

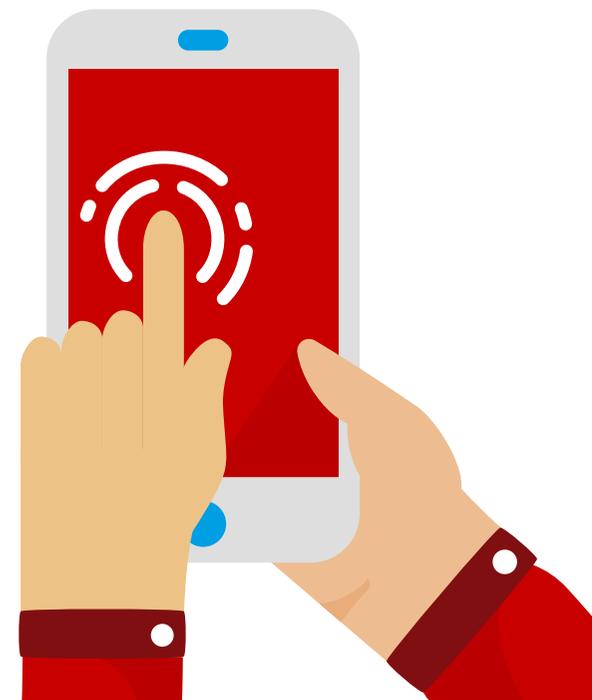
34 ОСНОВНЫХ ФАКТОРА РАНЖИРОВАНИЯ ЯНДЕКС И GOOGLE В 2016 ГОДУ



Евгений Попов

Автор: Руслан Савченко

<https://evgeniypopov.com>



О ПОДБОРКЕ ФАКТОРОВ

Историю появления этого отчета вы можете прочитать в [этой](#) заметке блога Евгения Попова.

За последние годы в Интернете было опубликовано немало различных подборок факторов ранжирования для Яндекс и Google. Чаще всего это были просто переводы англоязычных статей без всяких дополнительных комментариев и пояснений.

Читать сотни факторов (которые учитывают поисковые системы) интересно, но не очень полезно в плане практического применения. Большинство существующих материалов на эту тему либо уже устарели, либо изначально не адаптированы под русскоязычный Интернет.

Мы проанализировали много публикаций и исследований различных факторов в авторитетных источниках (ссылки представлены ниже). Дополнительно сверили все эти утверждения с заявлениями ведущих разработчиков Google и Яндекс. В итоге получилась подборка наиболее важных факторов, которые учитывают современные поисковые системы Яндекс и Google.

Но мы представили не только описание самих факторов, но и дали по ним подробные пояснения, чтобы вы смогли внедрить те или иные моменты на своих сайтах и получить реальную пользу в виде роста позиций в поисковых системах.



«Мы не хотим читать сотни факторов! Только на их прочтение уйдет большое количество времени. А чтобы их все учесть и реализовать на сайте, это же месяцы работы и целый штат сотрудников нужен!»

Подумайте, пожалуйста, за нас. Уберите лишнюю «воду» и дайте нам более приближённую к жизни выборку»

— такую просьбу высказал один из веб-мастеров.

Сразу подчеркну, что не стоит пытаться узнать и учесть абсолютно все факторы ранжирования поисковых систем. Это бессмысленная трата времени. И прочитав текст ниже, вы поймете почему.

По известным от разработчиков данным Яндекс учитывает более **800 факторов ранжирования**, а Google (как минимум) **271 фактор**.

Данные по Яндексу получены из интервью руководителя поисковых сервисов Яндекса Александра Садовского для sostav.ru, а также из других заявлений официальных лиц.

Данные по Google получены на основе исследования ресурса northcutt.com

Дополнительно использовались материалы статьи Брайана Дина (Brian Dean, интернет-ресурс backlinko.com). В своей работе зарубежный SEO-специалист привел описание более 200 факторов, которые учитывает Google при построении поисковой выдачи.

Ниже представлен полезный аналитический материал, но он ни в коем случае не претендует на истину в последней инстанции.

Рекомендуем не искать «волшебные таблетки», а просто ознакомиться с результатами нашей работы и сделать свои собственные выводы.

Дополнительное пояснение:

Стандартным шрифтом представлен русский перевод и описание фактора с английского языка (информация была взята из материалов статьи Брайана Дина <http://backlinko.com/google-ranking-factors>).

Курсивом дается расшифровка конкретного фактора. Вы сможете прочитать не только описание, которое адаптировано под современные реалии русскоязычного Интернета, но и получите ценные советы из 7-ми летнего практического опыта от SEO-специалиста Руслана Савченко.



ДОМЕННЫЕ ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ



ФАКТОР №1. ВОЗРАСТ ДОМЕНА

«Разница между шестимесячным доменом и годовалым на самом деле не так уж велика»

— Мэт Каттс (Matt Cutts) руководитель отдела веб-спама и качества поиска Google.

Поисковые системы безусловно учитывают возраст домена... но это не очень важный фактор.



Руслан Савченко
SEO-специалист

На самом деле очень важно различать понятия «возраст домена» и «возраст сайта». Многие начинающие веб-мастера покупают давно зарегистрированные доменные имена, но сайты на этих доменах не развивались.

Поисковые системы учитывают именно «возраст сайта». Если сайт долгое время был недоступен или там стояла временная страница («заглушка») — это не засчитывается в возраст. В целом не стоит акцентировать большое внимание на возрасте домена, важнее работать над качеством сайта.

P.S. При покупке нового сайта (домена), обязательно проверьте его историю через сервис <https://archive.org/web/>.

ФАКТОР №2. НАЛИЧИЕ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ В ДОМЕНЕ

Не дает такой же эффект, какой был раньше, но наличие ключевых слов в доменном имени по-прежнему учитывается. В конце концов, поисковые системы до сих пор выделяют жирным шрифтом ключевые слова, которые появляются в имени домена.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Ключевые слова в названии доменного имени учитываются, хотя это далеко не самый важный фактор. Но если есть возможность зарегистрировать доменное имя с ключевой фразой, которая точно отражает название и тематику сайта, то почему бы это не сделать? При наличии ключевых слов в домене, они подсвечиваются. Соответственно повышается показатель кликабельности в поисковой выдаче. Если пользователь видит в адресе сайта выделение слов, которые он набрал в строке поиска, вероятность перехода на сайт повышается. Это положительный фактор, который также учитывается.

Холодильники на Маркете

Поиск				
Картинки				
Видео				
Карты				
Маркет				
Новости				
Ещё				

ATLANT 328 моделей Liebherr 529 моделей LG 279 моделей Indesit 184 модели

Холодильник.Ру - интернет магазин бытовой техники.



Holodilnik.ru

Розничная и оптовая продажа холодильников, морозильников, стиральных и посудомоечных машин, микроволновых печей и др. Каталог товаров. Условия продажи в кредит и рассрочку. Адреса магазинов.

[Акции](#) [Доставка](#) [Наши магазины](#) [Холодильники](#) [Распродажа](#)

Холодильник — Википедия

ru.wikipedia.org > [Холодильник](#)

Холодильник — устройство, поддерживающее низкую температуру в теплоизолированной камере. Применяется обычно для хранения пищи или предметов, требующих хранения в прохладном месте.

Купить холодильник в интернет магазине в Москве...

appliances.wikimart.ru > [Техника для дома](#) > [Холодильники](#)

Купить. Холодильник Атлант МХМ 1845-62. Холодильник Тип - с нижней морозильной камерой Общий объем: 384 л Количество камер...

Есть и дополнительный косвенный бонус. Наличие ключевых слов в домене повышает кликабельность объявлений в контекстной рекламе.

ФАКТОР №3. ИСТОРИЯ ДОМЕНА

Домен с частой сменой собственника (через WHOIS) или при не своевременном продлении регистрации («дроп»), может заставить поисковые системы «обнулить» историю сайта, и перестать учитывать ссылки, указывающие на домен.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Очень желательно, чтобы владелец домена не менялся часто. Каждая смена собственника временно «замораживает» накопленное к сайту доверие. Поисковые алгоритмы ждут, что будет делать с сайтом новый собственник.

Стоит отметить: если вы резко поменяете содержимое сайта (не дизайн, а именно тематику и сам контент), то поисковые системы также обнулят доверие к вашему сайту. Возраст домена перестанет оказывать прежнее влияние.

ФАКТОР №4. ДОМЕН ТОЧНОГО СОВПАДЕНИЯ

Домены точного совпадения (EMD) всё ещё могут дать вам преимущество... если, конечно, у вас качественный сайт. Но когда на таком домене размещается низкокачественный сайт, он слабо защищён от EMD-алгоритма.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Для начала давайте расшифруем, что из себя представляет так называемый домен точного совпадения (EMD).

EMD-домен (Exact Match Domain) – если переводить дословно, то это домен с точным вхождением ключевых слов. Когда вы регистрируете доменное имя, которое состоит исключительно из популярной ключевой фразы, то это может вызвать подозрение у поисковых алгоритмов. В наибольшей зоне риска находятся домены:

- со словами в названии «купить, скачать, бесплатно и т.п.».*
 - если в названии домена присутствуют исключительно слова из популярной ключевой фразы, но отсутствует уникальное имя бренда и т.п..*
 - Если домен состоит из 3-х и более ключевых слов, к примеру, «купить недвижимость в Краснодаре недорого».*
- У Google разработан специальный EMD-алгоритм, который борется с так называемыми EMD-доменами.*



Руслан Савченко
SEO-специалист

Фактор вхождения ключевых слов в название домена оказывает всё меньшее влияние на поисковую выдачу, но при прочих равных, поисковые системы отдадут предпочтение сайту с узкотематическим названием (содержащим ключевые слова), чем порталу с общей тематикой.

Какой сайт, по вашему мнению, лучше отвечает на запрос «ремонт BMW». Сайт с доменным именем AvtoMir.com или сайт Remont.BMW-club.com? Уверен на 100%, что (без учета остальных факторов) предпочтение отдается именно 2-му варианту. Точно так же думают Google и Яндекс.

Кстати я не зря привел пример с поддоменом 3-го уровня Remont.BMW-club.com. Вариант с доменом 2-го уровня Remont-BMW.com был бы не самым оптимальным.

Представители поисковых систем отмечали, что с большим недоверием относятся к доменам 2-го уровня, которые состоят исключительно из ключевых слов. Именно такие домены рискуют получить наказание от алгоритма EMD. Это и не удивительно, ведь не так давно, как раз на таких доменных именах создавали бесполезные для людей сайты («дорвеи»).

Но если имя домена — это название вашей фирмы или бренда в сочетании с ключевым словом, то это удачный вариант и EMD ему не грозит.

Поиск

 [Новостройка в ЮВАО / sreda-kvartal.ru](#)[sreda-kvartal.ru/Официальный-сайт](#) Реклама

Картинки

Квартиры в ЖК SREDA Квартиры с отделкой от 4 млн. р. Рассрочка 0%. Trade-in
Выберите свою квартиру [Генплан](#) [Расположение](#) [Инфраструктура](#)

Видео

Контактная информация · +7 (495) 135-05-81 · пн-вс 9:00-21:00

Карты

Рассрочка до 24 месяцев · Материнский капитал · Ипотека с гос.поддержкой

[Проектная декларация на рекламируемом сайте](#)

Маркет

 [Купите квартиру в Новой Москве / kompleks-andersen.ru](#)[kompleks-andersen.ru/ЖК-Андерсен](#) Реклама

Ещё

ЖК «Андерсен» - **квартиры** от 2,8 млн, в готовых домах от 3,5 млн. Скидки!Жилой комплекс [Как добраться](#) [Стоимость квартир](#) [Выбор квартир](#)

Контактная информация · +7 (495) 777-78-89 · пн-вс 8:00-22:00

[Проектная декларация на рекламируемом сайте](#) [Продажа элитных квартир в Москве – Квартиры от 53 м2](#)[d-olimp.ru/Элитные-квартиры](#) Реклама

Полная инфраструктура, подземный паркинг. Рассрочка 0%

Выбрать квартиру [Галерея объекта](#) [Местоположение](#) [О комплексе](#)

Контактная информация · +7 (495) 228-22-88 · пн-пт 9:00-20:00, сб-вс 10:00-19:00

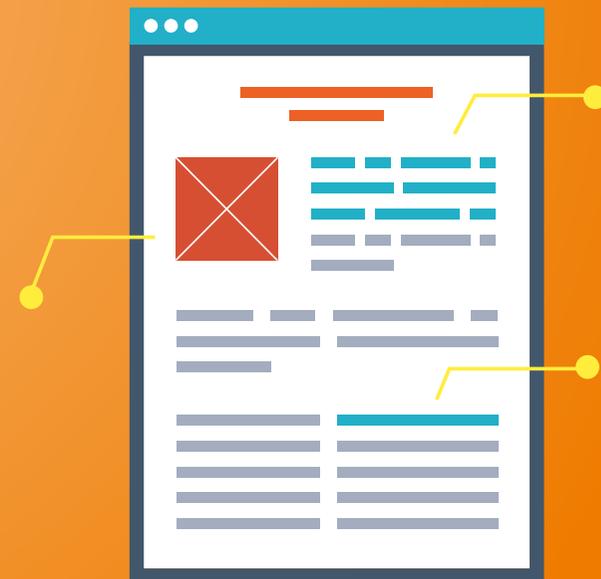
[купить-квартиру-в-москве.рф](#)[купить-квартиру-в-москве.рф](#) ▾Ссылки на страницу содержат: [Купите квартиру в москве.РФ](#)....

При этом если у вас стоит выбор: зарегистрировать домен состоящий из ключевых слов или из названия вашего бренда, то лучше отдать предпочтение именно второму варианту.

Ведь даже если вы не боитесь алгоритма EMD, то ссылки, ведущие на ваш сайт, уже не смогут быть полностью безанкорными. А за это можно получить наказание уже от других алгоритмов и фильтров. К примеру, тот же Google Penguin и Минусинск от Яндекса, которые наказывают сайты за большое количество внешних ссылок с прямым вхождением ключевых слов в анкор.

Но это уже тема отдельного большого разговора, поэтому переходим к следующим факторам ранжирования.

ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ НА УРОВНЕ СТРАНИЦЫ САЙТА



ФАКТОР №5. ПРИСУТСТВИЕ КЛЮЧЕВОГО СЛОВА В ТЕГЕ «TITLE»

Тег title является вторым по важности SEO-параметром веб-страницы (после самого контента), и поэтому оказывает сильное влияние на ранжирование по конкретному поисковому запросу.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Не стоит забывать, что именно содержимое тега «title» Яндекс и Google показывают в поисковой выдаче.

Если объяснить работу поисковых систем максимально упрощенно, то ответ на запрос пользователя формируется исходя из ключевых слов, которые присутствуют в теге title, а также в тексте самой страницы.

Это один из важнейших SEO-параметров.

- Поиск **69 077 объявлений - Продажа квартир**
[spb.cian.ru](#) > **Санкт-Петербург** ▾
На ЦИАН можно **купить квартиру в Санкт-Петербурге**, выбрав наиболее подходящий вариант - найдено 69 077 объявлений. В этом разделе можно подобрать **квартиру в** кирпичных и блочных домах.
- Картинки
- Видео
- Карты **Продажа квартир в Санкт-Петербурге**
[reality.dmir.ru](#) > **Санкт-Петербург** > Продажа > **Квартиры** ▾
Купить **квартиру в Санкт-Петербурге** можно на первичном или вторичном рынке недвижимости, соотношение спроса примерно одинаковое. Раньше «перекос» был в сторону «вторички»...
- Маркет
- Недвижим... **Содержимое тега Title**
- Ещё **Купить квартиру в Санкт-Петербурге, продажа...**
[spb.gdeetotdom.ru](#) > **Санкт-Петербург** > Продажа **квартир** ▾
В жилом комплексе «Пять звезд» компания «Теорема» предлагает **квартиры** класса А в Санкт-Петербурге – **квартиры с ...** Юридически чистая: более 3 лет в собственности, детей нет, можно в ипотеку, была **куплена** в 2007 году. Инфраструк.
- Купить квартиру в Санкт-Петербурге 28 588 объявлений...**
[realtymag.ru](#) > **sankt-peterburg/kvartira/prodazha/** ▾
Продать или **купить квартиру в Санкт-Петербурге** вы можете через агентства недвижимости и самостоятельно. Покупка **квартир** недорого – это реальность!

Другое дело, что ни в коем случае нельзя перенасыщать текст и title страницы ключевыми словами. За это у современных поисковых систем существуют различные санкции: начиная от фильтра «уникализации заголовков», заканчивая алгоритмами, которые наказывают за переспам, избыточное содержание ключевых слов в тексте страницы и т.д.

ФАКТОР №6. ТЕГ «TITLE» НАЧИНАЕТСЯ С КЛЮЧЕВОГО СЛОВА

Согласно [данним Moz](#), теги title, которые начинаются с ключевого слова, как правило, приносят больше пользы для продвижения, чем их варианты с ключевым словом в конце или середине.

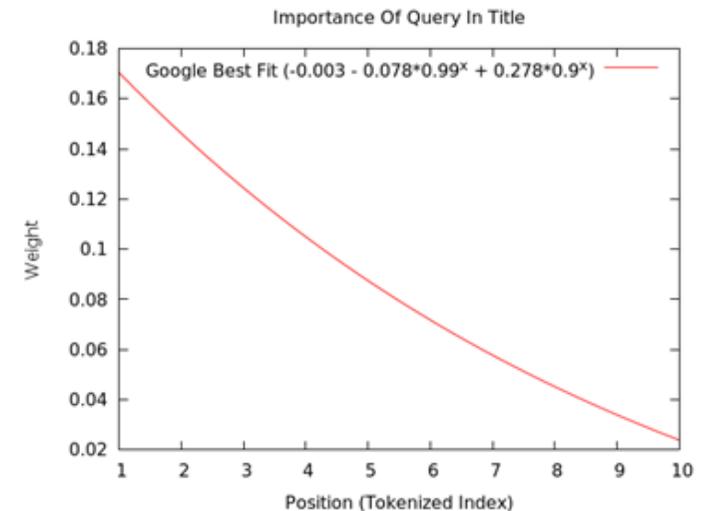


Руслан Савченко
SEO-специалист



При прочих равных, присутствие ключевого слова в начале тега title действительно будет более полезным. Даже если отбросить любой SEO эффект, то такой заголовок в теге title выглядит более привлекательным для пользователей, так как поисковый запрос не разделён другими словами.

Люди охотнее кликают на заголовки в которых содержится введенная ими поисковая фраза и когда она дополнительно подсвечена поисковыми системами.



Поиск **Скидки на квартиры от ЦДС! – Паркинг/Отделка в подарок!**

cds.spb.ru/Скидки-на-квартиры Реклама

Картинки

У метро! Есть доп.скидки! Цены от 1,5 млн.руб.

Видео

Заказать звонок Отделка БК-Стандарт Все объекты на карте Веб-камеры
Контактная информация · +7 (812) 320-12-00 · пн-пт 9:00-20:00, сб-вс 11:00-16:00
Строим по 214-ФЗ · Рассрочка 0% · Выгодная ипотека · В новых домах

Карты

Проектная декларация на рекламируемом сайте

Маркет

Все квартиры в Санкт-Петербурге – Квартиры от 1 млн.р!

trend-spb.ru/Центр-Новостроек Реклама

Недвижим...

Более 300 Новостроек. Цены застройщиков. Рассрочка 0%!

Ещё

[Выбрать Новостройку] [Готовые Новостройки] [С Отделкой] Экскурсии
Контактная информация · +7 (812) 385-68-60 · пн-пт 9:00-21:00, сб-вс 10:00-18:00

Купите квартиру в Петербурге – ЖК Живи в Рыбцком

livekvartal.ru/Купите-квартиру-СПб Реклама

2,1 млн руб за квартиру-студию. Предложение ограничено!
Как купить Подбор квартир Расположение Наши акции
Контактная информация · +7 (812) 413-93-98 · пн-пт 9:00-20:00, сб-вс 11:00-18:00

Проектная декларация на рекламируемом сайте

Купить квартиру в Санкт-Петербурге продажа...

spb.gdeetotdom.ru > **Санкт-Петербург** > Продажа квартир

В жилом комплексе «Пять звезд» компания «Теорема» предлагает квартиры класса А в Санкт-Петербурге – квартиры с ... Юридически чистая: более 3 лет в собственности, детей нет, можно в ипотеку, была куплена в 2007 году. Инфраструк.

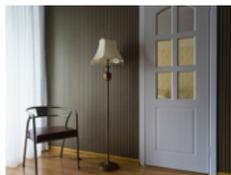
Купить квартиру — 80 530 квартир в Санкт-Петербурге

reality.yandex.ru > **Купить квартиру в Санкт-Петербурге**

Поиск объявлений по продаже и аренде квартир, домов, комнат, участков. Поиск по районам. Поиск по метро. Поиск по карте. Размещение бесплатных объявлений.



Квартиры в новостройках



Купить квартиру вторичка



Разместить объявление

Согласно проведенным практическим экспериментам, оптимальная длина заголовка title – не более 11 слов или в пределах 65 символов с пробелами. В идеале лучше делать их ещё короче. Хотя всегда есть соблазн вписать в title как можно больше информации. При этом даже если ваш заголовок в теге title получится больше, чем рекомендованные величины, то ключевые слова в нем всё равно будут учитываться.

Очень часто в теге title содержится не только много ключевых слов, но они ещё и повторяются (в том числе в разных формах). Вот это уже вдвойне плохо. В этом случае происходит так называемое «разбавление веса» ключевых слов. Если вы добавили в содержимое тега title слишком много ключевых фраз, то возможно стоит уменьшить их количество.

К примеру, сделать отдельную страницу под каждый целевой «ключ». Поверьте, что результат будет гораздо лучше, чем у одной страницы, которая оптимизирована сразу под большое количество поисковых фраз.

ФАКТОР №7. КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО В ТЕГЕ «DESCRIPTION»

Ещё один сигнал релевантности. Не особенно важен сейчас, но всё же имеет значение.



Руслан Савченко
SEO-специалист

При формировании поисковой выдачи поисковые системы также анализируют содержимое тега «description». Если этот тег не заполнен, то учитываются только текст и title страницы.

Это не особо важный фактор, но рекомендую обязательно заполнять данный тег. И ни в коем случае не копировать в него первый абзац текста. Содержимое тега description должно быть уникальным, иначе лучше вообще его не заполняйте.

Поисковые роботы и так возьмут релевантную часть текста с вашей страницы при формировании сниппета в поисковой выдаче.

Яндекс

Поиск Недвижимость в Санкт-Петербурге и Ленобласти... Нашлось 33 тыс.
spb.gdeetotdom.ru Содержимое тега description в коде сайта [Дать объявление](#)

Картинки

```
<meta name="description" content="Более 10&nbsp;&nbsp;&nbsp;787 предложений купить квартиру в Санкт-Петербурге, цены в базе вторичного жилья на ГдеЭтотДом.РУ. Продажа квартир на «вторичке» в Питере по выгодным ценам."/>
```

Видео

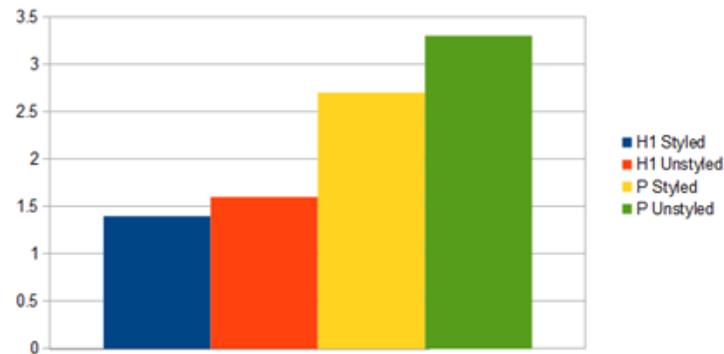
Карты

Маркет

Ещё **Содержимое тега description в сниппете в поисковой выдаче**
 Купить квартиру в Санкт-Петербурге... — ГдеЭтотДом.РУ
spb.gdeetotdom.ru > st-peterburg/buy-flat/
Более 10 790 предложений купить квартиру в Санкт-Петербурге, цены в базе вторичного жилья на ГдеЭтотДом.РУ. Продажа квартир на «вторичке» в Питере...

ФАКТОР №8. КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО ПРИСУТСТВУЕТ В ТЕГЕ H1

Тег H1 — это второй по значимости тег после title, который существенно влияет на релевантность страницы по конкретному поисковому запросу. Это также подтверждает данное [исследование](#).



Руслан Савченко
SEO-специалист

Важно понимать, что существует заголовок страницы (он находится в теге title), который пользователи видят в результатах поисковой выдачи.

- Заголовок в теге title
- Поиск **X** **30 самых надежных автомобилей | Лучший комментарий**
xage.ru > 30 самых надежных **автомобилей** ▾
- Картинки Какие **авто** самые надежные и дешевые для ремонта? **Лучший** комментарий. ... Самая дорогая модель **автомобиля**: золотой Lamborghini. **Лучшие** книги **всех** времен [Инфографика].
- Видео
- Карты **▲** **Топ-100 самых красивых автомобилей всех времен**
peoples.ru > friday/top_-_100_of_the...cars...times.html ▾
- Маркет **Лучшие** дня. Самый харизматичный ведущий Нового телеканала Посетило:90. ... Вам также может быть интересно... О знаменитости: Топ-100 самых красивых **автомобилей** **всех** времен.
- Ещё **▲** **Топ-10 самых продаваемых автомобилей всех времен**
1gai.ru > publ/515553...avtomobiley-vseh-vremen.html ▾
- Во-вторых, производство было налажено Фордом настолько **хорошо**, что **автомобили** сходили с конвейера как горячие пирожки, мол, Форд первый ... Результаты вылились в Топ-10 самых продаваемых **автомобилей** за все времена.
- Нашлось 562 млн
612 показов в месяц
[Дать объявление](#)

Но есть ещё заголовок к тексту на странице (он находится в теге H1). Его пользователи видят уже после того как перешли на саму страницу сайта.

30 самых надежных автомобилей

16

Авто

Самые

Инфографика



Заголовок к статье в теге H1



26

Нравится 20

Твитнуть

G+ 6

Model Reliability

P.	Model	Manufacturer	Reliability index figure
1		KIA PICANTO	3.00
2		VAUXHALL AGILA	5.00
3		HONDA HR-V	6.00
4		SUZUKI ALTO	6.00
5		FORD FIESTA	13.00

Оба эти заголовка очень важны для поисковой оптимизации сайта. Поэтому ключевая фраза должна присутствовать в обоих тегах.

ФАКТОР №9. КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО ЧАСТО УПОТРЕБЛЯЕТСЯ В ТЕКСТЕ ДОКУМЕНТА

Если ключевое слово встречается в тексте страницы чаще, чем любые другие, то это является положительным фактором соответствия страницы определенному поисковому запросу.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Именно поэтому ещё несколько лет назад оптимизаторы создавали SEO-тексты с большим вхождением ключевых слов, выделяли их жирным и т.п. В современных условиях за большое количество ключевых слов в тексте можно быстрее получить «спам-фильтр», чем добиться каких-то бонусов к релевантности страницы.

Поэтому пишите тексты, которые будет интересно читать людям, создавайте страницы, которые смогут решать конкретную проблему пользователя. В современных условиях даже одного вхождения ключевой фразы в тексте уже достаточно, чтобы страница была релевантна тому или иному поисковому запросу.

Другое дело, что есть рекомендации по предельному проценту вхождений ключевых слов на странице, по их расположению в тексте. Но это снова же отдельная тема, которую мы рассмотрим в другой раз.

ФАКТОР №10. ЛАТЕНТНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ ИНДЕКС КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ В КОНТЕНТЕ (LSI)

Ключевые слова LSI помогают поисковым системам определять значения слов с более чем одним значением. Например, слово Apple — это компьютерная компания или фрукт. Наличие или отсутствие LSI также может выступать показателем качества контента на сайте.



Руслан Савченко
SEO-специалист

В последние годы даже появился термин [LSI-копирайтинг](#). И соблюдение определенных требований позволяет повышать релевантность определенного текста и соответственно всей страницы в целом. Давайте попробуем разобраться, что такое LSI.

Для начала приведу цитату, которую ни в коем случае не стоит пытаться понять неопытным людям. Если вы новичок, лучше сразу пропустите этот абзац. Но именно такие понятия даются, когда в некоторых авторитетных источниках подобные термины пытаются объяснить более «научным» языком: «LSI — это сингулярное разложение терм-документной матрицы, которое позволяет выловить ключевые составляющие этой матрицы и проигнорировать шумы.»

Прочитали? А теперь забудьте. Постараюсь дать понятное объяснение: LSI — это способ определения тематики и качества текста на основе анализа содержащихся в нем слов. Проще говоря, если в тексте встречаются слова «двигатель», «колесо», «руль» — то, скорее всего, текст про автомобиль.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Поисковые системы начали вводить алгоритмы, которые борются с перенасыщенными одними и теми же ключевыми словами текстами. Если в тексте очень часто употребляется одна и та же ключевая фраза, то у поисковых систем Яндекс и Google возникают вопросы к качеству материала.

Либо это попытка искусственно повысить значимость страницы по определенному поисковому запросу, либо автор не очень компетентен в данной теме, раз он не может использовать синонимы и в целом более богатый лексикон. И первый и второй вариант может привести к понижению страницы сайта в поиске.

Учитываются также качество оформления текста, отсутствие грамматических ошибок и многие другие параметры. Тексты, которые написаны с учетом требований LSI, крайне редко попадают под какие-то фильтры и намного легче поднимаются на высокие места в поиске. Особенно это актуально в тематиках с высокой конкуренцией.

P.S. Проанализируйте ваших конкурентов, которые находятся на первых местах в Google и Яндекс. Посмотрите на оформление их страниц, какие слова они используют в текстах и т.п. Это даст вам много пищи для размышлений, если ваш сайт ещё не находится в ТОПе.

Но это действительно большая тема, а мне не хотелось бы вас утомлять, поэтому переходим к следующему фактору.

ФАКТОР №11. КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА LSI В ТЕГАХ «TITLE» И «DESCRIPTION»

Как и в случае с контентом сайта, ключевые слова LSI в мета-тегах страницы помогают определить правильное значение слов-синонимов. Это также один из факторов релевантности.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Исходя из контекста алгоритмы поисковых систем понимают к какой тематике относится слово с несколькими значениями. К примеру, на сайте появился заголовок: «Зажглась новая звезда эстрады». Если бы в заголовке не было слова «эстрады», то было бы непонятно к какой тематике отнести этот фрагмент текста — к астрономии или к шоу-бизнесу.

Именно поэтому важно, чтобы в тегах «title» и «description» всегда были слова, которые четко определяют тематику страницы вашего сайта.

ФАКТОР №12. СКОРОСТЬ ЗАГРУЗКИ HTML-СТРАНИЦЫ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ОШИБКИ НА САЙТЕ

Поисковые системы учитывают скорость загрузки страницы в качестве одного из факторов ранжирования. Боты поисковых систем могут оценивать скорость вашего сайта достаточно точно, основываясь на коде страницы и размере загружаемых файлов.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Это не самый важный фактор. Тот же Александр Садовский (руководитель поисковых сервисов Яндекса) заявлял, что алгоритмы не наказывают сайт за какие-то технические ошибки и недостатки.

Но если прямых санкций и нет, то есть косвенное негативное влияние на ранжирование. К примеру, если страницы вашего сайта долго загружаются и на них постоянно возникают ошибки — это раздражает пользователей.

Чаще всего недовольные посетители просто закрывают ваш сайт и уходят к вашим конкурентам. Соответственно у вашего сайта ухудшаются так называемые поведенческие факторы. А они уже напрямую влияют на ранжирование. Более того, существует показатель «отказов». В частности, когда пользователь провел на странице вашего сайта менее 15 секунд и вернулся обратно в поиск.

Соответственно поисковые системы будут понижать ваш сайт в результатах поиска не за сами технические недостатки вашего сайта, а за последствия, которые они вызывают.

ФАКТОР №13. ПОВТОРЯЮЩИЙСЯ КОНТЕНТ (В ТОМ ЧИСЛЕ ДУБЛИ СТРАНИЦ)

Идентичный контент на одном сайте (даже слегка измененный) может отрицательным образом повлиять на видимость сайта в поисковых системах.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Дубли страниц, повторяющийся контент на разных страницах — это довольно негативные факторы. Тем самым вы забираете «вес» у своих же страниц.

Более того, вы заставляете роботов поисковых систем индексировать лишний неуникальный контент (страницы). А у поисковых ботов строго ограниченное время для каждого сайта.

ФАКТОР №14. ОПТИМИЗАЦИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ

Изображения на страницах передают важную информацию о их релевантности. Поисковые системы определяют тематику картинок, анализируя название файла самой картинки, и текст, который находится в тегах: alt, title, description.



Руслан Савченко
SEO-специалист

В идеале нужно заполнять все теги и делать подписи к картинкам. Особенно тег alt (альтернативный текст картинки). На его содержимое поисковые системы обращают внимание в первую очередь. Поэтому подписывайте, что изображено на картинках. Также желательно, чтобы в тегах описания изображения присутствовали ключевые слова, под которые оптимизирована сама страница.

ФАКТОР №15. ЧАСТОТА И РАЗМЕР ОБНОВЛЕНИЙ КОНТЕНТА

Поисковым системам нравится недавно обновленный контент, особенно для запросов, которые чувствительны ко времени.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Поисковые системы любят часто обновляемые сайты. Безусловно, ваши старые записи также могут хорошо ранжироваться, но, если вы внесете в них существенные изменения, что-то добавите, улучшите — всё это пойдет только в плюс.

Поддерживайте ваши материалы в актуальном состоянии, либо пишите новые записи и ставьте на них ссылки с ваших старых страниц.

ФАКТОР №16. ВИДИМОСТЬ КЛЮЧЕВОГО СЛОВА

Присутствие ключевого слова среди первых 100 слов контента страницы считается значимым сигналом релевантности.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Как правило, люди начинают читать текст сверху вниз. Соответственно контент, который расположен вверху страницы, более значимый, чем размещённый внизу.

Ведь если пользователь пришел на страницу сайта и уже в начале страницы не нашел ответ на свой запрос, то он, чаще всего, закроет ваш сайт и отправится в поиск искать дальше.

Поисковые системы это также понимают, поэтому присутствие ключевого слова в самом начале текста имеет двойное значение.

ФАКТОР №17. КАЧЕСТВО И ТЕМАТИКА ИСХОДЯЩИХ ССЫЛОК

Многие SEO эксперты считают, что ссылки на авторитетные сайты по вашей тематике повышают доверие к вашему сайту со стороны поисковых систем.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Благодаря исходящим ссылкам на качественные тематические ресурсы поисковые системы понимают тематику страниц вашего сайта.

Более того, многие начинающие веб-мастера начитались уже устаревших мифов о том, что исходящие ссылки забирают ценный вес их сайта и поэтому добавляют ко всем исходящим ссылкам параметр `rel="nofollow"`. Тем самым они не только не сохраняют вес своих страниц, а просто отдают его в никуда.

Плюс ко всему такой подход наносит вред вашему сайту. Ведь `rel="nofollow"` стоит ставить только в том случае, если вы ссылаетесь на нетематический ресурс.

Проводились эксперименты на различных сайтах. Так вот страницы, с которых стояли ссылки на качественные тематические материалы по теме, занимали более высокие места в поиске, чем страницы, с которых вообще не было исходящих ссылок.

Логика здесь простая. Даже невероятно авторитетная Wikipedia, у которой показатель ТИЦ 150 000 и огромное доверие от поисковых систем — всегда ссылается на источники и дополнительные материалы по теме. Вы скажете, так у них все исходящие ссылки закрыты параметром `rel="nofollow"`. Да, это так, но сделано это было для защиты от спамеров. Так как пока не были предприняты эти меры, многие веб-мастера и оптимизаторы пытались любой ценой получить ссылку с Википедии.

Но вывод простой. Если вы не являетесь известным экспертом в своей области и ваш интернет-ресурс не имеет большого доверия со стороны поисковых систем, то алгоритмы Яндекса и Google вряд ли поверят, что вы написали очень качественную статью, не используя ни одного источника и ни разу никого не процитировав.

Ещё хуже, если вы сделали рерайт или, проще говоря, переписали своими словами чужую статью. Именно с этим и ведут борьбу поисковые системы, и их алгоритмы уже очень хорошо научились определять авторов и плагиаторов.

Кстати в этом кроется небольшой секрет, почему большие аналитические статьи с неуникальными частями текста, но со ссылками на источники или другие материалы по теме, занимают высокие места в поиске. Точно также успешно живут новостные агрегаторы, которые публикуют неуникальные материалы, но всегда ставят активные ссылки на источники.

Есть и другие практические секреты, и нюансы по поводу исходящих ссылок, но нам уже пора переходить к следующему фактору.

ФАКТОР №18. ПОЛЕЗНЫЙ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

В соответствии с ныне общедоступным документом [Google Rater Guidelines](#), полезный вспомогательный контент является показателем качества страницы (и, следовательно, дополнительным фактором ранжирования). К примерам можно отнести: процентные и кредитные калькуляторы, конвертеры валют, интерактивные рецепты и т.п.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Все дополнительные функции и возможности, которые несут пользу для посетителей вашего сайта, также дают дополнительные бонусы к ранжированию. Все дополнительные «фишки» влияют не столько напрямую, как косвенно. Ведь пока пользователь сайта использует калькулятор или другую функцию, он проводит дополнительное время на вашем сайте.

Таким образом, удовлетворяя и заинтересовывая посетителей вашего сайта, вы улучшаете пользовательские факторы — а это очень важно в современных условиях. Именно эти факторы оказывают прямое влияние на позиции вашего сайта в поиске Google и Яндекс.

ФАКТОР №19. МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА САЙТЕ

Изображения, видео и другие мультимедийные материалы могут служить сигналом качества контента.



Руслан Савченко
SEO-специалист

В продолжение предыдущего фактора. Благодаря красивым картинкам и качественным видео, вы можете задерживать пользователей вашего сайта и улучшать поведенческие данные. Плюс, поисковые системы лучше ранжируют страницы, на которых присутствуют изображения и видео.

При прочих равных, страница, на которой есть хотя бы одна картинка, будет занимать более высокие места в поиске, чем ее исключительно текстовый аналог.

ФАКТОР №20. КОЛИЧЕСТВО И КАЧЕСТВО ВНУТРЕННИХ ССЫЛОК, УКАЗЫВАЮЩИХ НА СТРАНИЦУ

Количество внутренних ссылок на страницу показывает ее важность относительно других страниц сайта.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Важно качество и количество ссылок на целевую страницу. Каждая страница вашего сайта имеет определенный «вес». Он может расти, если на эту страницу ведут внешние ссылки с других сайтов или имеются ссылки со страниц вашего сайта.

Соответственно, когда вы написали новую статью на какую-то тему, подумайте, а может у вас уже есть статья по схожей теме и было бы уместно сослаться на неё по нужной ключевой фразе?

ФАКТОР №21. ДЛИНА URL-АДРЕСА

Search Engine Journal отмечает, что слишком длинные URL-адреса могут навредить релевантности страницы.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Такая тенденция есть. Желательно создавать короткие URL-адреса страниц.

В идеале они должны состоять из двух или трех ключевых слов, написанных на транслите.

ФАКТОР №22. ЖИВЫЕ ЛЮДИ-АСЕССОРЫ

Хотя это не было подтверждено, Google подала патент на систему, которая позволяет людям-редакторам влиять на SERP (страницу результатов поиска).

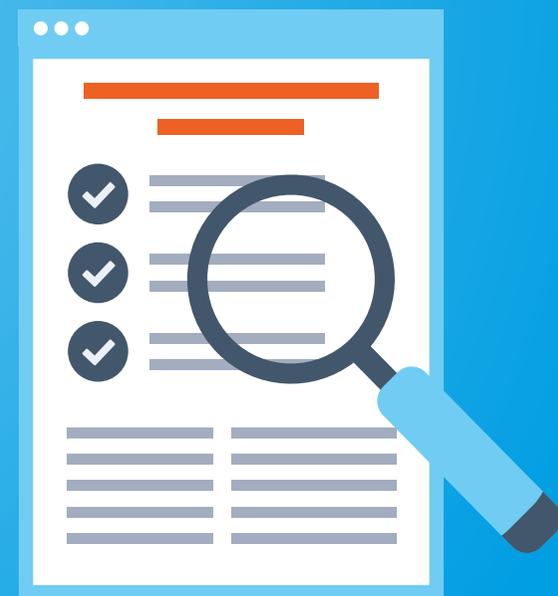


Руслан Савченко
SEO-специалист

Так называемые ассессоры действительно присутствуют и у Яндекса, и у Google. Конечно, сайтов миллионы, и оценить всю поисковую выдачу вручную – нереально. Но самые высокие места (ТОП 10) поисковой выдачи в наиболее конкурентных тематиках оцениваются в том числе специальными ассессорами.

Именно поэтому изначально некачественные сайты имеют очень мало шансов выйти в ТОП поисковой выдачи. Даже если предположить, что владельцы «плохих» сайтов разгадают текущие алгоритмы поисковых систем и выйдут на первые места в поиске, то шансов надолго там задержаться будет крайне мало.

ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ НА УРОВНЕ САЙТА



ФАКТОР №23. ОПТИМИЗАЦИЯ САЙТА ПОД МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА



Руслан Савченко
SEO-специалист

Создание адаптивных сайтов в наше время — это уже не дань «моде», а реальная необходимость. Сайты, которые не адаптированы для мобильных устройств, получают штрафы от поисковых систем и сильно понижаются в результатах мобильного поиска.

Ни для кого не секрет, что большинство современных людей ищут товары и услуги в Интернете в том числе с планшетов, мобильных телефонов и т.п..

В некоторых тематиках процент пользователей, которые заходят на сайты исключительно с мобильных устройств, достигает 80%.

Поэтому если вы до сих пор не сделали дизайн вашего сайта адаптивным, то пора срочно этим заняться. Вы банально теряете новых посетителей и потенциальных клиентов.

ФАКТОР №24. КОММЕРЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ



Руслан Савченко
SEO-специалист

Если у вас коммерческий сайт, то довольно серьезное влияние на его позиции в поиске оказывают современные коммерческие факторы. К ним можно отнести: присутствие страницы контактов, удобная форма заказа, наличие доставки, доступность службы технической поддержки клиентов, широта ассортимента товаров и др.

На самом деле только самых важных коммерческих факторов можно перечислить более 30-ти. Это специфическая тема и здесь есть много нюансов, поэтому подробно данный вопрос будем рассматривать отдельно.

ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ОБРАТНЫМИ СЫЛКАМИ



ФАКТОР №25. ССЫЛКИ СО СТАРЫХ ДОМЕНОВ

Обратные ссылки со старых и авторитетных доменов могут быть более сильными, чем с новых.



Руслан Савченко
SEO-специалист

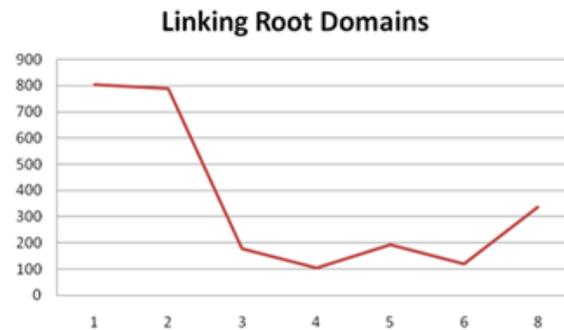
Полностью согласен. Но стоит отметить, что получать ссылки с авторитетных доменов довольно сложно (или дорого).

Конечно, есть определенные интересные методы получения качественных и естественных ссылок (в том числе без затрат).

Но это большая отдельная тема, поэтому идем далее.

ФАКТОР №26. КОЛИЧЕСТВО ССЫЛАЮЩИХСЯ ДОМЕНОВ

Количество ссылающихся доменов является одним из самых важных факторов ранжирования в алгоритме Google, в чем вы можете убедиться из графика Moz (горизонтальная ось — позиция в списке результатов поиска):



Руслан Савченко
SEO-специалист

Мои личные наблюдения также подтверждают описанную выше информацию. Лучше иметь 10 обратных ссылок с 10-ти разных доменов, чем 20 ссылок, но с одного домена.

ФАКТОР №27. ССЫЛКИ С САЙТОВ-КОНКУРЕНТОВ

Ссылки с сайтов, которые находятся рядом с вами в результатах поиска, могут быть даже более ценными для продвижения по конкретному ключевому слову (фразе).



Руслан Савченко
SEO-специалист

Здесь речь идет о следующем. К примеру, вы продвигаетесь по запросу: «купить автомобиль в Москве». Если бы вы получили ссылки с сайтов, которые стоят в ТОП 10 по этому же запросу, то это дало бы мощнейший эффект.

Но будем реалистами. В тематиках с высокой конкуренцией никто не захочет ставить ссылку на конкурента. Только если вы не гений угроз или дипломатии.

Поиск

Картинки

Видео

Карты

Маркет

Авто

Ещё

Продажа подержанных и новых автомобилей в Москве...

[avito.ru](#) > [moskva/avtomobili](#) ▾

Купить новый или б/у авто – частные объявления о продаже новых и авто с пробегом.

Продать автомобиль в Москве на Avito.

[Mercedes-Benz Vito](#) [Mercedes-Benz](#) [Toyota](#) [BMW X5](#) [Volkswagen](#)

Продажа автомобилей в Москве, новые и подержанные...

[moscow.drom.ru](#) > [Авто](#) ▾

Объявления о продаже автомобилей в Москве. Продажа авто б/у и новых, частные объявления, авторынки и автосалоны Москвы.

[Купить автомобиль б/у Москва](#) [Объявления](#) [Продажа автомобилей](#)

Продажа авто с пробегом в Москве: частные объявления

[msk.carobka.ru](#) > [Автомобили с пробегом](#) ▾

Купить автомобиль в Москве по самой выгодной цене возможно только благодаря portalу Carobka.ru. Ведь именно здесь собраны все актуальные объявления о продаже и покупке подержанных авто в Москве.

Всем стоять! Это ограбление! Нам нужны ссылки с ваших сайтов!

Купить автомобиль в Москве - отзывы, фото,...

[maps.yandex.ru](#) > [купить автомобиль](#)



Автосалон FAVORIT MOTORS Автопарка Skoda Север - официальный дилер Skoda
ул. Коптевская, 71, стр. 1 · Балтийская

Автомир KIA
Москва, ул. Крылатская, 35 · Крылатское

Genser
Москва, Новоясеневский просп., 6 · Тёплый Стан

[Посмотреть все 3453 адреса на карте](#)

Купить авто - Легковые автомобили и иномарки...

[cars.ru](#) ▾

Объявления о продаже новых и подержанных автомобилей, система поиска. Спецпредложения автосалонов, отзывы. Новости и эксклюзивные материалы. Автосообщество и блоги.

Хотя в моей практике бывали случаи, когда удавалось получить безанкорную ссылку (просто по URL-адресу) с сайта конкурента в ТОП 10. Но это больше исключение из правил.

При этом не обязательно пытаться получить ссылки с прямых конкурентов. Смотрите сайты за пределами ТОП 10. Более того, можно искать сайты по смежным запросам в этой же тематике.

Кстати в информационных тематиках есть несколько интересных подходов, благодаря которым можно получать ссылки с «непрямых» сайтов-конкурентов. Это важная и большая тема, поэтому мы обязательно рассмотрим её отдельно.

ФАКТОР №28. ССЫЛКИ И УПОМИНАНИЕ САЙТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Руслан Савченко
SEO-специалист

Ссылки и упоминание названия вашего сайта в социальных сетях дают как прямой, так и косвенный эффект для продвижения. Кстати некоторые социальные сети лучше работают для Яндекса, а некоторые для Google. И речь идет далеко не только про Facebook, Twitter и Вконтакте.

Более того, существует подход, который позволяет не только повышать доверие к страницам вашего сайта (за счет ссылок из социальных сетей), но и дополнительно продвигать конкретные поисковые запросы.

Также сейчас всё более важной становится работа по получению не только ссылок, но и отзывов, упоминаний о вашем сайте на различных форумах, сайтах рекомендаций, в тех же социальных сетях. В том числе, когда на том или ином интернет-ресурсе вообще не стоит обратная ссылка на ваш сайт, а присутствует исключительно упоминание бренда или доменного имени в тексте.

Это направление получило название крауд-маркетинг и для достижения высоких результатов в конкурентных тематиках без него сложно обойтись.

ФАКТОР №29. КАЧЕСТВО КОНТЕНТА, КОТОРЫЙ ОКРУЖАЕТ ССЫЛКУ

Ссылки из контента плохого качества имеют меньший вес, чем ссылки из качественного, дополненного мультимедиа контента.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Здесь всё логично. Если страница-донор, с которой будет стоять ссылка на ваш сайт, имеет качественный и интересный контент, красивое оформление, полезные картинки, видео и т.п., то она может занимать более высокие места в поисковых системах. И такая страница будет иметь больше доверия со стороны Яндекса и Google. Соответственно, и с ссылки с такой страницы будут иметь больший вес и авторитет.

Довольно глупо приобретать ссылку на ваш сайт с качественного сайта, но размещаться в каком-то неинтересном и плохо оформленном контенте. Ещё хуже, если эта страница будет размещена в каком-то разделе с большим уровнем вложенности. К примеру, будет помещена в очень старый материал, находящийся в архиве.

Тем более владельцы качественных интернет-ресурсов вряд ли разрешат размещать на своем сайте материалы плохого качества. А если они разрешают публиковать плохие статьи со ссылками на своем сайте, то сразу же возникают вопросы к перспективам и к ценности такого сайта-донора.

ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЕ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ



ФАКТОР №30. ПОКАЗАТЕЛЬ ОТКАЗОВ

Поисковые системы вполне могут использовать пользователей, как тестеров качества (если отказов много — сайт, скорее всего, не очень хорошего качества).



Руслан Савченко
SEO-специалист

«Отказом» считается, когда пользователь провел на конкретной странице сайта менее 15 секунд и ушел обратно в поисковую выдачу.

Этот фактор в сочетании с другими поведенческими данными позволяет поисковым системам дополнительно оценить качество определенных веб-страниц.

ФАКТОР №31. ПОВТОРНЫЕ ПОСЕЩЕНИЯ САЙТА

Поисковые системы также могут смотреть, возвращаются ли пользователи на сайт после первого посещения. Повторный трафик может повысить позиции сайта в списке результатов поиска.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Учитываются не только повторные посещения сайта, но и многие другие действия.

К примеру, как часто пользователи сохраняют сайт у себя в закладках, переходят ли на сайт напрямую по URL-адресу, вводят ли название сайта в поиске, делятся ли ссылками на сайт и т.п.

ФАКТОР №32. КОЛИЧЕСТВО КОММЕНТАРИЕВ НА САЙТЕ

Страницы с большим количеством комментариев могут быть сигналом активности пользователей и косвенным подтверждением качества контента.



Руслан Савченко
SEO-специалист

Комментарии на сайте — это, как минимум, дополнительный контент. Часто пользователи задают вопросы в комментариях, и в дальнейшем по этим вопросам (или ответам) на страницу могут направляться дополнительные целевые посетители.

Также количество комментариев служит косвенным показателем того, что пользователям понравился контент, который представлен на странице. К примеру, под резонансными новостями всегда много комментариев, а неинтересные материалы даже и критиковать никто не хочет.

ФАКТОР №33. ВРЕМЯ, ПРОВЕДЕННОЕ НА САЙТЕ

Поисковые системы отслеживают среднее время пребывания на сайте: как долго люди находятся на вашей странице, перейдя на нее из результатов поиска. Если люди проводят много времени на вашем сайте, то это является дополнительным показателем качества.

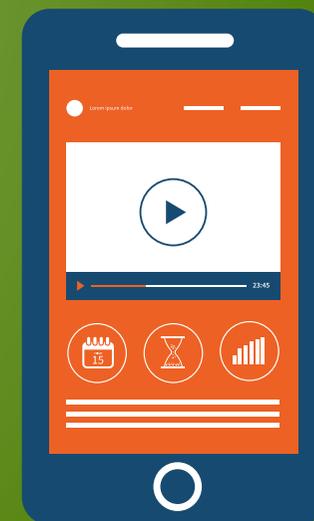


Руслан Савченко
SEO-специалист

Работайте над качеством вашего контента, публикуйте красивые и информативные изображения и видео, добавляйте полезные функции на сайт.

Всё это увеличит время пребывания пользователей на страницах вашего сайта и повысит доверие к вашему интернет-ресурсу.

БРЕНДОВЫЕ ФАКТОРЫ РАНЖИРОВАНИЯ



ФАКТОР №34. У САЙТА ЕСТЬ ГРУППЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Руслан Савченко
SEO-специалист

Когда вы развиваете группы в социальных сетях — это уже положительный момент.

Ведь они могут привлекать дополнительных посетителей, потенциальных клиентов на ваш сайт. Также повышается вероятность получения ссылок и упоминаний из социальных сетей.

Поисковые системы отслеживают ссылки, которые идут с главной страницы вашего сайта, они видят какие представительства есть у вас в сети.

И если они находят ссылки на официальные страницы или группы в социальных сетях — это повышает доверие к вашему сайту.

ИТОГИ И ВЫВОДЫ ПО ОСНОВНЫМ ФАКТОРАМ РАНЖИРОВАНИЯ ДЛЯ GOOGLE И ЯНДЕКС

По сути можно выделить 3 самых важных группы факторов ранжирования:

- **ссылочные факторы** — качество входящих и исходящих ссылок, их источники и количество;
- **контентные факторы** — качество контента и его оформления, наличие красивых изображений, а также интересных видео, дополнительные полезные материалы;
- **пользовательские факторы** — насколько пользователи доверяют сайту и насколько им нравится представленный на страницах сайта контент.

На ссылочные факторы владельцы сайтов и оптимизаторы пытаются влиять, закупая ссылки с других ресурсов. Но поисковые системы разработали специальные алгоритмы («фильтры»), которые наказывают за покупку ссылок. У Гугла — это Google Penguin, у Яндекса — Минусинск.

Поэтому, чтобы ваш сайт не угодил под санкции поисковых систем, важно уметь правильно подбирать качественные сайты-доноры. Необходимо четко понимать, как именно должна выглядеть естественная ссылка, а также использовать только безопасные методы продвижения на перспективу.

Создавать качественный контент — это самый сложный и трудоемкий процесс, но он является основным. Некоторые бесстрашные владельцы сайтов и оптимизаторы пытаются накручивать пользовательские факторы сайта. Ни в коем случае не делайте этого. Во-первых, подобные действия вряд ли принесут реальную пользу. Во-вторых, поисковые системы умеют вычислять подобные «накрутки» и банят за это сайты без права обжалования.

Желаю вашим сайтам самых высоких позиций и удачи вам во всех ваших начинаниях!

С уважением, Руслан Савченко.

34 ОСНОВНЫХ ФАКТОРА РАНЖИРОВАНИЯ ЯНДЕКС И GOOGLE В 2016 ГОДУ



Евгений Попов

Автор: Руслан Савченко

<https://evgeniypopov.com>

