

Игорь Новицкий



search engine optimization

ЗАПИСКИ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТОЛОГА

Часть 8. Внешние ссылки

Игорь Новицкий
Записки интернет-маркетолога.
Часть 8. Внешние ссылки

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=64963817
ISBN 9785005366368*

Аннотация

Как раскрутить сайт с помощью внешних ссылок? Как заставить эти ссылки работать? Ответы на эти вопросы есть в 8-ой части записок. Как всегда, только практика и полезная информация. После прочтения книги всем методический материал (сотни нужных ссылок на программы, чек – листы...) и помощь автора. Читаем все! Будет интересно!

Записки интернет- маркетолога

Часть 8. Внешние ссылки

Игорь Новицкий

© Игорь Новицкий, 2021

ISBN 978-5-0053-6636-8 (т. 8)

ISBN 978-5-4498-3049-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Содержание:

Введение

- 1. Виды и типы ссылок*
- 2. Индексация ссылки*
- 3. Место для ссылки*
- 4. Околоссылочный текст*
- 5. Анализ донора.*
- 6. Количество ссылок.*
- 7. Источники ссылок*
- 8. Индекс ссылочной массы*
- 9. Удаление ссылок*
- 10. Качество ссылок*

Заключение

Введение

Очередную часть записок хочу начать со слов благодарности тем, кто вместе с нами идет по нелегкому пути маркетинга к вершинам продаж в онлайн пространстве. Это действительно трудный путь. Требуется много времени и сил, чтобы понять, а главное почувствовать, как «продать» тот или иной товар, или услугу.

Жизнь не стоит на месте. Каждый год нам, интернет – маркетологам приходится внедрять новые инструменты продаж или совершенствовать старые. Кто вначале пути, тому тяжело без грамотного наставника достичь успеха. Но у вас, коллеги, есть я, ваш покорный слуга Игорь Новицкий, поэтому мы продолжаем. Не забываем, что прочтение моих записок не заканчивается последней буквой. Все добросовестные приобретатели книги имеют возможность получить дополнительный материал в виде ссылок на полезные программы. Они, ох как пригодятся в продвижение вашего продукта. Ссылок сотни. Все программы разбиты по категориям, с отметками для какого инструмента продаж в интернете они предназначены. В конце книги есть электронный адрес. На него каждый из вас может прислать заявку на получение данного материала. А мы продолжаем. Тема записок «Внешние ссылки».

Итак, что такое внешняя ссылка. Кратко определение. Это запись, которая идентифицирует документ. В нашем случае интернет – страницу. Из прошлых записок мы уже знаем, что есть еще внутренние ссылки. Они относятся непосредственно к идентификации внутренних документов. Назначение внешних ссылок аналогичное, только они имеют отношения к внешним источникам. Кстати, сегодня поисковые роботы рассматривают внешнее ранжирование, оно же ссылочное, как основной показатель выхода сайта в топ 5. Исходя из этого я принял решение посвятить внешним ссылкам отдельные записки. После них вы 100% точнее станете «бить» в цель с помощью внешнего ранжирования.

Вспоминаем из прошлых записок. В ссылочном ранжировании участвуют две стороны: донор и акцептор. Первый отдает ссылочный вес. Второй его принимает. В нашем случае внешний сайт – донор и ваш сайт – акцептор. Но роли могут меняться. Вы можете тоже стать донором. С помощью ссылки на стороннем ресурсе алгоритмы органического поиска понимают, сколько и в каком количестве внешних источников ссылаются на сайт. Но не количество главное во внешнем ссылочном ранжировании, а качество. Можно наставить много входящих ссылок, они же бэклинки, но в итоге не получить результата. И еще того хуже, попасть под санкции поиска. Запоминаем! Роботы поиска принимают во внимание только качественные ссылки. Что такое качественная ссылка мы разберемся ниже.

Сейчас расскажу, что не надо делать на сайте. Я имею в виду, как не стоит размещать внешние ссылки.

По легенде вам предложили у себя на сайте разместить ссылку на ресурс, к примеру, партнера или приятеля. Вы, пока еще не прочли записки Игоря Новицкого, конечно же рады помочь, так как сайт еще «молодой» и думаете, что это поможет. Ошибка! Это навредит! Запоминаем! До 1 года все сайты считаются «молодыми» (мс – сайтами) и только «узнаются» поисковыми системами. По мнению последних такие ресурсы еще не могут «поручаться», а размещение ссылки своего рода поручение за другие сайты. Как только на мс появляются ссылки, особенно в большом количестве, можно попасть под фильтр. В итоге сайт еще на неопределенный срок отброшен от топ 5. Вывод: запрещено использовать основные разделы сайта для исходящих ссылок, пока сайт мс. Открою секрет! Мы в своей практике стараемся минимизировать количество исходящих ссылок в принципе. Страницу «Домашняя» советую вообще не рассматривать в качестве донора для исходящей ссылки. Напоминаю, что такое «домашняя» интернет – страница. Это страница, на которую попадает пользователь интернета сразу после перехода из поиска. Лучшие всего, если это будет страница «Главная». Пока это два важных момента, что не стоит делать владельцам мс. Но есть исключение: внешние ссылки на социальные сети можно и даже нужно проставлять на своем сайте. Один нюанс. Все социальные сети, на кото-

рые идет ссылка, должны быть рабочими. Если ссылка ведет в пустоту, то будет обман пользователя. В итоге топ 5 сайту не видать.

Итак, еще раз. «Молодой» сайт закрыт от донорства приблизительно до 1 года. Исключение ссылки на социальные сети. За основу берите собственные сети. На них и ведите ссылки. Я уверен, вы часто видели такие ссылки на сайтах, к примеру, в виде виджетов, иконок и так далее. Они могут располагаться в шапке ресурсе или подвале (нижняя часть сайта). Действуйте по аналогии: выбирайте свои «рабочие» социальные сети, проставляйте на них исходящие ссылки.

Виды и типы внешних ссылок

В своей практике часто встречаю ошибку, свойственную многим владельцам сайтов, которые решили продвигаться, не прибегая к услугам профи. Они размещают ссылки без системы, без определенного плана, не учитывая тот факт, что каждая проставленная ссылка – это сигнал для робота поиска. Сигнал может повлиять положительно и отрицательно на раскрутку сайта. Чтобы не произошло последнего, для начала следует разбираться в ссылочной массе.

А знаете ли вы, что для поисковых роботов по умолчанию, так называемые SEO – ссылки, как красная тряпка для быка в день корриды. Под данным определением понимает-

ся ссылочная масса, которая оказывает влияние на работу поисковых алгоритмов. Перечислим основные признаки SEO – ссылки:

- нет тематической зависимости донора и акцептора;
- ссылка размещена на одном и том же месте, в определенном блоке на всех страницах;
- конструкция ссылки и окружающий текст выглядят неестественно;
- нет перехода пользователей по ссылкам;
- ссылка размещена без привязки к продвигаемому региону.

Вы увидели у себя на сайте эти такие ссылки? Прямо сейчас удаляем их.

Теперь о видах. Сегодня есть два основных вида: арендные и вечные ссылки. Коллеги, про первый вид, хотя он еще и существует, забываем. Он не принесет пользы сайту. Мало того, что название говорит за себя, так еще и роботы поиска такие ссылки сразу принимают за покупные. Последние тоже считаются неестественными. Вывод: никогда не пользуемся арендными ссылками, не прибегаем к услугам автоматизированных систем продвижения (Rookee, Promopult, Megaindex и так далее). Но и не забываем про них. У автоматизированных систем продвижения есть много бесплатных и полезных инструментов для раскрутки сайта не только в органическом поиске, но для создания рекламных кампаний.

Что такое вечные ссылки? Название говорит за себя. Эти ссылки размещаются на постоянной основе, но с небольшой оговоркой. На постоянной основе, но пока работает донор. Как только доноры «уходят» с просторов интернета, акцепторы теряют ссылочную массу. Коллеги, с этого момента мы будем рассматривать только вечные ссылки. Про арендные забываем!

Итак, вечная ссылка. Почему на нее особое внимание всех без исключения интернет – маркетологов? Вечная ссылка – это поручитель перед поисковой системой. То есть донор поручается за акцептора. И чем качественнее донор и «эжирнее», тем выше ранжирование акцептора. Запоминаем! Размещение ссылки на некачественном доноре нанесет вред акцептору. Исходя из этого, к обмену внешними ссылками подходим ответственно. Не стоит по формуле «ты мне – я тебе» сразу ставить на свой сайт исходящую ссылку. Даже если вас об этом просит старый друг. Сначала проверьте донора. Кстати, это относится не только к сайтам друзей, но и к другим донорам. Схема простая. Проверяете донора. Убеждаетесь в его «надежности», только после этого размещаете на нем ссылку. Как проверить донора? Ниже разберемся и с этим.

Типы ссылок

Теперь о типах. Очень важный момент, тем более, что на момент написания данной части записок поисковые си-

стемы стали еще больше внимания уделять внешнему ссылочному ранжированию. Начнем с главного типа, который очень «уважают» ПС.

Ссылка в виде анкера.

Под анкором понимается слово или слова, определяющие документ с переадресацией на иные ресурсы. В нашем случае анкорная ссылка располагается на доноре и ведет на сайт акцептор. Получается, что анкорная ссылка – это просто текст? Верно. Просто текст, выделенный цветом. Кликая по тексту, посетитель переходит на сайт. Такой текст еще называют гиперссылкой.

Какой это может быть анкор? Первый и самый важный для индекса – анкор в виде ключевого слова с прямым входением. Что такое прямое входение? Возвратимся к нашему СЯ. Напоминаю, СЯ – это совокупность всех слов и фраз на сайте. Так вот, прямое входение и есть слово из нашей семантики. К примеру, стульчики для кормления. Коллеги, еще раз, любое ключевое слово из нашей семантики и есть анкор с прямым входением. Как правильно использовать прямое входение? Сперва мы берем ключевое слово из заголовка интернет – страницы сайта. Например, вы продаете детские стульчики для кормления. Помним, что есть title, он же заголовок страницы в интернете. Конечно же, вы его уже грамотно прописали. Так вот, ключевое слово с прямым входением и есть первый анкор для прокачки. Он никогда

не попадет под фильтр поиска.

Следующие ссылочные анкоры должны располагаться в тематическом тексте страницы донора. Максимум две ссылки, подчеркиваю, максимум две ссылки с прямым входением на странице, иначе санкции. Какой должен быть околоссылчный текст? Ответ на этот вопрос также ниже.

Теперь о непрямом входении. Оно необходимо обязательно. Постоянный анкорный текст с прямым входением вызывает подозрение у алгоритмов поиска.

Разбавляем внешнюю ссылочную анкорную массу:

1. Прямое входение – прокачиваем заголовок интернет – страницы, описание, теги;

2. Непрямое входение – прокачка иных параметров.

Во втором варианте анкоры можно склонять спрягать, сокращать и так далее.

Безанкорные ссылки

Здесь подразумевается классический URL и домен. Возможно и название сайта. Из практики уже ясно, что именно безанкорные ссылки в глазах поиска считаются по умолчанию естественными. В контенте интернет – страницы достаточно одной такой ссылки. К безанкорным относим ссылки со словами «тут», «здесь», «там». Кстати, если у вас есть стационарная точка: магазин, салон услуг или офис, то без последних ссылок сайту не обойтись. Прекрас-

но работают для продвижения бизнеса, где есть стационарная точка.

Графические ссылки

Под графическими ссылками мы понимаем ссылку на изображение, фото, картинку.

Эта ссылка идет в контексте гипертекста. Она важная и неотделимая часть HTML – страницы.

Мы знаем, что контент на сайте имеет важное значение. Внешние ссылки можно размещать не только в тексте, но сделать изображение ссылкой. При нажатии на изображение посетитель сайта будет попадать на другой источник.

Так вот, здесь не стоит путать ссылки на графический элемент и ссылки в виде такого элемента.

Классическая структура графической гиперссылки:
` `.

Идеальная ссылочная рабочая схема для размещения в текстовом контенте!

Тип индексации ссылки

Напомню, что поисковые роботы видят всю информацию на сайте. От них не скроешь ничего. Иное дело, они могут принять в индекс или отказать. В отношении индекса ссылок все просто: есть открытые для индекса ссылки и за-

крытые. Первые передают ссылочный вес и улучшают позиции сайта в поисковой выдаче. Если они, конечно, проставлены с «любовью» и выглядят в глазах поиска естественными. В противном случае они не принесут пользу, а в ряде случаев и навредят: ссылка ведет с некачественного донора, проставлена с целью манипуляции, не выглядит естественной.

Естественная ссылка это:

1. Релевантная ссылка в высокой степени. То есть ведет с тематического на тематический ресурс. Советую, чтобы не только донор был одной тематики, но и регион раскрытки донора совпадал с регионом акцептора.

2. Социальная ссылка, то есть ссылка из социальных сетей. Сегодня, если ваш товар или услуга не представлен в социальных сетях, о ТОП 5 можно забыть. Все ссылки из социальных сетей считаются естественными и имеют весомый вес в глазах поиска. К тому же «социальная» ссылка не дает развиться ссылочному взрыву, и они не попадают под санкции поиска.

3. Вечная ссылка. Что понимается под словом «вечная»? Ссылка, которая размещается на весь период работы донора. То есть, пока сайт работает, ссылка должна быть проставлена. Теперь пример из практики. Как известно, место размещение ссылки имеет важное значение для роботов поиска. Хотите быстро попасть в индекс по ссылочному ранжированию? Тогда место для ссылки только уровень перво-

го экрана. Почему? Роботы поиска индексируют информацию сверху вниз и в любом случае «пробегутся» по внешней ссылке. Кстати, это касается всей информации, располагаемой на сайте. Но об этом рассказано в других записках.

4. Естественными для поисковых роботов считаются ссылки, размещенные на доноре, на который в свою очередь ведут еще ссылки. Конечно же, они должны быть тематическими и разнообразными.

5. Ссылка, проставленная на новой интернет – странице. Все ссылки, которые размещаются на вновь созданных интернет – страницах в глазах поиска считаются естественными. Значит при размещении ссылки стоит настаивать на создании под ссылку новой страницы? Да, именно так. Важный момент! Создается не страница под ссылку, а полезный для пользователя контент. В него грамотно интегрируем ссылку или ссылки. Как это делаем? Пишем «правильный» с точки зрения поиска околоссылочный текст.

Какой это текст?

1. Который полезен для пользователя, то есть отвечает на его вопрос.

2. Который имеет высокую степень уникальности, не менее 95%.

3. Написан грамотно с точки зрения русского языка.

4. Размещается с правильным вхождением ключевых слов.

По легенде околоссылочный текст написан. Размещаем в нем 1 анкорную и 1 безанкорную ссылку. Сейчас особое внимание! Размещаем ссылки, как уже известно, на уровне первого экрана. В тексте рекомендую это делать в первом абзаце. Почему именно так? Обратимся к правилам индексации. Роботы индексируют информацию, начиная сверху. Исходя из опыта уже ясно, что в любом варианте ваши ссылки будут приняты во внимание алгоритмами поиска.

Анализ донора

Что такое донор, наверное, всем понятно. Это сайт или иной интернет – ресурс, который передает ссылочную массу сайту – акцептору. «Жирный» донор помогает акцептору достичь вершин поиска. Все поисковые системы считают внешней ссылочную массу главным фактором ранжирования. Особенно Гугл. Я уже не раз говорил на страницах своих книг, что в Гугл вы не достигнете высоких позиций, если у сайта нет качественной ссылочной массы. Для Гугла нужен хайп, пиар. О вашем сайте должны иные онлайн – ресурсы просто «кричать» в интернете. Теперь об аватаре идеального донора.

«Жирный» донор это:

1. Высокий ИКС. Что такое ИКС? Это показатель качества, относящийся к поисковой системе Яндекс. Именно с его помощью Яндекс определяет качественный сайт или нет. Подчеркиваю, ИКС характерен только для поис-

ковой системы Яндекс. Минимальный ИКС 10, максимальный, как показала моя практика, может быть 10 000 и выше. При анализе донора обращаем на показатели ИКС. Как его узнать? Для собственного ресурса вам в помощь Яндекс Вебмастер. Для стороннего внешние программы. В методическом материале есть популярные программы для проверки ИКС донора. Не забываем подавать заявку на методический материал. А мы продолжаем! Есть одно «но» по отношению к ИКС. Учет данного критерия важен, если поисковая система Яндекс популярна в регионе продвижения. Например, в Казахстане ей пользуется низкий процент пользователей. Соответственно здесь все внимание на Гугл.

2. Для поисковой системы Гугл показателя «жирности» два: рейтинг домена (DR) и авторитет домена (DA). Тут надо сказать еще и трасте, то есть доверии к интернет – ресурсу со стороны поисковых систем. Под трастом понимается и возраст доменного имени, чем домен старше, тем лучше. Также сюда же относим историю домена. У каждого домена есть своя история. Если домен «старый», где – то от 3 лет и выше и при этом у него положительная история, то это хороший донор.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.