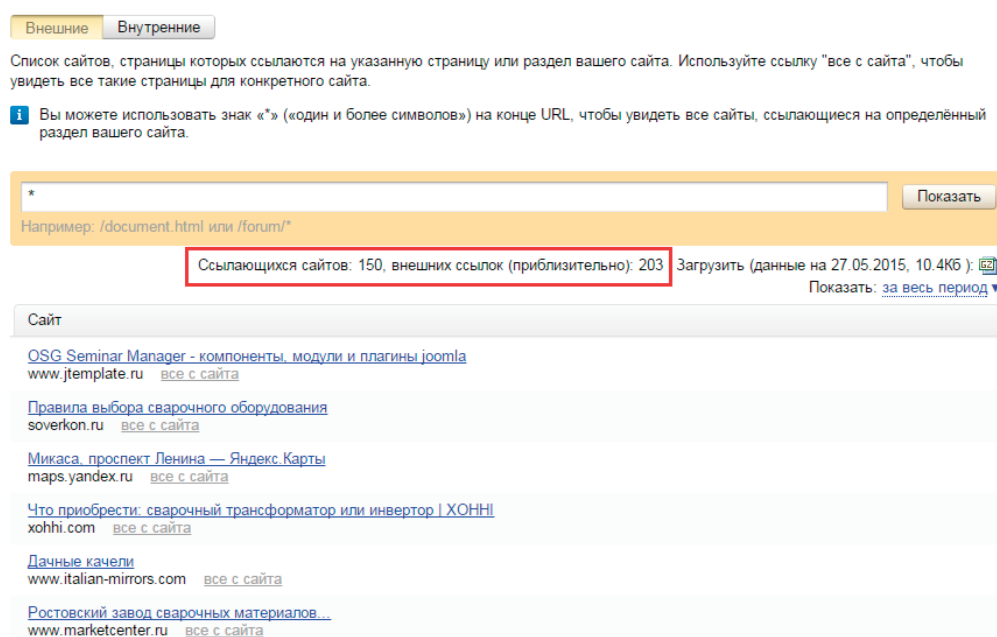


Рис. 5. Фрагмент интерфейса Яндекс.Вебмастер

Там же можно посмотреть и сам ТИЦ, и историю его изменения за последние три месяца:

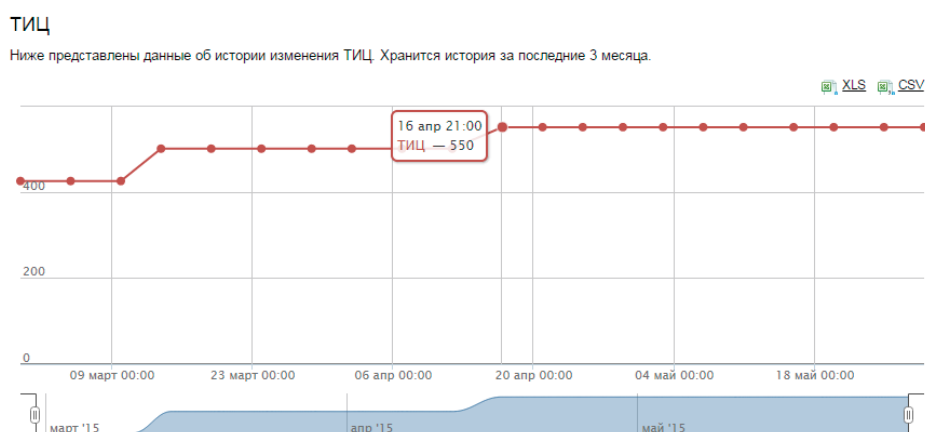


Рис. 6. Динамика изменения показателя ТИЦ



PageRank (PR) – это алгоритм расчета веса страницы в поисковой системе Google (в интервале от 0 до 10). PR в интервале 5 и выше свидетельствует об авторитетности ресурса. Данный показатель рассчитывается по количеству ссылок не на сайт в целом, а на конкретную страницу, соответственно, каждая из них имеет свой показатель. Слишком большое число исходящих ссылок отрицательно сказывается на PR страницы, он может быть уменьшен или обнулен.

Узнать актуальное значение PR страницы, к сожалению, на данный момент невозможно: последнее обновление с указанием данного критерия было 6 декабря 2013 года.

Статический вес можно передавать и получать за счет как внешних, так и внутренних ссылок. Для составления эффективных схем перелинковки (связывания ссылками различных HTML-документов) необходимо понимать, как передается вес страницы по ссылке. Классическая формула, которая постоянно усложняется, в общем виде выглядит так:

$$PR = (1 - d) + d \sum_{i=1}^n \frac{PR_i}{C_i},$$

где PR – вес страницы;

d – коэффициент затухания (обычно равен 0,85; вероятность того, что пользователь кликнет по ссылке);

PR_i – PageRank i -й страницы, ссылающейся на рассматриваемый HTML-документ;

C_i – общее число ссылок на i -й странице;

\sum – сумма всех страниц.

Смысл формулы в том, что страница-донор передает вес всем исходящим с нее ссылкам. Чем больше ссылок на странице-доноре, тем меньший вес достанется каждой странице-акцептору.

Наращивать статический вес сайта следует только до определенного уровня, т. к. может получиться **переспам**. Этим понятием обозначают санкции от поисковых систем за избыточные попытки повлиять на ранжирование. Поиск оптимальных параметров статического веса осложняется еще и тем, что его значимость различна для отдельных тематик, поскольку по каждой из них своя конкуренция, аудитория и, соответственно,





свое количество ссылок. Определить оптимальное соотношение позволяет прежде всего опыт работы с тем или иным направлением. Если постановка новых ссылок не дает положительной динамики, скорее всего, уже достигнут максимум либо качество ссылок оставляет желать лучшего. В такой ситуации в первую очередь следует провести оценку ссылочного окружения. Подробнее о качестве ссылок и санкциях поисковых систем мы поговорим в третьей главе.

2. Ранжирование по анкорам

Ранжирование по анкорам (динамический вес) – это ранжирование, основывающееся на вхождении слов запроса в анкор ссылок на сайт.

Анкорный текст – это текст, который дает понять, что содержится на той странице, куда ведет ссылка. Поисковые системы при ссылочном ранжировании учитывают вхождение ключевых слов в анкеры ссылок на сайт.

Чем больше естественных, качественных анкорных ссылок, тем выше ранжируется сайт по определенным запросам, т. к. вес отдается одной конкретной продвигаемой странице.

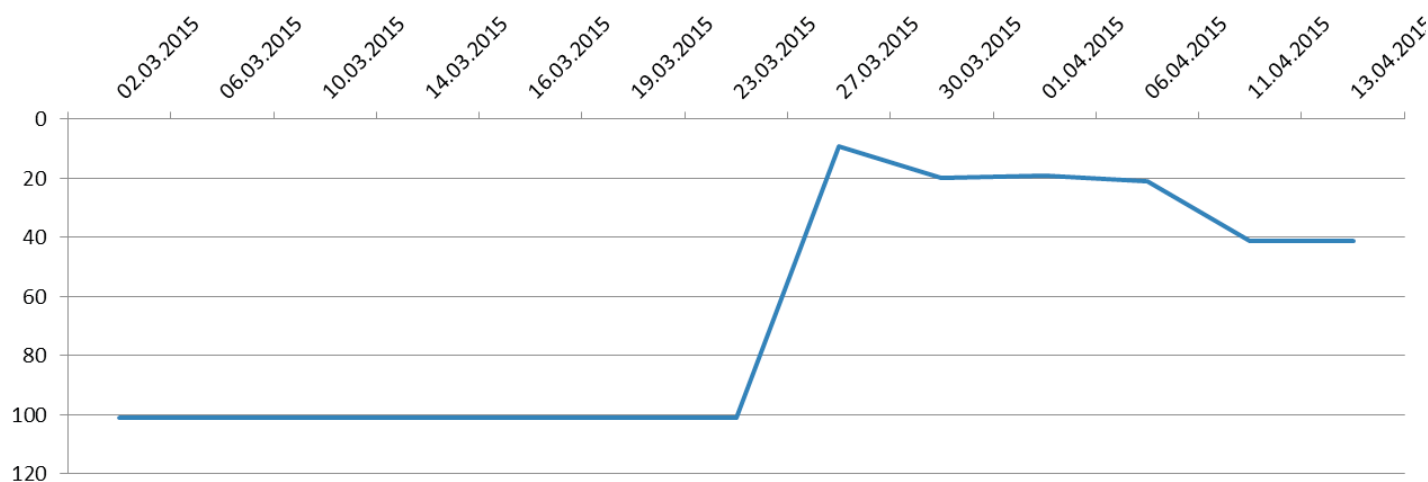


Рис. 7. Динамика позиций сайта после увеличения числа входящих ссылок

На графике (рис. 7) приведена динамика по информационному запросу после увеличения числа доменов, ссылающихся на сайт по анкору. Наблюдается резкое улучшение позиций.



Казалось бы, чтобы обойти конкурентов, нужно иметь как можно больше ссылок. Однако это неминуемо ведет к увеличению расходов на наращивание ссылочной массы и риску возникновения переспама.

3. Ранжирование по окружению

Ранжирование по окружению – это ранжирование по текстовому окружению ссылки.

Недостаточно просто иметь ссылку на сайт, важно понимать, какая это ссылка, является ли она тематичной.

Тематичность ссылки определяется по прилегающему к ней тексту, который делает ее естественной, превращает в часть контента страницы.

Пример ссылки в окружении (желтым выделен запрос):

Как выгодно продать квартиру, подробно описано на сайте www.site.ru, рекомендуем ознакомиться.

Анкорным окружением считается весь текст на странице, поэтому так важно, чтобы контент был тематичен ссылке. Однако, чем ближе ключевой запрос к анкору ссылки, тем она релевантнее. Правильный окружающий текст, соответствующий запросу, позволяет повышать влияние безанкорных ссылок.

4. Ранжирование по кликам

Пользовательский фактор ранжирования ссылок – это показатель значимости ссылки, влияющий на учет внешних ссылок поисковыми системами.

Как показывает практика, ссылка будет признана поисковыми системами качественной и естественной, только если по ней осуществляются переходы. Соответственно, мало иметь ссылку на сайт, нужно, чтобы она была полезна для ресурса, несла ему определенный траст (приток посетителей со сторонних ресурсов).

Не стоит пытаться «накликать» ссылки, это может быть воспринято поисковыми системами как накрутка, что в свою очередь приведет к пессимизации сайта (понижению позиций в выдаче). Если ссылка размещена, например, в интересной статье, на которую можно перейти с анонса на главной странице сайта-донора, она будет давать





естественный приток посетителей. Это хорошо и для увеличения передаваемого веса по ссылке, и для привлечения новых пользователей.

Официальных подтверждений тому, что от кликабельности ссылки зависит передаваемый ею вес, нет. Тем не менее, данное предположение не лишено логики, поскольку не стоит забывать о поведенческих факторах, значение которых в последнее время существенно возросло. Неважно, внешняя это ссылка или внутренняя: если посетители (живые люди) по ней переходят (кликают), значит, она качественная и должна оказывать положительное влияние.

Узнаваемость бренда в сети

Помимо формирования статического веса внешние ссылки напрямую влияют на узнаваемость бренда в сети. Чем чаще название компании мелькает на просторах интернета, тем более популярным оно становится. Бренд-имя дает большой приток посетителей на сайт – так называемый брендовый трафик. Эти пользователи более лояльны, они чаще становятся клиентами компании после посещения ресурса.

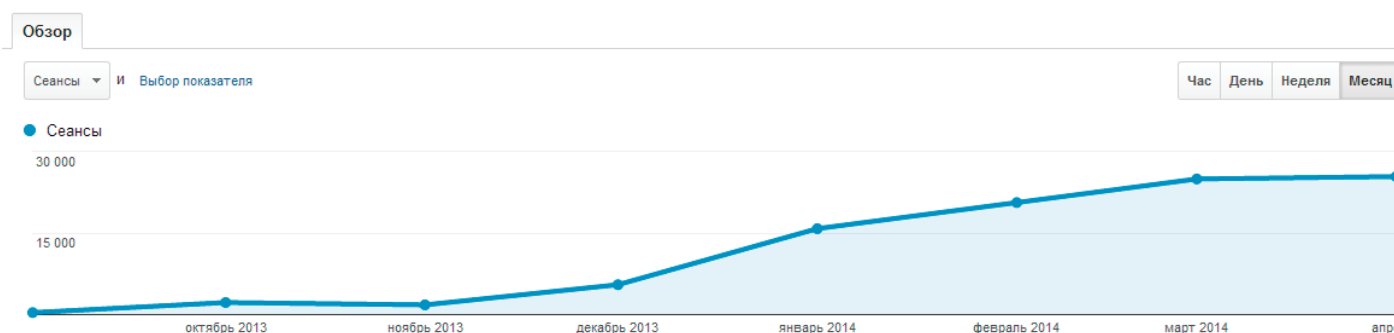


Рис. 8. Прирост бренд-трафика после начала продвижения сайта в сентябре 2013 г.

Логично прийти к заключению, что узнаваемость бренда влияет на ранжирование сайта компании. Флагманы отрасли зачастую занимают весь ТОП 10, не позволяя молодым компаниям пробиться на первую страницу поисковой выдачи. Никакие изменения алгоритмов поисковиков не сказываются на их позициях. Здесь можно говорить об авторитетности не только ресурса, но и компании в целом. Немалую роль в этом играет репутация в сети. Более того, наличие положительных или отрицательных отзывов существенно влияет на принятие посетителем решения – покупать товар/заказывать услугу у компании или нет.





Начиная с прошлого лета значительно возросли объемы «подмешивания» в результаты поиска различных «отзывников», которые не продают товар, а лишь доносят до пользователя информацию о нем. Подобная тенденция прослеживается по сей день.

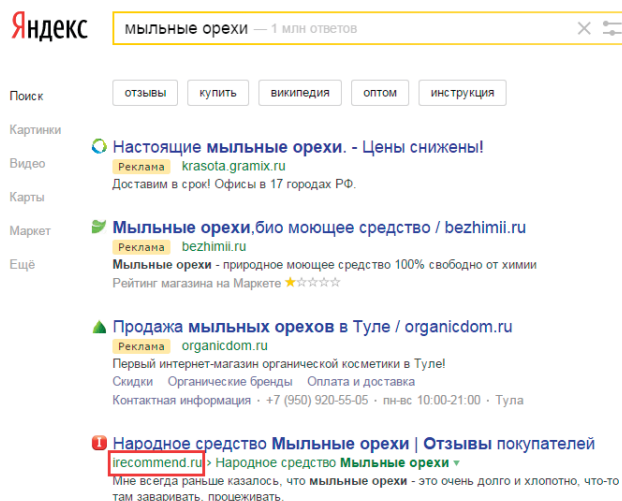


Рис. 9. Пример поисковой выдачи, где на первом месте (после платных объявлений) сайт отзывов и рекомендаций

Не так давно вышел новый сервис Яндекс.Город, целью которого является сбор и систематизация отзывов о компаниях в сети. Он «подмешивается» в поисковую выдачу по ряду запросов.

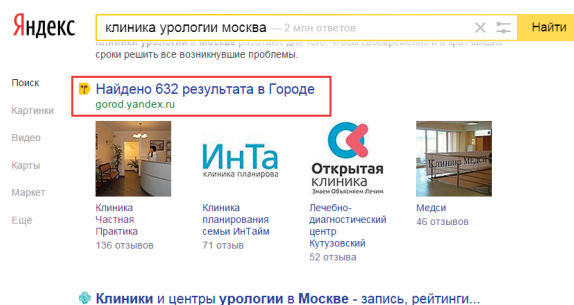


Рис. 10. Пример присутствия в поисковой выдаче предложений сервиса Яндекс.Город



Подробнее о работе с популярностью и репутацией компании в интернете читайте в нашей книге [«BRAND №1: как повысить узнаваемость в сети»](#).

Если у вас остались вопросы, задайте их авторам книги!

[Задать вопрос автору](#)





ГЛАВА 2. ЭРА «МИНУСИНСКА», ИЛИ ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ ПРОТИВ SEO-ССЫЛОК

Разработчики поисковых систем постоянно предлагают новые фильтры и алгоритмы в борьбе со злоупотреблениями ссылочными факторами ранжирования. Одним из последних обновлений стал «Минусинск» от Яндекса, однако и до его запуска существовало немало санкций против активного использования SEO-ссылок (ссылок, которые размещаются исключительно для влияния на ранжирование сайта). О нашумевшем алгоритме, его последствиях, причинах, а также о других фильтрах поисковых систем Яндекса и Google мы поговорим в этой главе.

Портрет «Минусинска»

Яндекс неоднократно предпринимал попытки заставить владельцев сайтов отказаться от покупки SEO-ссылок. Было снижено их влияние на ранжирование, однако закупка и продажа ссылок продолжается. В интернете присутствует множество доноров низкого качества, ссылок, которые не несут полезной информации. Поисковым системам приходится постоянно обрабатывать эти колоссальные объемы данных. До сих пор Яндекс в большей степени боролся с площадками, продающими ссылки, теперь ужесточаются меры в отношении покупающих их сайтов (хотя и ранее такие ресурсы пессимизировались, например, за переспам в анкор-листе).

Запуск «Минусинска» был анонсирован 15 апреля на конференции «Неделя Байнета» Александром Садовским – руководителем поисковых сервисов Яндекса. По его словам, основной задачей нового алгоритма является мотивация владельцев сайтов к отказу от использования SEO-ссылок для продвижения.

Чем обернулся запуск «Минусинска»? Как изменилась поисковая выдача и что делать сайтам, которые попали под действие нового алгоритма? Разберемся по порядку.





Эксперты сервиса автоматического продвижения сайтов Rookee провели собственное исследование на репрезентативной выборке в 10 000 сайтов, составили портрет «Минусинска» и попытались разобраться в его алгоритмах, причинах и следствиях.



Артем Прудников, руководитель отдела рекламы и маркетинга Ingate Development (Rookee):

— Чтобы с определенной долей достоверности делать выводы о методике работы «Минусинска», необходимо дождаться еще нескольких апдейтов. Между тем подвести промежуточные итоги можно и по результатам «первой волны». К слову, после негласной «второй волны» «Минусинска» (23–27 мая) никаких серьезных изменений в позициях выборки, на которой проводилось исследование, не произошло. Лишь несколько сайтов незначительно ухудшили или улучшили позиции. На наш взгляд, это стало результатом обычного шторма выдачи. Последствия «второй волны», скорее всего, мы сможем ощутить после ближайшего ссылочного апдейта¹.

¹ В период от «второй волны» «Минусинска» до подготовки книги к изданию ссылочного апдейта в Яндексе не было.

Официально «Минусинск» заявлен как алгоритм, однако картина произошедшего заставляет заподозрить ручные санкции. Дело в том, что его карательные действия не были массовыми. Наказаны, как и обещал Яндекс, крупные коммерческие сайты. Жертвами «показательной порки» стали ресурсы самых разных тематик, например:

- holodilnik.ru;
- glavokna.ru;
- stokdivanov.ru;
- stilkuhni.ru;
- msk-stroi.com.

Однако одной из самых массовых была пессимизация в тематике «Продвижение сайтов»: сразу несколько лидеров отрасли ощутили на себе действие нового алгоритма.





Позиции попавших под «Минусинск» ресурсов резко просели в среднем на 20 пунктов. Отметим, что падение зависит от конкуренции по тому или иному запросу.

**Дарья Кузнецова, специалист по поисковому продвижению
Ingate Digital Agency:**

— Согласно анонсу, алгоритм должен был понизить в выдаче сайты, для которых SEO-ссылки составляют большую часть от общей ссылочной массы и, как показывает практика, превышают 1000 штук. По нашим оценкам, под этот критерий подходит едва ли не 90% всех сайтов в сети. По официальной версии, новый алгоритм призван не понизить в выдаче как можно больше интернет-ресурсов, а замотивировать веб-мастеров отказаться от использования SEO-ссылок для поискового продвижения. Можно предположить, что при отборе сайтов использовались некие дополнительные критерии, т. к. в результате под «Минусинск» попали единицы. Этим ресурсам (зачастую лидерам отрасли) остается лишь увеличивать бюджет на платные каналы, чтобы как-то компенсировать потерю трафика. При этом тематики могут быть настолько конкурентны, что, например, в Яндекс.Директе по запросу «продвижение сайтов» стоимость клика достигала максимальной величины еще до запуска «Минусинска».



Что показало исследование позиций 10 000 сайтов (по состоянию на 18 мая 2015 г.)? По данным сервиса Rookee, новый алгоритм затронул лишь малую их часть: у 3% есть подозрения на «Минусинск», т. к. позиции просели более чем на 10 пунктов.

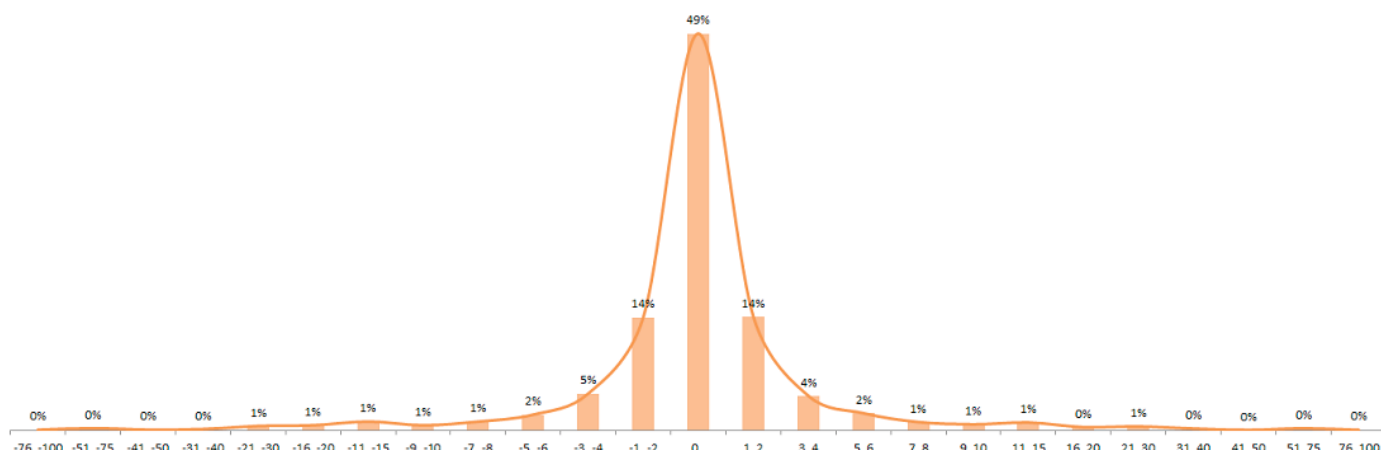


Рис. 11. Изменение позиций после запуска «Минусинска», где 0 – позиции не изменились, «1..2»/«-1..-2» – улучшились/ухудшились на указанное число пунктов и т. д.



Еще у 22% проектов средняя позиция по запросам просела менее чем на 10 пунктов (причем у 19% изменения в пределах 5 позиций, рис. 11). Анализ данных позволяет сделать вывод, что это не «Минусинск», а результат шторма в выдаче и после ближайших ссылочных апдейтов позиции могут восстановиться. Еще одним аргументом против «Минусинска» в данном случае является небольшое количество просевших запросов – 15% от всего семантического ядра. Для нового алгоритма характерно более массовое проседание продвигаемых запросов, это подтверждают данные по «заминусованным» сайтам.

У 26% проектов позиции продемонстрировали положительную динамику, а у половины (49%) после запуска «Минусинска» средняя позиция не изменилась.

| Изменение средней позиции по проектам | Распределение проектов | % просевших запросов (на 10 и более позиций) | Среднее кол-во входящих ссылок | Среднее кол-во доноров |
|---------------------------------------|------------------------|--|--------------------------------|------------------------|
| Просадка на 10 и более позиций | 3% | 71% | 11301 | 22 |
| Просадка на 10 и менее позиций | 22% | 15% | 22579 | 53 |
| Позиции выросли | 26% | 1% | 18742 | 5 |
| Нет изменений по позициям | 49% | 1% | 27823 | 3 |

Рис. 12. Статистика по сайтам, на основе которых проводилось исследование

В данной таблице привлекает внимание общее число входящих ссылок. У сайтов под «Минусинском» (первая строка) отмечается их наименьшее количество. Можно сделать вывод, что количество ссылок не оказало должного влияния на оценку сайтов. А вот число ссылок с донора на продвигаемый сайт явно нельзя игнорировать: у проектов, чьи позиции сохранились или улучшились после запуска «Минусинска», количество ссылок с доноров существенно ниже. По оценкам экспертов Rookee, безопасное число ссылок с одного донора – не более 10.

Так как определить, попал ваш сайт под «Минусинск» или нет? Об этом поговорим далее.



Кто виноват и что делать?

Как только был анонсирован «Минусинск», владельцы 8890 сайтов через сервис Яндекс.Вебмастер получили письмо с предупреждением:

Сообщения

[+ Яндекс.Виджет](#)[Все сообщения](#)[← Ctrl](#) [предыдущее](#) [следующее](#) [Ctrl →](#)

Сайты, продвигающиеся SEO-ссылками, будут ограничены в ранжировании

15.04.2015

Добрый день!

Яндекс неоднократно заявлял, что SEO-ссылки искажают полезный сигнал о качестве и авторитетности сайтов и негативно влияют на экосистему интернета. Вместо улучшения качества сайта и сервиса ресурсы тратятся на накрутку и финансирование создания низкокачественных сайтов для продажи ссылок.

В прошлом году мы полностью отключили учет ссылок в ранжировании для части коммерческих запросов в Москве. Это привело к некоторым изменениям в соответствующих тематиках, однако использование SEO-ссылок продолжает оставаться массовым видом спама.

Мы приняли решение сделать следующий шаг: начиная с 15 мая сайты, для продвижения которых используются SEO-ссылки, могут ранжироваться ниже (http://webmaster.ya.ru/replies.xml?item_no=20143).

Среди сайтов, связанных с Вашей учетной записью, нами обнаружены сайты, для продвижения которых используется большое количество SEO-ссылок.

Во избежание ограничений в ранжировании мы настоятельно рекомендуем Вам отказаться от использования SEO-ссылок и других некорректных способов продвижения. Поскольку на снятие ссылок и переобход соответствующих страниц потребуются некоторое время, мы рекомендуем действовать как можно быстрее. По мере переиндексации страниц, на которых размещались ссылки, ссылочный профиль Вашего сайта улучшится, и риск ограничений в ранжировании исчезнет. Данный процесс автоматизирован, и как-либо дополнительно сообщать Яндексу, что Вы произвели соответствующие улучшения, не нужно.

Команда Поиска Яндекса

Рис. 13. Предупреждение Яндекса об использовании большого количества SEO-ссылок

21 мая на третьей «Вебмастерской» Яндекс представил [первые результаты](#) работы алгоритма:

- 37% сайтов из рассылки (писем с предупреждением) значительно сократили количество используемых SEO-ссылок;
- из оставшихся 63% сайтов 15 мая 488 сайтов были понижены в выдаче в среднем на 20 пунктов;
- доля покупателей SEO-ссылок в ТОП 10 с 15 апреля сократилась на 12,5%, доля SEO-ссылок в базе отечественного поисковика – на 21,7%.

По словам Яндекса, «топить» конкурентов с помощью закупки на их сайты ссылок и «прогона» по базам каталогов не получится, поскольку в алгоритме на этот случай предусмотрен защитный механизм, методика работы которого не разглашается.

Как распознать «Минусинск»

По заявлению представителей Яндекса, последующие итерации алгоритма будут происходить без рассылки предупреждений. Поэтому особенно важно понимать, что происходит с сайтом в случае резкой потери позиций/трафика.



В первую очередь следует сравнить позиции сайта на текущий момент с данными за 9–14 мая 2015 г. Если по большому числу продвигаемых запросов (до 50–70%) наблюдается падение на 10–30 пунктов, можно диагностировать «Минусинск». Следствием такого проседания является резкое снижение трафика на сайт:

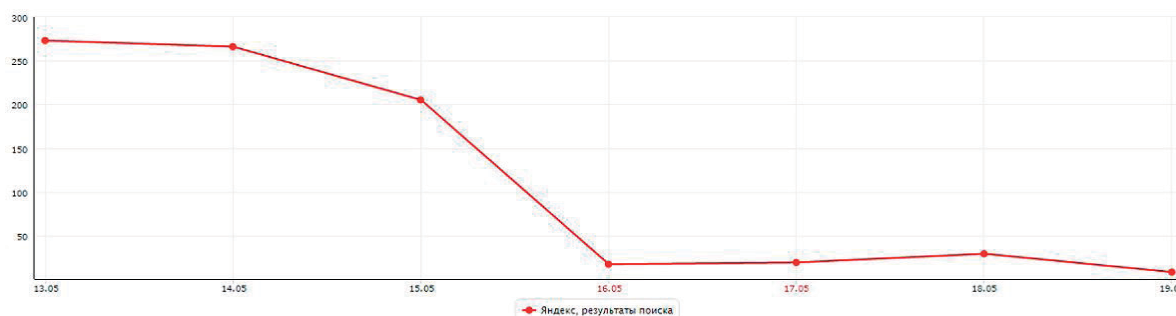


Рис. 14. Изменение поискового трафика на сайт после запуска «Минусинска»

Как скоро сайт восстановит позиции? Вот что [говорит](#) по поводу ресурсов, попавших под «Минусинск», руководитель поисковых сервисов Яндекса Александр Садовский:

— После того как SEO-ссылки будут сняты, сайту необходимо дождаться переиндексации всех страниц, на которых они были размещены, и дальше через некоторое время он выйдет из-под санкций. Период будет достаточным для того, чтобы экономика сайта могла пострадать. Речь идет о сроках не в неделю, а от нескольких месяцев до полугода. Уведомлять Яндекс отдельно о снятии ссылок не нужно. Алгоритм работает автоматически.



Также для проверки наличия санкций «Минусинска» можно использовать следующую конструкцию¹:

(url:site1.ru | url:site2.ru),

где site1.ru – это проверяемый сайт,

site2.ru – ресурс, заведомо уступающий в качестве продвигаемому, например, _____ сайт под фильтром.

¹ На момент подготовки книги к изданию данный метод проверки был актуален.



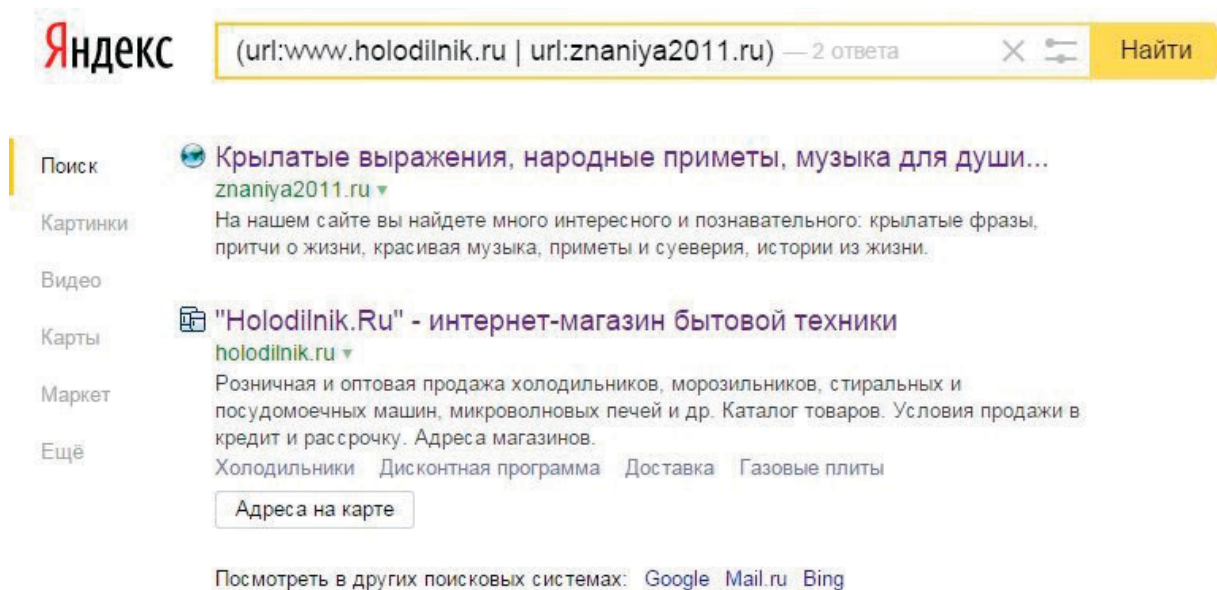
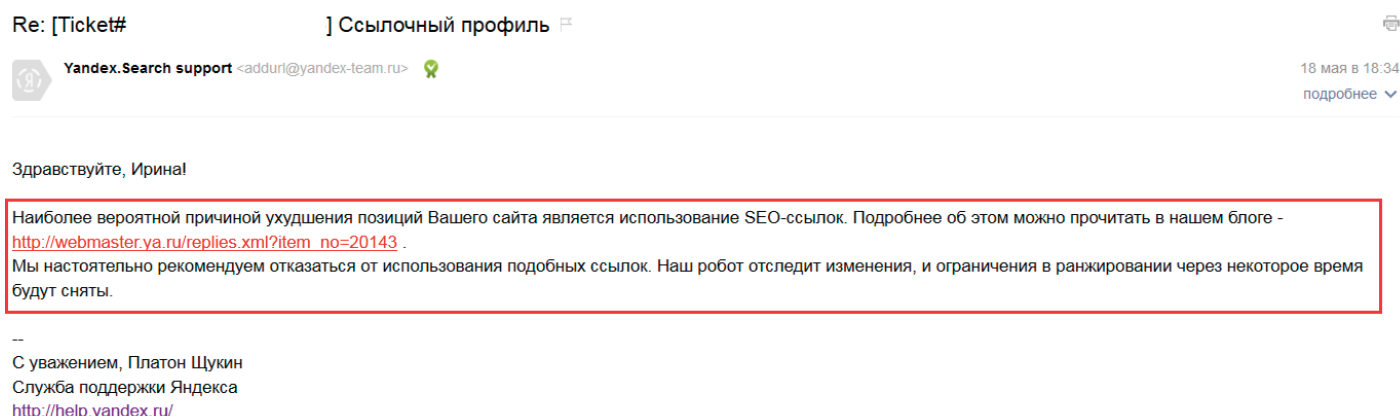


Рис. 15. Пример более высокого ранжирования сайта, который заведомо хуже ресурса, попавшего под «Минусинск»

По нашим наблюдениям, на решение о наложении санкций влияют два фактора: доля SEO-ссылок в общем объеме ссылок на сайт и число внешних ссылок. Под «Минусинск» попали ресурсы, в ссылочном профиле которых насчитывалось не менее 1000 внешних ссылок, а отношение числа SEO-ссылок к естественным было не в пользу последних.

Точный ответ о том, находится ли ваш сайт под «Минусинском», может дать поддержка Яндекса:



В Яндекс.Вебмастере появился специальный раздел о ссылочном профиле сайта, в котором есть форма для вопросов:



Рис. 16. Фрагмент интерфейса Яндекс.Вебмастера

Итак, понять, что ваш сайт попал под действие «Минусинска», можно по следующим признакам:

- средняя позиция по продвигаемым запросам потеряла от 10 до 30 пунктов, резко сократился объем трафика на сайт;
- есть письмо от службы поддержки Яндекса о том, что сайт попал под алгоритм.

По нашим наблюдениям, сайтам с малым количеством внешних ссылок (менее 1000 при условии, что наряду с SEO-ссылками присутствуют и естественные) можно пока не опасаться санкций со стороны «Минусинска».

Что делать, если сайт попал под «Минусинск»

Если ваш сайт все-таки попал под действие «Минусинска», стоит придерживаться следующего алгоритма действий:

- задайте службе поддержки Яндекса вопрос о подтверждении наложения санкций;
- проанализируйте ссылочное окружение, составьте список неестественно размещенных ссылок, некачественных доноров;





- удалите некачественные ссылки. Для исполнения данного пункта придется приложить немало усилий, т. к. в некоторых случаях придется связываться с владельцами площадок, на которых размещены ссылки. Однако иного пути избавления от фильтра нет.



Помните, что при снятии с сайта большого количества ссылок возможно проседание позиций в поисковой системе Google. Поэтому, прежде чем чистить ссылки, а тем более избавляться от всей ссылочной массы, необходимо проанализировать видимость сайта в Google и выяснить, в первую очередь, не находится ли ресурс под ссылочным фильтром со стороны зарубежного поисковика.

Если есть подозрения, что сайт находится под санкциями Google за ссылки, чистка ссылочной массы может положительно сказаться на ранжировании ресурса. Если же все-таки с видимостью в Google у сайта все хорошо, стоит снимать ссылки постепенно, следя за динамикой в выдаче зарубежного поисковика.

- не допускайте повторного появления некачественных ссылок, ждите переучета ссылочного окружения. Сроки зависят от скорости выпадения ссылок из индекса (из письма поддержки Яндексa):

Здравствуйте!

Тут всё зависит не только от того насколько быстро Вы сможете снять ссылки, но и от особенностей переобхода сайтов, на которых они стояли. Дело в том, что переобход тех или иных страниц сайтов происходит автоматически в соответствии с политиками планирования и зависит от многих факторов, например, загруженности сервера, на котором расположен сайт. Как правило, на это требуется от двух недель до нескольких месяцев. После переобхода данные должны быть учтены алгоритмом. Каких-либо более конкретных сроков, я, к сожалению, на данный момент назвать не могу.

--

С уважением, Платон Щукин
Служба поддержки Яндексa
<http://help.yandex.ru/>

Рис. 17. Фрагмент письма от службы поддержки Яндексa

- сосредоточьтесь на привлечении пользователей из Google, компенсировав таким образом потерю трафика из Яндексa;



Подробнее об эффективной поисковой оптимизации сайтов под алгоритмы Google читайте в нашей книге [«Я ль на свете всех милее? Продвижение сайтов в Google»](#).

- приводите трафик из дополнительных источников (доски объявлений, форумы, тематические площадки, контекстная реклама и др.). Подробнее о наращивании естественной ссылочной массы читайте в следующей главе.

Пример

Рассмотрим на примерах действие алгоритма по предупреждению попадания сайта под «Минусинск».

1. Для сайта были выгружены ссылки из Яндекс.Вебмастера, составлен список сайтов-доноров через сервисы сбора внешних ссылок.
2. Проанализировано качество размещения внешних ссылок, качество площадок-доноров.
3. Предприняты меры по удалению некачественных ссылок с учетом их влияния на ранжирование в Google (как известно, в данной поисковой системе роль ссылочного ранжирования достаточно велика). При необходимости велись переговоры с веб-мастерами, выполнялось ручное снятие ссылок на биржах, осуществлялась переписка со службой поддержки Яндекса в рамках решения вопросов качества ссылочного окружения.

Первой реакцией на сокращение ссылочной массы на некоторых сайтах может быть ухудшение позиций. Однако в данном примере после двух текстовых и одного ссылочного апдейта Яндекса и переучета внутренних факторов ранжирования позиции сайта восстановились.



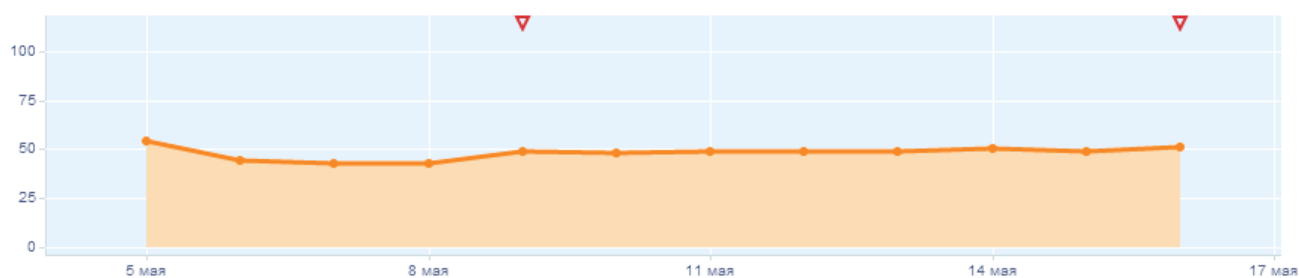


Рис. 18. Динамика позиций в Яндексе на фоне чистки ссылочной массы

Возникает логичный вопрос: какие ссылки считать неестественными, некачественными? Об этом мы подробно поговорим в следующей главе.

Светлана Овсянкина, ведущий специалист по поисковому продвижению Ingate Digital Agency:

— Комплексный подход к работе со ссылочной массой позволил Ingate Digital Agency свести к минимуму риски наших клиентов: из сотен проектов под «Минусинск» попало лишь три ресурса. Так, от «первой волны» пострадал проект, который был принят в работу незадолго до запуска алгоритма, и в столь сжатые сроки применение всего комплекса мер было недостаточно эффективным, поскольку «чистка» ссылочной массы фиксируется поисковыми системами лишь после ссылочного апдейта. Наши клиенты не боятся «Минусинска», поскольку при продвижении сайтов мы делаем ставку прежде всего на внутреннюю оптимизацию. Однако, как показывает наш опыт, стоит особое внимание уделять SEO-ссылкам, которые могли быть закуплены ранее другими компаниями/подрядчиками. Все это необходимо отслеживать и своевременно удалять.



Пример

Посмотрим на ссылочный профиль сайта, который получил письмо с предупреждением от Яндекса. Отметим, что ресурс находился под ссылочным фильтром Google.



Referring Pages

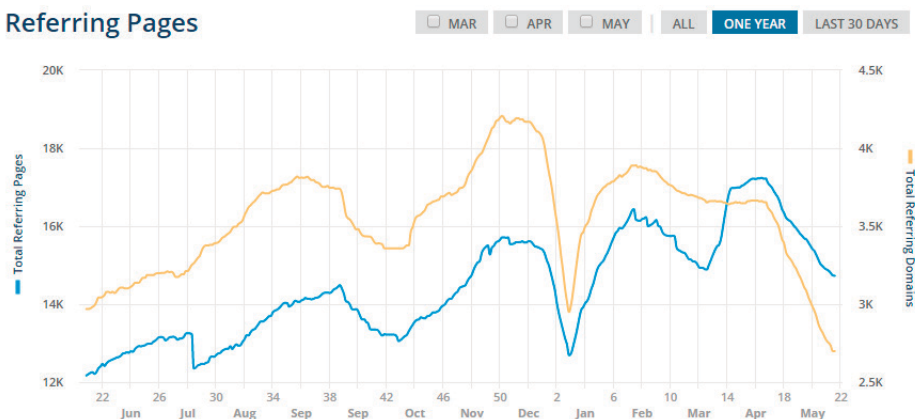


Рис. 19. Ссылочный профиль сайта

На графике видно, как уменьшилось число ссылок на сайт с апреля по май.

В этот же период повысилась средняя позиция в Google:

Средняя позиция проекта в поисковых системах



Рис. 20. Динамика позиций сайта в Google

И хотя рост средней позиции не столь существенен, с учетом санкций Google это позитивная динамика. Как сайт отреагировал на запуск «Минусинска»? Его позиции сохранились на прежнем уровне:

Средняя позиция проекта в поисковых системах



Рис. 21. Средняя позиция в Яндексe



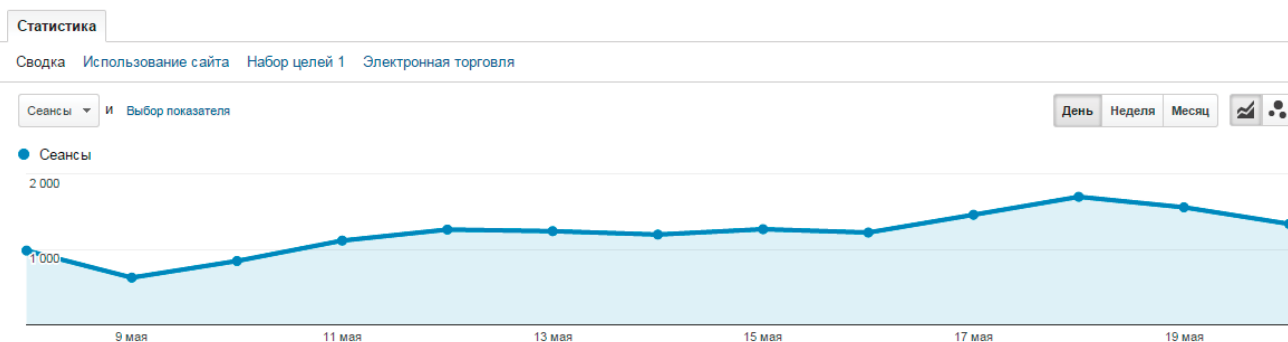


Рис. 22. Трафик из органической выдачи

Вторую волну «Минусинска» сайт также пережил без потерь. Есть все шансы, что такая тенденция для данного проекта сохранится и в дальнейшем. Планируется продолжение работ по улучшению коммерческих и поведенческих факторов и наращиванию естественной ссылочной массы (подробнее об этом см. [далее](#)).

Пример

А теперь рассмотрим сайт медицинской клиники, попавший под карательные действия алгоритма «Минусинск». После оценки ссылочной массы было выявлено порядка 4000 неестественных некачественных ссылок, ведущих на ресурс. Заблаговременная проверка качества ссылочного окружения не проводилась, ссылки не снимались.

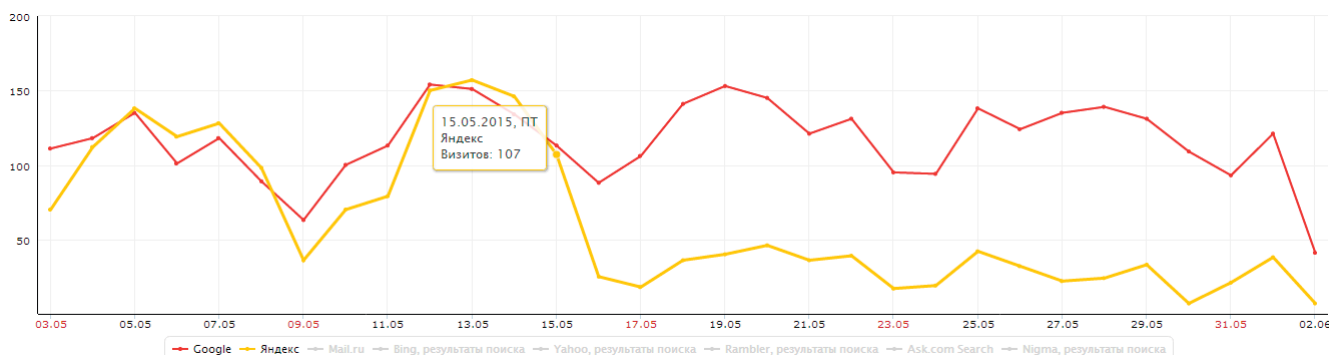


Рис. 23. Динамика позиций в Яндексе (желтый график) и Google

На графике отчетливо видно снижение числа переходов из Яндекса после запуска алгоритма «Минусинск». О том, по каким критериям ссылки на сайт были признаны низкокачественными, мы поговорим подробнее в разделе «Определение качества ссылок».



Пример

Спустя неделю после заявления Яндекса о скором запуске «Минусинска» владелец сайта снял все ссылки, купленные в сервисе Rookee. Первым среагировал Google: уже к 28 апреля позиции ресурса серьезно просели. Однако от «Минусинска» снятие ссылок данный сайт не спасло: 16 мая позиции просели на 20 пунктов и в отечественном поисковике.



Рис. 24. Пример динамики позиций в Яндексе (красный график) и Google

Основной ошибкой в данном примере можно назвать массовое снятие ссылок без оценки их качества и влияния на ранжирование сайтов в Google. Почему сайт все-таки попал под «Минусинск»? Можно предположить, что Яндекс не успел проиндексировать изменения, при этом позиции в Google были утрачены. На момент публикации книги ранжирование сайта в Яндексе не улучшилось.

Чтобы **не попасть под действие новой волны «Минусинска»**, рекомендуем придерживаться следующего алгоритма:

1. С особой тщательностью отбирайте площадки-доноры для новых ссылок.
2. Плавнo скорректируйте ссылочную массу, т. к. во многих случаях проиндексированные ссылки обеспечивали ТОП по многим запросам, в т. ч. в Google.
3. Продолжайте проводить текстовую и техническую оптимизацию сайта, чтобы усилить влияние других факторов ранжирования.

В любом случае, после запуска «Минусинска» работа со ссылочной массой должна проводиться с предельной осторожностью и повышенным вниманием к качеству ссылок. О том, какие методы работы со ссылками сегодня наиболее актуальны и перспективны, мы поговорим в главе «Работа со ссылками в условиях текущих алгоритмов».



Санкции и фильтры поисковых систем

Конечно, сегодня в разрезе санкций за использование SEO-ссылок чаще всего вспоминают «Минусинск». Между тем существуют и **другие сценарии понижения сайта в поисковой выдаче Яндекса**, обусловленные некорректной работой со ссылочной массой.

1. «Ссылочный взрыв» – вид санкций, которым чревато резкое увеличение количества ссылок на ресурс.

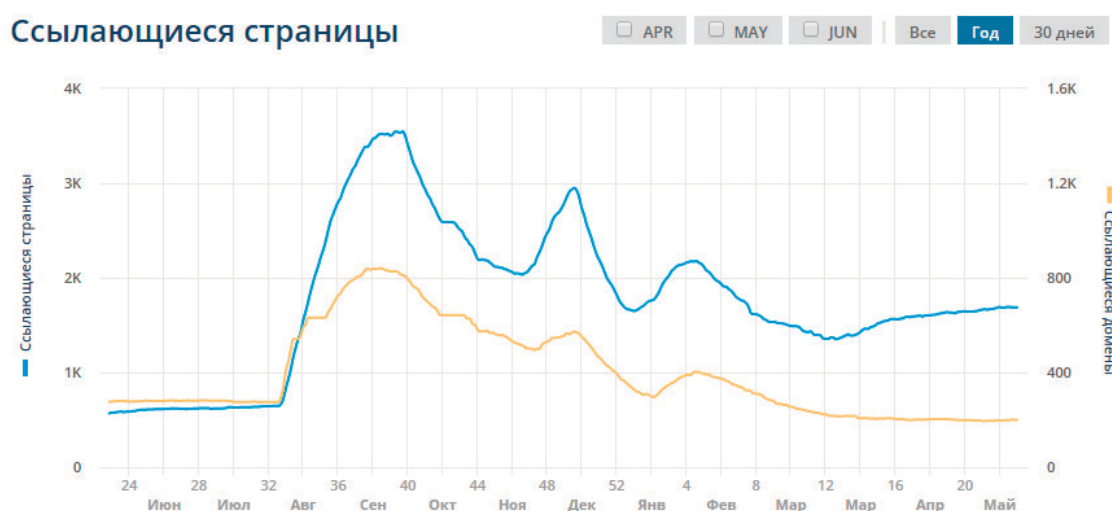


Рис. 25. Ссылочный профиль сайта, где желтый график – ссылающиеся домены, голубой – ссылающиеся страницы

Как идентифицировать

Проявляется в отсутствии динамики по позициям в условиях активного наращивания ссылочной массы: ссылки, которые стали причиной «ссылочного взрыва», поисковыми системами просто не учитываются.

Если резкий скачок ссылочной массы сопровождается понижением видимости сайта, значит, ресурс содержит явные признаки внутреннего переспама, а «ссылочный взрыв» являлся своего рода катализатором, повлекшим за собой пессимизацию.

Как снять

Необходимо постепенно убрать большую часть ссылок, резкое их снятие может быть воспринято поисковой системой как мигание² ссылочной массы, что повлечет за собой увеличение сроков действия фильтра и затруднит его снятие. Как только вы увидите положительную динамику в позициях, можно возобновлять планомерное наращивание ссылочной массы с учетом совершенных ранее ошибок.

² Мигание ссылок – это периодическое появление и исчезновение ссылок в сети. Обычно мигание ссылочной массы происходит при закупке арендных ссылок в ссылочных агрегаторах и на биржах.





Пример

Допустим, вы закупаете пачку ссылок на бирже и забываете их оплатить, ссылки снимаются и выпадают из индекса, затем происходит оплата и ссылки восстанавливаются. Или, например, сайт-донор стал недоступен и на какое-то время выпал из индекса. В результате в глазах поисковой системы ссылки «мигают» (то попадают в индекс, то выпадают). Это негативно влияет на продвижение сайта, т. к. поисковая система, наблюдая мигание ссылок, идентифицирует их как покупные и сводит их вес к минимуму.

Входящие ссылки

Ниже представлены данные об истории изменения числа входящих внешних ссылок на сайт. Хранится история за последние 3 месяца.

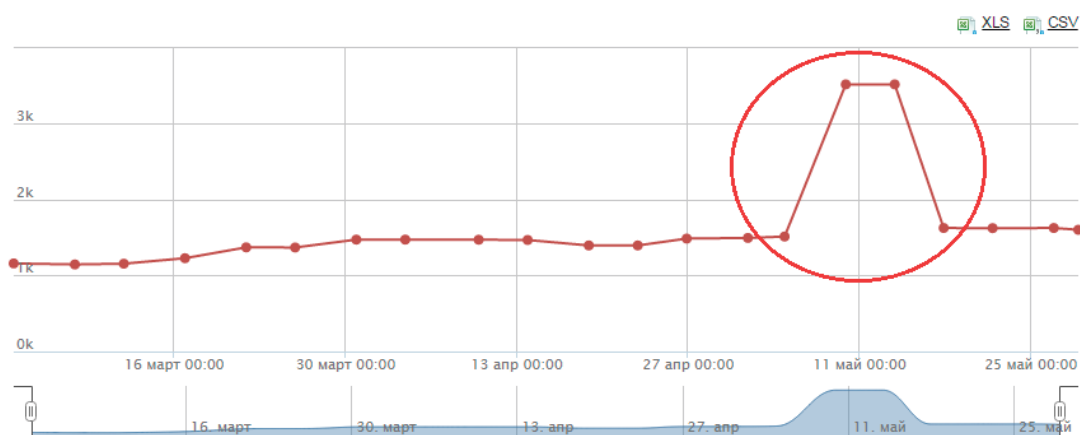


Рис. 26. Ссылочный профиль сайта с примером мигания ссылок

- 2. Фильтр за «плохие ссылки» (некачественную ссылочную массу)** – вид санкций, который может быть наложен на ресурсы, ссылочная масса которых в большинстве своем состоит из низкокачественных доноров.

Как идентифицировать

Сайт резко понижается в выдаче из-за того, что обнуляется действие всей ссылочной массы. Наиболее заметно на высокочастотных (ВЧ) и среднечастотных (СЧ) запросах, т. к. низкочастотные (НЧ) запросы могут хорошо ранжироваться в выдаче и за счет одних лишь внутренних факторов.

Как показывает практика, данный фильтр накладывается на сайты не только при большом числе внешних ссылок низкого качества. Поводом могут стать и признаки спамности во внутреннем наполнении сайта, в большей степени это относится к текстовой составляющей и метатегам. В этом случае при обращении в поддержку Яндекса вы можете получить следующий ответ:



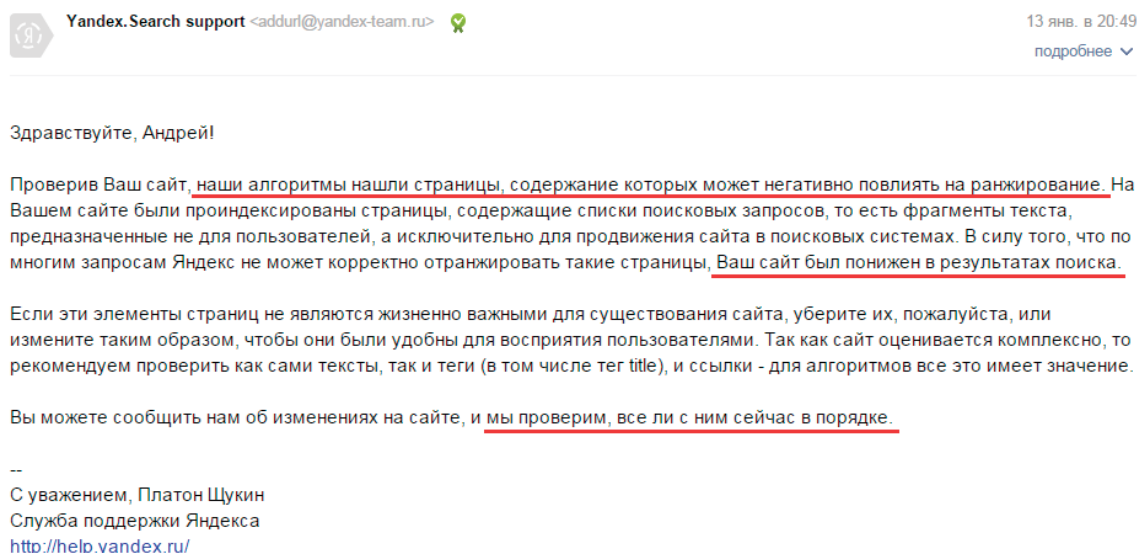


Рис. 27. Фрагмент письма от службы поддержки Яндекса

Также данному фильтру подвержены сайты-линкопомойки – ресурсы, на которых размещено большое количество индексируемых ссылок на другие сайты.

Дарья Кузнецова, специалист по поисковому продвижению Ingate Digital Agency:

— Подробно останавливаться на случаях пессимизации сайтов-линкопомоек мы не будем, т. к. владельцы коммерческих сайтов, ориентированных на получение прибыли за счет привлечения клиентов, а не продажи мест под ссылки, не будут добровольно размещать большое число рекламных ссылок на своем ресурсе. Не считая тех случаев, когда сайт был взломан и ссылки были размещены без ведома владельца. В такой ситуации необходимо сменить доступы к сайту, очистить ресурс от сторонних ссылок и обязательно провести работы по поиску и устранению уязвимостей.



Как снять

Необходимо чистить ссылки либо полностью удалять ссылочную массу (с оглядкой на ранжирование в Google). После снятия плохих ссылок нужно провести работы по получению новых, в большинстве своем это должны быть качественные, естественные ссылки.

Также необходимо работать над содержанием сайта, улучшать контент, поскольку, как уже было сказано, некачественная ссылочная масса обычно сопровождается внутренней переоптимизацией (злоупотреблением методиками поискового продвижения).



Актуальность данных санкций на фоне снижения роли ссылок, конечно, спорна. Однако практика показывает, что ссылки по сей день оказывают определенное влияние на ранжирование сайта. Поэтому при реализации ссылочной стратегии не стоит забывать о качестве ссылочной массы и плановости ее наращивания.

Наиболее распространенными **фильтрами поисковой системы Google**, которые касаются работы со ссылками, являются три типа санкций:

1. **CO-citation Linking Filter** – фильтр «Плохое соседство». Накладывается на сайт, если какой-либо ресурс ссылается одновременно и на него, и на «плохой» акцептор (например, на порносайт). Проявляется в снижении позиций в поисковой выдаче.

Как избежать

Чтобы не попасть под данный фильтр, необходимо внимательно проверять площадки-доноры на наличие ссылок на некачественные акцепторы и получать ссылки только с достойных тематических сайтов.

2. **Too Many Links at Once Filter** – фильтр, который накладывается за слишком резкий прирост ссылочной массы, так называемый «ссылочный бум».

Как избежать

Следите за тем, чтобы наращивание ссылочной массы было постепенным. Если все-таки число ссылок резко возросло и вы попали под санкции, необходимо замедлить процесс размещения новых ссылок. Важно: не снимайте уже имеющиеся ссылки и ждите не менее месяца, пока поисковая система не переоценит ваше ссылочное окружение и не снимет фильтр с ресурса.

3. **Penguin** – фильтр, который накладывается за низкокачественную ссылочную массу, продажу ссылок и шаблонный контент.

Как избежать

Как правило, для наложения данного фильтра недостаточно ссылочной массы низкого качества: поисковая система оценивает совокупность нескольких факторов. Важно следить за качеством контента, отсутствием внутреннего переспама, критериями площадок-доноров и пр.

Если вы не знаете, как выйти из-под «Минусинска»,
или не хотите попасть под санкции, обратитесь к нашим экспертам.

Получить помощь экспертов





ГЛАВА 3. РАБОТА СО ССЫЛКАМИ В УСЛОВИЯХ ТЕКУЩИХ АЛГОРИТМОВ

Определение качества ссылок

Оценка качества ссылок – это приоритетная задача в рамках повышения эффективности сайта и снижения риска санкций со стороны «Минусинска».

Узнать, какие ссылки учитываются отечественной поисковой системой и влияют на ранжирование сайта, можно через сервис Яндекс.Вебмастер. Если данный инструмент ранее не использовался, необходимо зарегистрировать сайт в Вебмастере, разместить код панели на ресурсе и выполнить все необходимые настройки для удобства работы: отображение ссылок внутренних, внешних, индексирование, присваивание региона, количество ошибок на сайте и т. п.

Внешние Внутренние

Список сайтов, страницы которых ссылаются на указанную страницу или раздел вашего сайта. Используйте ссылку "все с сайта", чтобы увидеть все такие страницы для конкретного сайта.

i Вы можете использовать знак «*» («один и более символов») на конце URL, чтобы увидеть все сайты, ссылающиеся на определённый раздел вашего сайта.

* Показать

Например: /document.html или /forum/*

Показать: за весь период ▼ Ссылающихся сайтов: 150, внешних ссылок (приблизительно): 3624

Сайт

| |
|---|
| подскажите где можно купить чистый бланк медицинской книжки? otvet.mail.ru все с сайта |
| 10 опасных вещей в вашем доме // Экспресс газета www.eg.ru все с сайта |

Рис. 28. Раздел входящих ссылок в Яндекс.Вебмастере

Получить список всех ссылок, имеющих отношение к сайту, можно и при помощи сервиса ahrefs.com. После того, как сформирована выгрузка ссылочной массы, необходимо проверить ее по нескольким критериям.



1. Тематичность ссылки

Ссылка не может считаться качественной, если она нетематична статье либо статья нетематична ресурсу.

Преданный садовник / Constant Gardener



Orion | [Найти все сообщения \(46\)](#) »
Отправлено [28 Марта 2006 года](#)

Перейти: [Развлечения](#) [Отдых, Юмор](#)

В отдаленном уголке на севере Кении находят тело Тессы Куэйл, участницы движения за права человека. Врач, которой был ее компаньоном, бесследно исчез, а улики, найденные на месте преступления, указывают на то, что убийство было совершено на сексуальной почве. Сотрудники британского дипломатического представительства в Найроби считают, что муж Тессы, их скромный и тихий коллега Джастин Куэйл, не должен сам заниматься расследованием. Однако преследуемый слухами о неверности его покойной жены, Джастин, ко всеобщему удивлению, берется за раскрытие тайны гибели Тессы. Совершая одиссею по трем континентам и используя возможность доступа к дипломатическим секретам, он в итоге обнаруживает связь между местными политиками и руководителями крупнейшей на Западе фармацевтической компании, поставляющей в Африку опасные для жизни медикаменты.

[Реклама от Google](#)

[Цены на отдых](#)

[Отдых в криму в](#)

Рекламный блок: [Подготовка к зачатию в Москве, обследование](#)

Рис. 29. Пример нетематичной ссылки

Например (рис. 29), ссылка медицинского центра размещена на развлекательном портале, тема страницы – приключенческий роман. Ссылка нетематична странице, где располагается, и нетематична ресурсу, т. е. вряд ли поисковая система сочтет ее естественной и полезной.

2. Разнообразие анкорного листа

Многие ссылки однообразны, имеют одинаковый анкор, окружающий текст или дублируются? Для поисковых систем это явный признак того, что они проставлены исключительно для влияния на ранжирование.

3. Неестественность ссылок

Речь идет о ссылках, размещенных в подвале сайта, написанных мелким шрифтом, оформленным в цвет фона страницы и пр. Это также является сигналом к тому, что ссылки размещены не для удобства пользователей:

[Все для Photoshop](#) [Клипарт](#) [Украшение Windows](#) [Скины](#) [Интернет и Веб-дизайн](#) [Книги](#) [Программы](#) [Для мобильного](#) [Новости сайта](#) [Форум](#) [Расширенный поиск](#) [Обратная](#)

Copyright © 2007-2010
При копировании информации с сайта ссылка обязательна!!!
[Правила сайта](#) | [Реклама на сайте](#)

Sp 10G 322

[Сдать анализы в центре в Москве](#)

Рис. 30. Пример ссылки, написанной слишком мелким шрифтом

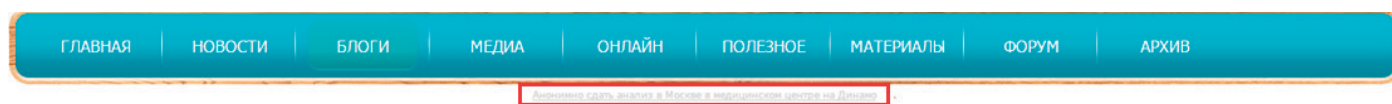


Рис. 31. Пример ссылки, которая сливается с цветом фона

Все приведенные ссылки (рис. 30, 31) практически не видны посетителям, при этом они присутствуют в коде страницы и индексируются. Поисковыми системами подобные действия воспринимаются как попытка обмануть пользователей и поискового робота. Такие ссылки считаются некачественными и могут не только не учитываться, но и стать причиной пессимизации сайта в выдаче.

4. Плохое соседство

Ссылка не должна располагаться по соседству с теми, которые ведут на сайты со взрослым контентом (рис. 32, часть контента скрыта из соображений этики):

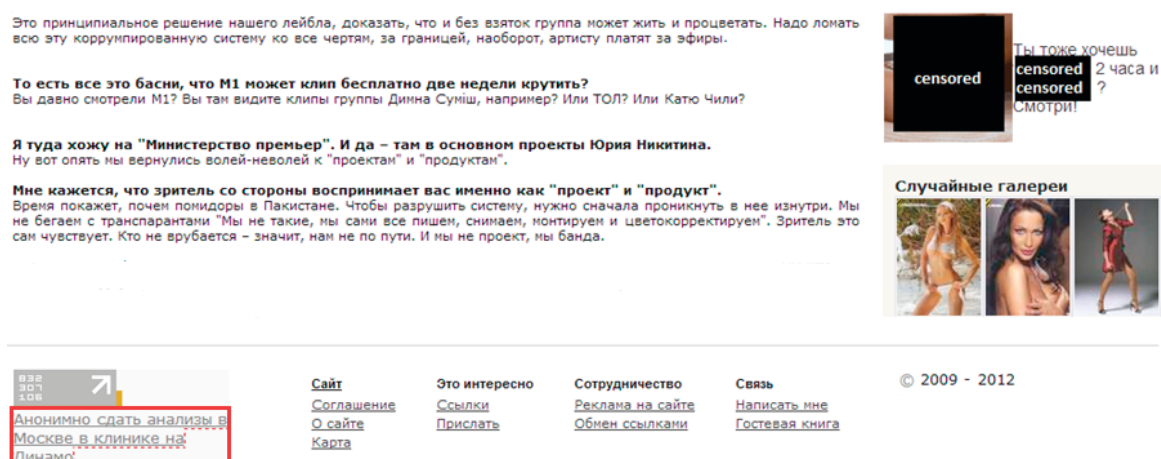


Рис. 32. Пример плохого соседства внешней ссылки на сайт

5. Низкое качество площадки-донора

Даже если ссылка проставлена корректно и максимально удобно для пользователя, важно смотреть на качество страницы-донора. Существует несколько критериев оценки:

- **Количество внешних ссылок на странице** – чем больше ссылок, тем меньший вес передается по каждой из них.
- **Уровень домена** – предпочтительнее ссылки с доменов первого уровня (site.ru).
- **Уровень вложенности страницы** – оптимальны страницы не более третьего уровня вложенности.



- **Наличие в индексе Яндекса и Google** – страницы, которых нет в индексе поисковых систем, не передают вес.
- **Возраст и информативность домена** – вес, который передает сайт, во многом зависит от его возраста. Нежелательны ссылки с молодых ресурсов и сайтов, созданных исключительно для размещения/продажи ссылок, таких как:

Дорвеи – сайты, оптимизированные под один или несколько запросов. Не содержат никакой полезной информации, служат лишь для перенаправления посетителей на другой ресурс.

Одностраничные сайты или совокупности страниц, представляющие из себя псевдоресурс, не несущий полезной информации.

Сателлиты – небольшие сайты-спутники, созданные исключительно для продвижения основного ресурса. Ссылки с такого донора чреваты санкциями как для самого сателлита, так и для продвигаемого сайта.

К этой же категории нежелательных площадок стоит отнести порносайты, линкопомойки и прочие ресурсы сомнительного содержания.

показано 1 - 20 из 274,058 найденных результатов

1000 строк в CSV Все строки в CSV

| ## | URL | УВ | анкор |
|----|--|----|-----------------------------------|
| 1. | Fuck Tube, Porn Videos - FuQ.com fuq.org.uk/ 223Kb | 1 | купить смеситель |
| 2. | Jeans Vids Free Porn Finder jeansvids.com/ 288Kb | 1 | здесь |
| 3. | Безопасный Список Порно Сайтов bb-sp.ru/ 146Kb | 1 | раковины |
| 4. | Топорно - список порносайтов toporno.ru/ 72Kb | 1 | |
| 5. | Sex Videos :: Video Post video-post.com/ 432Kb | 1 | тут |
| 6. | XXX Tube Videos at Giga.xxx giga.xxx/ 729Kb | 1 | купить раковину на кухню в москве |
| 7. | My Porn Bookmarks - All The Best Porn Sites, One Bookmark! mypornbookmarks.com/ 283Kb | 1 | |
| 8. | Safe Porn Sites - Safe Free Porn Sites safefreepornsites.com/ 34Kb | 1 | тут |

Рис. 33. Пример площадок-доноров низкого качества

- **Регион** сайта-донора – более полезными будут ссылки с ресурсов того же региона, что и продвигаемый сайт.





- Наличие площадки **в каталоге YACA** (Яндекс) или **DMOZ** (Google) – это придает большую авторитетность и вес донору, причем раздел каталога должен быть тематичен продвигаемому ресурсу.
- **Доменная зона** – предпочтительнее домены с транслитерацией (не русскоязычная зона «.рф») для лучшей идентификации URL страницы поисковыми системами.
- **Тематика площадки** – она должна быть схожей с тематикой продвигаемого ресурса.
- **Ключевые слова** в <title>, тексте – по этим критериям определяется тематичность площадки, качество ссылочного окружения.
- **Наличие модерации** сайта (форумов, каталогов и пр.) – немодерируемые ресурсы никак нельзя назвать качественными.

Также **нежелательно** сосредоточение всей ссылочной массы на 1–2 страницах (часто это бывает главная страница сайта), полное отсутствие естественной ссылочной массы, мигание ссылок, резкое увеличение их числа.

Мы намеренно отметили только резкое увеличение числа ссылок, поскольку наличие санкций за снятие большого объема ссылок в свете последних событий под вопросом:

P.S. Пессимизаций за резкое сокращение ссылочных масс у нас нет.

--

С уважением, Платон Щукин
Служба поддержки Яндекса
<http://help.yandex.ru/>

Рис. 34. Фрагмент письма от службы поддержки Яндекса

Между тем, если не проверить ссылки перед их массовым удалением, вместе с нежелательными могут быть удалены ссылки качественные, которые обеспечивали достигнутые ранее позиции:



Рис. 35. Пример потери позиций сайта после полного снятия ссылок

Если же провести качественную чистку ссылочной массы, это не только снизит вероятность пессимизации сайта «Минусинском», но и позволит улучшить позиции сайта:



Рис. 36. Пример улучшения позиций сайта после чистки ссылочного окружения

Внутренняя перелинковка

В условиях снижения влияния ссылок и усиления возможных санкций за манипулирование внешней ссылочной массой важно не забывать о внутренней перелинковке сайта.

Грамотная **внутренняя перелинковка** позволяет передавать вес основным продвигаемым страницам и за счет внутренних ресурсов проекта повышать их релевантность для поисковых систем. Наиболее актуально это для среднечастотных и низкочастотных запросов.

Например, если вы хотите увеличить вес продвигаемой страницы, можно ставить на нее ссылки по продвигаемому запросу со всех страниц сайта, где упоминаются данные ключевые фразы. А для увеличения веса разводящих страниц каталога интернет-магазина следует ссылаться на них со всех карточек товаров данного раздела



или подраздела. Предположим, у вас есть 45 карточек с описанием брюк, если с каждой из них будет вести ссылка на разводящую страницу «Брюки», вес последней существенно увеличится.

Помимо этого внутренняя перелинковка позволяет:

- улучшить индексацию сайта – заходя на сайт, поисковый робот «пробегает» по ссылкам на ресурсе (т. е. зайдя на страницу и найдя на ней ссылку на новый HTML-документ, он обязательно его проиндексирует);
- оптимизировать юзабилити сайта, улучшить поведенческие факторы – посетитель, переходя по внутренним ссылкам на сайте, легче ориентируется в поисках необходимой информации и функционала, проводит на ресурсе больше времени, что хорошо сказывается на поведенческих характеристиках.

Внутренняя перелинковка может быть «ручной», когда из текста ставится ссылка с какого-либо слова или словосочетания на страницу, разъясняющую его значение. Такая перелинковка активно используется в Википедии:

Минусинск — город (с 1822) в Красноярском крае России.
Административный центр Минусинского района и городского округа
город Минусинск.
Население — 68 867^[1] чел. (2014).
Город расположен на обоих берегах протока Енисея, в 12 км от
одноимённой железнодорожной станции, в 25 км от Абакана, в 422 км к
югу от Красноярска.
Минусинск — один из старинных городов Восточной Сибири.
Расположен в центре обширной лесостепной Минусинской котловины,
окружённой со всех сторон горами.

Рис. 37. Пример внутренней перелинковки на странице сайта

Подобная перелинковка раньше часто применялась для передачи анкорного веса странице по продвигаемым запросам, т. е. в качестве анкора ссылки выбирался запрос, который либо уже есть в тексте, либо вставлен туда искусственно. Сейчас, если переборщить с такого рода перелинковкой, можно попасть под санкции Яндекса за переоптимизацию. Однако умеренное использование подобных методов может дать неплохие результаты для продвижения НЧ и СЧ запросов. Проблема только в том, что,



если ссылка поставлена не к месту, по ней не будут переходить посетители, т. к. для них она будет бесполезной, и никакого улучшения поведенческих характеристик ждать не придется.

разобранном состоянии он соответствует всем требованиям, предъявляемым к спальному месту.

Достоинства раскладных диванов обеспечивает их конструкция, напоминающая традиционную раскладушку. Принцип действия механизма заключается в следующем: цельный матрас складывается и вместе с металлическими ножками убирается под стационарное сидение дивана. Комфортность и надежность в эксплуатации спального места гарантирует прочный каркас из металла и гнущиеся



Рис. 38. Пример бесполезной для пользователя ссылки

Существуют так называемые **автоматические способы проставления ссылок** для внутренней перелинковки. К ним относятся:

- Карта сайта:

Карта сайта

[Раскрутка и поисковая оптимизация сайта](#)

[Продвижение сайтов](#)

→ [Пакет "МАСТЕР"](#)

→ [Пакет "Профессионал"](#)

→ [Пакет "Эксперт"](#)

[Контекстная реклама](#)

[SEO оптимизация сайта](#)

[Аудит сайта](#)

→ [Seo аудит](#)

→ [Технический аудит](#)

→ [usability аудит](#)

[Как мы работаем?](#)

[Разработка и проведение рекламной кампании](#)

→ [Рекламная кампания в интернете как эффективный способ раскрутки сайта](#)

→ [В чем преимущество рекламы в сети?](#)

→ [Выбор рекламных компаний для раскрутки сайта](#)

[Интернет-маркетинг. Реклама в интернете](#)

[Агентство интернет-рекламы Ingate](#)

[Решения для интернет-магазинов](#)

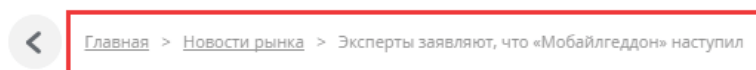
[Эффективность продвижения в Yandex, Google, Rambler](#)

[Вебинары](#)

[Публикации специалистов по продвижению сайтов Ingate](#)

Рис. 39. Фрагмент карты сайта promo.ingate.ru

- «Хлебные крошки», которые позволяют видеть путь до текущей страницы и быстро попадать в родительские разделы:

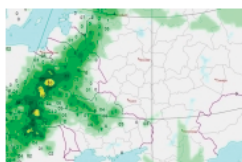


- Меню сайта (главное, боковое, в футере сайта)
- Ссылки на похожие статьи:

**Читайте также****[Извержение вулкана Синдакэ \(фото и видео\)](#)**

На данный момент гигант «взял паузу», синоптики, однако, не исключают возобновления его деятельности.

[Климат](#)

**[С запада надвигается конвективная угроза](#)**

В четверг и пятницу погодные условия на территории Центральной России будут определять грозовой фронт, смещающийся с Украины и Беларуси.

[Климат](#)

**[Назван главный «поставщик» кислорода на Земле](#)**

Эти крошечные микроорганизмы каждый год вырабатывают половину кислорода нашей планеты при помощи фотосинтеза.

[События](#)

Рис. 40. Пример раздела со ссылками на похожие статьи

- Блочная перелинковка на карточках товаров и каталогах: «Похожие товары», «Вы недавно смотрели» и т. п.
- Ссылки на разделы и подразделы на карточках товаров:

Размеры

45 x 45 см

Материал

хлопок

Артикул

111640

Производитель

COMPTOIR de FAMILLE

Тип товара: [СЕРВИРОВКА СТОЛА](#)

Подкатегория: [Текстиль для стола](#)

Рис. 41. Пример перелинковки на карточке товара

Использование различных методов внутренней перелинковки позволяет существенно оптимизировать сайт и улучшить его видимость в поисковых системах, особенно по НЧ запросам.

Наращивание естественной ссылочной массы

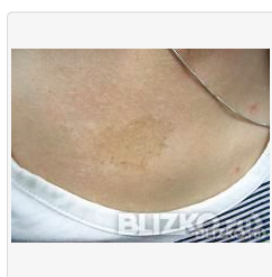
Наращивание естественной ссылочной массы позволяет не только улучшить ранжирование сайта, но и освоить новые каналы интернет-маркетинга, повысить узнаваемость бренда в сети. Например, вы можете разместить информацию о компании на



досках объявлений («Авито», «Из рук в руки», «Близко Ру» и т. д.). С одной стороны, вы получаете естественные ссылки на сайт, а с другой – лояльных заинтересованных пользователей, конверсия которых может быть достаточно высокой. Необходимо только следить за тем, каким путем посетитель доски объявлений сможет совершить транзакцию: надо ли ему для этого перейти на сайт (и передать ресурсу дополнительный вес) или он может, используя размещенную информацию, обратиться непосредственно в офис фирмы.

Лазерное удаление гиперпигментации и пигментных пятен

Обновлено 05.05.2015 **Имеются противопоказания. Проконсультируйтесь со специалистом.**



Цена:
договорная

ЗАПИСАТЬСЯ

Нажмите "Записаться" и
уточните условия записи

Магазин: **6 отзывов**

Телефон: +7 **Показать телефон**

Пожалуйста, скажите продавцу, что Вы нашли это
предложение на BLIZKO.ru (БЛИЗКО.РУ)

Характеристики:

Тип терапии лазерная

Пожаловаться

Описание товара

Информация о компании

Оплата

Контакты

Современная эстетическая медицина предлагает новые безопасные способы борьбы с **гиперпигментацией** на лице и теле, возрастными **пигментными пятнами**, веснушками, и т.п. – медицинские **лазеры**.

Рис. 42. Пример размещения информации об услуге на доске объявлений

Можно разместить карточку товара в отраслевых сервисах, оставить ссылку на тематических форумах – все это позволит привлечь реферальный трафик на сайт.

| URL | Визиты | Просмотры | Отказы | Глубина просмотра | Время на сайте |
|-------------------------------|----------|-----------|--------|-------------------|----------------|
| Итого и средние | 352 | 1 736 | 16,2% | 4,9 | 00:03:47 |
| novostroykin.ru/novostroyki/* | 91 25,9% | 623 35,9% | 2,2% | 6,8 | 00:04:56 |
| mosnovostroy.ru | 42 11,9% | 162 9,3% | 14,3% | 3,9 | 00:03:05 |

Рис. 43. Данные о числе переходов на сайт застройщика со сторонних ресурсов

| URL | Визиты | Просмотры | Отказы | Глубина просмотра | Время на сайте |
|-----------------|------------|-------------|--------|-------------------|----------------|
| Итого и средние | 209 888 | 1 441 645 | 3,3% | 6,9 | 00:04:25 |
| drive.ru | 2 709 1,3% | 18 885 1,3% | 1,6% | 7,0 | 00:04:48 |
| auto.ru/cars/* | 1 556 0,7% | 7 063 0,5% | 13,8% | 4,5 | 00:02:57 |
| autorambler.ru | 1 334 0,6% | 8 896 0,6% | 1,2% | 6,7 | 00:04:08 |

Рис. 44. Переходы со сторонних ресурсов на сайт автодилера



Как видно из приведенных примеров (рис. 43, 44), внешние каналы могут давать существенный приток лояльных пользователей: с низким показателем отказов, высокой глубиной просмотра страниц и значительным временем пребывания на сайте. Размещение в такого рода тематических каталогах по праву может считаться дополнительным каналом в рамках работ по продвижению сайта, привлечению на него трафика и увеличению продаж.

Естественные ссылки влияют на статический вес сайта и, соответственно, на его ранжирование. Если прибавить фактор ранжирования по кликам, можно с уверенностью сказать, что подобные ссылки способны улучшить позиции ресурса по продвигаемым запросам.

Ввиду того, что поисковые системы ужесточили меры по регулированию ссылочного ранжирования, естественные ссылки стали особенно актуальны как для продвижения, так и для привлечения трафика на сайт из дополнительных источников. К тому же увеличение их числа позволит изменить соотношение SEO-ссылок и естественных в пользу последних, что является одним из критериев оценки ресурса алгоритмом «Минусинск».

В числе методов получения естественных ссылок также стоит упомянуть:

- взаимодействие с популярными блогерами и представителями популярных площадок, которые могут разместить информацию/статью о вашей компании или товарах/услугах на определенных условиях;
- проведение акций, конкурсов, в т. ч. с использованием каналов социальных сетей;
- размещение ссылок на сайтах с отзывами и пр.



Подробнее о том, как работать с упоминаниями компании в сети, какие каналы повышения популярности бренда существуют, читайте в нашей книге [«BRAND №1: как повысить узнаваемость в сети»](#).





Ссылки сегодня: покупать нельзя оставить

Можно ли покупать ссылки в условиях текущих алгоритмов? Что делать с уже приобретенными ссылками? По мнению экспертов сервиса автоматического продвижения Rookee, анализ ситуации свидетельствует о том, что ссылки покупать можно, однако подходить к этому вопросу надо более ответственно.

Следует брать в расчет только трастовые площадки, которые не заспамлены ссылками. Необходимо проверять, чтобы донор был живым и интересным сайтом, а не созданным только для продажи ссылок. Если говорить об их типе, то помимо качественных арендных ссылок следует особое внимание обратить и на вечные ссылки. Хороший обзор о вашем сайте на другом ресурсе всегда будет полезен.

Даже если вы всегда закупали только качественные ссылки, со временем характеристики доноров могли измениться в худшую сторону. Поэтому необходимо регулярно проводить корректировку ссылочного профиля. Не реже одного раза в 6 месяцев нужно анализировать входящие ссылки сайта, удалять несоответствующие текущим критериям поисковых систем и настраивать закупку ссылок с более подходящих для вашего сайта ресурсов.

Артем Прудников, руководитель отдела рекламы и маркетинга Ingate Development (Rookee):

— В сервисе Rookee такая проверка проводится регулярно. Возможности автоматизированного сервиса позволяют реализовывать стратегии с индивидуальными настройками для каждого проекта и покупать ссылки:

- только с тех площадок, которые отвечают заданным требованиям;
- только с нужными анкерами;
- с определенным лимитом в день.

Также в рамках каждой стратегии может быть предусмотрен фильтр white-лист, позволяющий отбирать наиболее работоспособные площадки, которые автоматизированный сервис регулярно проверяет тестовыми простановками. Такой подход позволяет сделать работу над ссылочным профилем сайта максимально эффективной и безопасной.





Безусловно, необходимо учитывать тенденцию усиления внимания поисковых систем к качеству ссылок. В связи с этим неуклонно возрастают требования к уровню профессиональных знаний и возможностям автоматизации (для оценки большего числа параметров потенциально полезной ссылочной массы и площадок-доноров). Также важно следить за качеством продвигаемого ресурса. Ссылки – это лишь один из критериев ранжирования. Для успешного развития сайта необходимо работать над всей совокупностью факторов. Именно поэтому бывшие некогда ссылочными агрегаторами сервисы трансформируются в полноценные инструменты для комплексного продвижения (например, Rookee). Именно поэтому современные агентства интернет-рекламы предлагают не просто выход в ТОП, а комплексное развитие сайта для повышения уровня продаж с использованием всей совокупности каналов привлечения трафика.

Если у вас остались вопросы, вы можете задать их авторам книги.

[Задать вопрос автору](#)



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Алгоритм «Минусинск» хоть и коснулся пока лишь малой части интернет-ресурсов, навсегда изменил подход к работе со ссылками. Конечно, можно ничего не менять и надеяться на удачу. Однако важно помнить, что разработчики обещают запускать следующие итерации «Минусинка» без каких-либо предупреждений.

Качественная чистка ссылочной массы, оптимизация интернет-ресурса для усиления других факторов ранжирования, четкая стратегия по работе с естественными ссылками – вот гарантии повышения эффективности сайта и стабильности на фоне изменения алгоритмов поисковых систем.

Почему мы говорим о работе со ссылками при том, что их влияние на ранжирование неуклонно снижается? «Минусинск» наглядно показал, что ошибки, совершенные в прошлом, некачественные ссылки, которые были когда-либо куплены или возникли в процессе «жизни» сайта, могут аукнуться в любой момент. Мало отказаться от SEO-ссылок. Важно убрать те из них, которые угрожают позициям сайта, и сосредоточиться на работе с теми, которые способствуют выходу в ТОП и отвечают всем требованиям поисковых систем.

Если вы хотите обезопасить себя от действия алгоритма «Минусинск» или вам нужна помощь в оценке ссылочного окружения, оставьте заявку на нашем сайте.

Заявка на помощь экспертов

Ваши пожелания, отзывы и комментарии вы можете оставить [здесь](#).

Спасибо, что читали нас!

Книга является интеллектуальной собственностью общества с ограниченной ответственностью «Ингейт Реклама» (ООО «Ингейт Реклама») и охраняется законом об авторском праве. Полное или частичное копирование материалов с целью публичного воспроизведения и распространения допустимы исключительно с указанием активной ссылки на первоисточник или с письменного разрешения редакции.

© ООО «Ингейт Реклама», 2015

Хотите больше узнать об интернет-маркетинге?

Обучайтесь

Читайте портал [SEOnews](#), присоединяйтесь к проекту «[Лайкни](#)», участвуйте в наших [вебинарах](#). Там вы найдете максимум полезной информации по вопросам интернет-маркетинга.

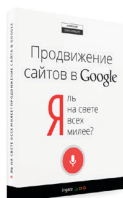
Следите за нашими публикациями

Мы постоянно обновляем наши учебные материалы по интернет-маркетингу на сайте [digital.ingate.ru](#). Книги из серии «Спроси Ingate» помогут вам разобраться в специфике интернет-рынка.

В серии «Спроси Ingate» уже вышли книги:



[Яндекс.Метрика:](#)
[инструкция](#)
[по веб-аналитике](#)



[Я ль на свете всех](#)
[милее? Продвижение](#)
[сайтов в Google](#)



[Прогнозирование](#)
[трафика: шпаргалка](#)
[для маркетолога](#)



[Антикризисный](#)
[интернет-маркетинг:](#)
[курс на прибыль](#)



[Поведенческие](#)
[факторы:](#)
[откровения экспертов](#)



[Brand №1:](#)
[как повысить](#)
[узнаваемость в сети](#)



[3 шага в ТОП:](#)
[оптимизация](#)
[без ошибок](#)



[Landing Page:](#)
[идеальная страница](#)
[для больших продаж](#)

Ingate растет!

ingate

Компании требуются:
[специалист по работе с партнерами,](#)
[SEO-специалист.](#)

Все вакансии