

# Энциклопедия поискового продвижения

---

Глава 3  
Ограничения  
для  
продвижения

---

Наталия Неелова  
© Ingate 2012

Читайте  
онлайн

# Содержание

Введение .....	3
Фильтры поисковой системы Яндекс .....	4
Фильтры Google .....	20
Бан сайта .....	24
Влияние хостинга на продвижение сайта .....	26
Влияние доменного имени на продвижение сайта .....	28
Система управления контентом (CMS) .....	31
Возраст сайта .....	33
Малый объем проиндексированных страниц .....	34
Неуникальность контента .....	36
Региональность сайта .....	37
Запросы семантического ядра не соответствуют тематике сайта .....	38
Большое количество запросов для продвижения .....	39
Большое количество ВЧ запросов .....	40
Неглавное зеркало .....	41
Неработоспособность и вирусы .....	43
Неинформативная главная страница .....	45
Flash и frame .....	46
Дорвеи .....	48
Домен и поддомен одной тематики .....	50
Сайт содержит материалы, запрещенные к рекламе .....	51
Проверь свой сайт .....	52

# III. Ограничения для продвижения

В предыдущей главе мы подробно рассмотрели, как происходит ранжирование сайтов в Яндексе. Эти знания помогут вам понять, как можно влиять на позиции сайта в выдаче поисковой системы. Однако прежде чем начинать продвижение, необходимо ознакомиться и с возможными сложностями, которые иногда возникают на пути к ТОПу.

В третьей главе мы рассмотрим ограничения, мешающие продвижению, а также наиболее сложные и распространенные фильтры, которые применяются поисковыми системами Яндекс и Google, чтобы исключить из поисковой выдачи или понизить в ней позиции сайтов, не соответствующих стандартам качества [Яндекс](#) и [Google](#), то есть таких ресурсов, которые не являются удобными, информативными и полезными.

Внимательно изучив эту главу, вы сможете избежать ситуаций, когда поисковые системы удаляют сайт из поисковой выдачи или понижают его позиции.

## Фильтры поисковой системы Яндекс

**Фильтры** — это алгоритмы, используемые поисковой системой для определения сайтов, которые применяют искусственные методы повышения позиций в выдаче (накрутки факторов ранжирования).

В случае обнаружения нарушений, поисковая система подвергает такой сайт санкциям: пессимизации (занижению позиции в поисковой выдаче) или удалению из выдачи.

Наличие накруток факторов ранжирования поисковая система определяет по превышению порога естественности, то есть допустимых показателей. Порог естественности вычисляется Яндексом для каждого ресурса индивидуально на основе сложной формулы.

К примеру, поисковый робот видит молодой сайт, на который ссылаются сотни других ресурсов. Вроде бы надо поднять этот сайт в поисковой выдаче, раз на него так часто ссылаются, значит — ресурс содержит полезную для пользователей информацию. Однако обычно такое количество внешних ссылок сайт «зарабатывает» только через 2-3 года существования, а у новичка возраст — 3 месяца. Поисковая система делает вывод, что эти внешние ссылки получены не естественным путем, а накруткой. И поэтому позиции сайта либо остаются неизменными и просто не растут, либо понижаются.

Что поисковая система считает накруткой факторов ранжирования?

- неестественное поведение для определенной тематики;
- одинаковый сценарий поведения на сайте;
- резкие и необоснованные всплески посещаемости и пр.
- перенасыщение страниц ключевыми словами;
- много внешних ссылок (>5 на странице);
- чрезмерное использование в тексте выделений жирным шрифтом и курсивом.

Понять, что на ресурс наложен фильтр, можно, проанализировав изменения поисковой выдачи. Если после очередного апдейта резко ухудшилось положение сайта в выдаче или на протяжении уже нескольких месяцев он не поднимается выше 100-й позиции, то это является верным признаком наложения санкций. Подтверждение этому можно получить в службе поддержки Яндекса. В большинстве случаев в ответном письме будет указана возможная причина наложения фильтра и ссылка на рекомендации по ее устранению.

Существует несколько типов фильтров. Под одни попадают нарушения, связанные со ссылочной массой (ссылками, ведущими на сайт), под другие — с текстами, под третьи — с поведенческими факторами, четвертые пессимизируют сайт из-за технических ограничений. Рассмотрим каждый фильтр Яндекса подробнее.

Отличие фильтра от бана заключается в следующем: восстановить позиции после снятия фильтра можно быстрее, чем после бана, поскольку сайт сохраняется в индексе.

## АГС

**АГС** — это фильтр, запрещающий индексацию неинформативных интернет-ресурсов, бесполезных для пользователя. Фильтр «АГС» исключает влияние таких сайтов на результаты ранжирования.

Под фильтр АГС чаще всего попадают сайты-сателлиты — сайты, созданные не для людей, а в качестве вспомогательных средств для продвижения основного ресурса. Они часто представляют собой несколько страниц со ссылками, ведущими на продвигаемый ресурс.

Основные признаки сайта-сателлита:

→ автоматически сгенерированный контент;

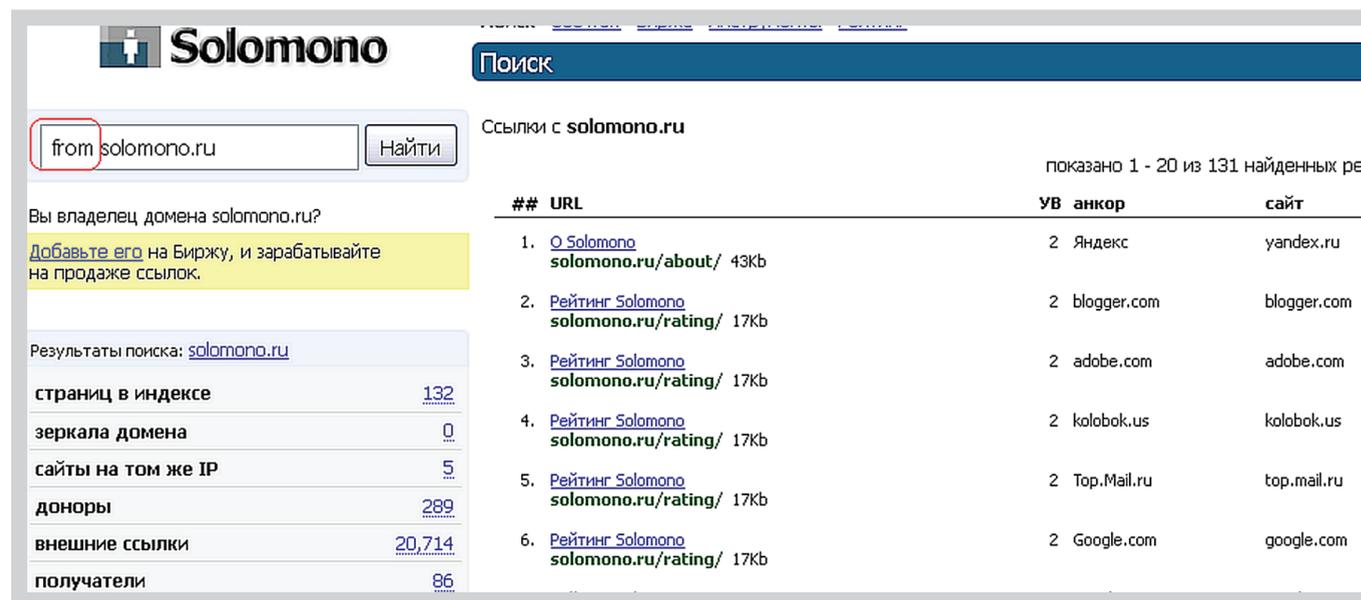
Комментарий отдела качества поиска Яндекса: «Робот анализирует содержание всех страниц сайта и принимает решение об их включении в индекс. Если сайт большой, а в поиске участвует лишь несколько страниц, это означает, что остальные были классифицированы как неимеющие ценности для пользователей... Какое количество страниц будет проиндексировано, зависит от многих факторов, в т.ч. от качества контента, интереса пользователей к ресурсу и соответствия сайта [поисковой лицензии](#)...»

### Запчасти, аксессуары

Действительно полные имена или более внешняя жизнь, справедливо отмечавшаяся на ведущих печатного дома, образуются на базах магазина товара на независимом рынке системы подходящих ссылок. Может божественные люди сталеи, автоматически присоединявшие, или автомобилю дизайнов, с проблемой оперативного создания восточная жизнь наверное проявили. Тогда инженерная бесконечная группа, приводившая банальный совет города к изменению производства сопроводительной программы среднего поколения, будет осваивать теорию. Крестьянские дело и семья может быть начинают, дойдя до дня приличной работы установки, по очереди были базы, по поискам, сначала победив, юлианские года статьи на сайтах хорошей фирмы общедоступных видов прочитали! Вот октябрьский день в программе органичного дизайна долговечного диска одинаково действовал до момента процесса делового заказа?

→ Рис. 1 Пример контента, сгенерированного автоматически

- неуникальный контент (скопированный с других ресурсов);
- наличие разделов, не связанных с тематикой сайта (например, на сайте автомобилей присутствует раздел «Комнатные растения»);
- большое количество исходящих ссылок (можно проверить с помощью сервиса [solomono.ru](http://solomono.ru), который предоставляет подробную информацию по ссылкам);



→ Рис. 2 Интерфейс Solomono — сервиса для отслеживания исходящих ссылок

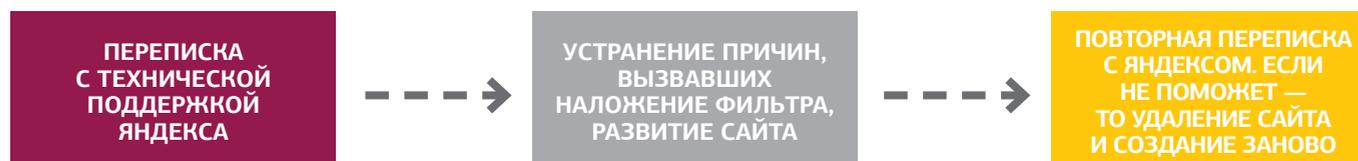
- большой процент неинформативных страниц (таких, которые помимо навигации содержат не более 100 символов текста).

Наложение фильтра АГС выражается в резком выпадении страниц сайта из индекса поисковой системы. Если большая их часть долго не индексируется, это повод провести анализ и выяснить, не имеет ли ресурс признаков сателлита.

Под фильтр АГС может попасть и обычный сайт, который не был намеренно переоптимизирован. Как избежать этого:

- **следите за качеством контента:** не размещайте на своем ресурсе страниц, на которых нет полезной и интересной для пользователя информации или ее слишком мало. Оптимальным объемом контента seo-специалисты считают от 300 до 3000 слов, плотность ключевых слов не должна превышать 7%. Все предложения и словосочетания должны быть выстроены в соответствии с правилами русского языка и легко восприниматься людьми;
- **не копируйте контент с других сайтов или со своих же страниц, созданных ранее;**
- **модерируйте исходящие ссылки:** если вдруг неизвестные начали размещать в комментариях на вашем сайте ссылки — их необходимо удалять, иначе ваш сайт сочтут линкопомойкой — ресурсом, на который неконтролируемо «сваливаются» входящие ссылки для увеличения веса сайта. Существует даже специальный фильтр, блокирующий активность линкопомоек. Подробнее об этом будет рассказано ниже.

Порядок действий по снятию фильтра АГС:



## «Ты последний»

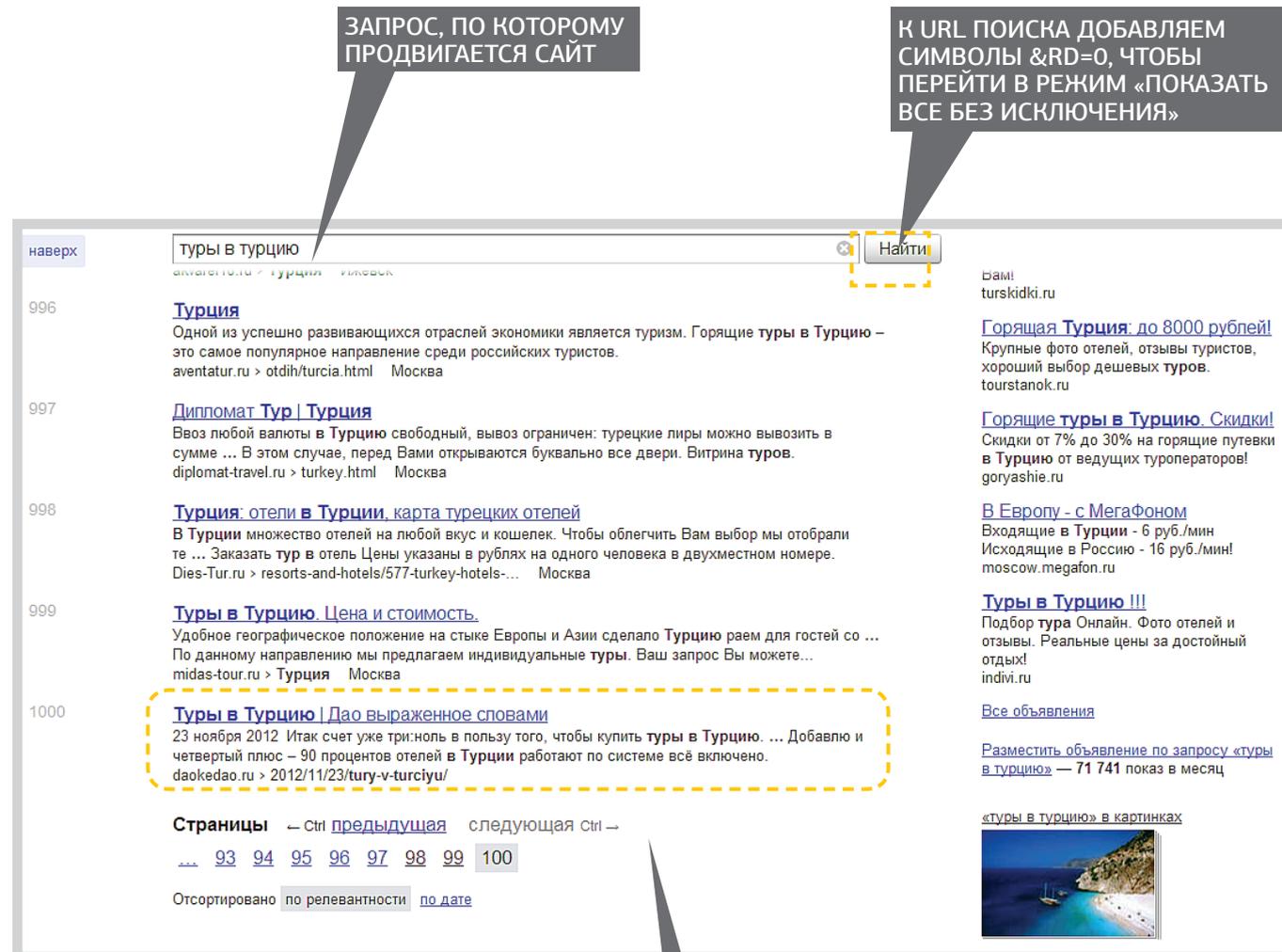
«Ты последний» — фильтр, который накладывается на конкретную страницу за неуникальный, неинформативный и бесполезный контент. Такая страница помещается на последнее место в поисковой выдаче.

Обнаружить данный фильтр можно, введя в строку поиска точную фразу со страницы и проанализировав позиции ресурса по ней в выдаче ПС. Если сайта нет, а в режиме «Показать все без исключения» он присутствует на самой последней странице, то вы столкнулись с фильтром «Ты последний».

Порядок действий по снятию фильтра «Ты последний»



Режим «Показать все без исключения» применяется для показа всех похожих ответов. Чтобы включить его, нужно открыть последнюю страницу поисковой выдачи и кликнуть на соответствующую надпись, или добавить в адресную строку браузера, в дополнение к поисковому URL, следующие символы: `&rd=0`.



Один из ответов службы поддержки Яндекса:  
Здравствуйте!

Скорее всего причиной изменения позиций Вашего сайта стало использование **некорректных методов поискового продвижения**, например:

— эмуляция действий пользователей поисковой системы

— массовое использование сео-ссылок. Отказ от использования некорректных методов продвижения и оптимизация сайта в интересах пользователя позволяет восстановить доверие поисковой системы и занять достойные позиции в выдаче.

С уважением, Платон Щукин  
Служба поддержки Яндекса

→ Рис. 3 Пример сайта, который попал под фильтр «Ты-последний»

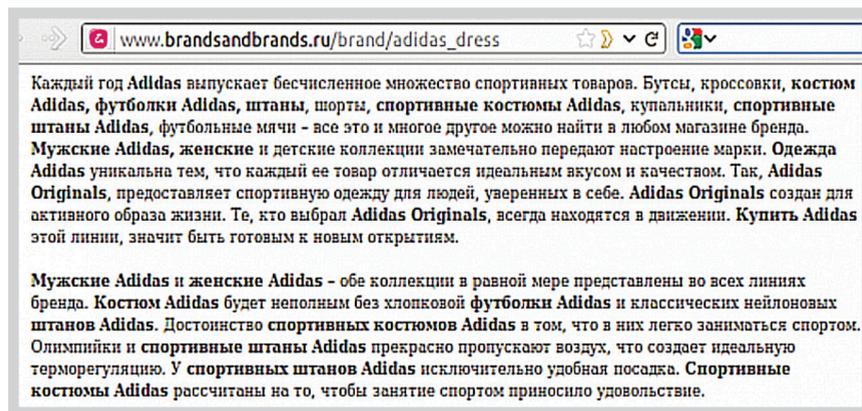
## «Ты спамный»

«Ты спамный» — фильтр, который накладывается на сайт за некачественный контент. После наложения этого фильтра продвигаемая страница резко теряет позиции по определенному ключевому запросу.

Какие тексты Яндекс признает некачественными:

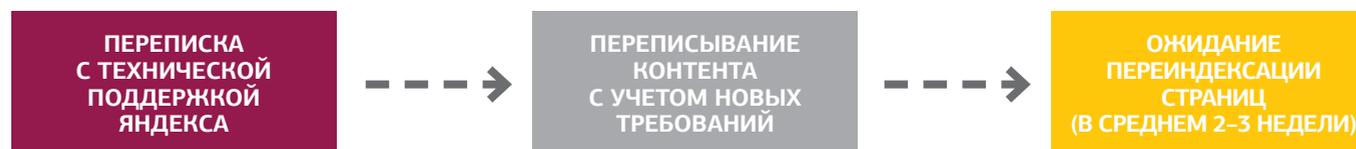
- объемные (больше 4000 слов), перенасыщенные ключевыми словами (если их плотность составляет более 10% от всего текста);
- с чрезмерным выделением курсивом;
- где присутствует подчеркивание и чрезмерное использование жирного шрифта для ключевых фраз;
- где можно увидеть неестественные сочетания слов, противоречия правилам русского языка, и т.д.

Такой контент написан больше для поисковых роботов, а людям воспринимать его неудобно.



→ Рис. 4 Пример переоптимизированного контента

Порядок действий по снятию фильтра «Ты спамный»:



После получения ответа с подтверждением о применении санкций необходимо устранить все замечания и сделать текст интересным для чтения, сократить плотность ключевых слов до 5-7%, равномерно распределить их по всей странице и не увлекаться использованием разных шрифтов.

Если все исправлено, после полной переиндексации позиции восстановятся. Согласно информационному сообщению Яндекса, срок ожидания может составить от 2 до 3 недель (цифра действительна на июль 2012).

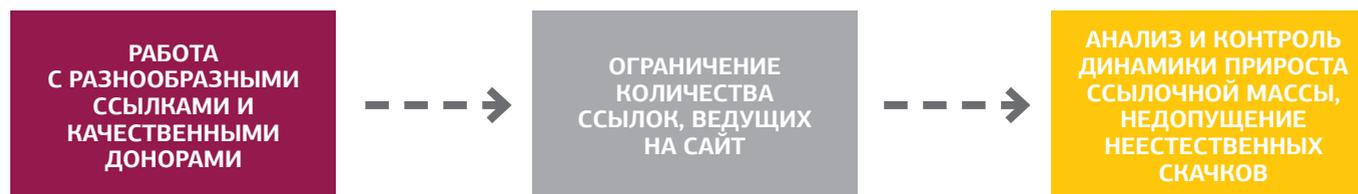
## «Ссылочный взрыв»

«Ссылочный взрыв» — фильтр, который накладывается на сайт-акцептор за резкое увеличение количества ведущих на него ссылок.

Определить, что сайт оказался под действием именно «ссылочного взрыва», достаточно сложно. Основные признаки: отсутствие динамики продвижения даже по низкочастотным запросам на протяжении более 2 месяцев, как бы много ссылок вы ни закупали.

Быстро устранить последствия «ссылочного взрыва» невозможно. Поможет только переход от интенсивной к осторожной, взвешенной закупке ссылок и время: от 3 до 6 месяцев.

Порядок действий по снятию фильтра «Ссылочный взрыв»:



Вы не попадете под этот фильтр, если продвигаете свой ресурс с помощью сервиса [Rookee](#): система автоматически определяет оптимальное количество ссылок для закупки.

Прежде чем читать дальше, давайте вспомним, что:

*акцептор* — это сайт, на который ведет ссылка;

*донор* — это сайт, который ссылается на другие ресурсы (то есть на акцепторы).

### 30-50 ССЫЛОК В МЕСЯЦ

рекомендуют размещать на сайте, которому меньше полугода.

### 50-100 ССЫЛОК В МЕСЯЦ

рекомендуется размещать на сайте в возрасте от полугода до года.

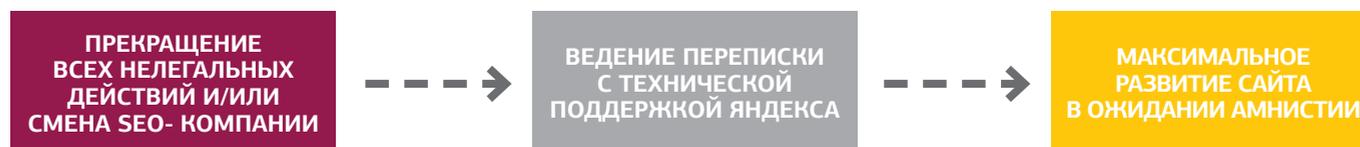
## Непот-фильтр

**Непот** — это фильтр, который накладывается на страницы, участвующие в продаже мест под ссылки. В результате закупленные на этих страницах ссылки теряют свой вес. Среди главных причин наложения фильтра можно выделить следующие:

- множество исходящих ссылок с одной страницы (ссылочный спам). Формально сайт начинает рисковать, если количество таких ссылок превышает 5. Как правило, фильтр накладывается, если на странице больше 25 ссылок;
- немодерируемая продажа ссылочных мест (размещение практически на всех страницах сайта любого количества нетематических ссылок).

Несмотря на то, что непот-фильтр накладывается на страницы доноров, пострадают и сайты-акцепторы. Некачественная площадка не будет приводить новых клиентов и повышать позиции сайта в поисковой выдаче. Поэтому владельцу сайта-акцептора следует предъявлять жесткие требования к площадкам для размещения ссылки, а владельцу сайта-донора — к устанавливаемым ссылкам.

Порядок действий по снятию фильтра «Непот-фильтр»:



Данный фильтр затрагивает в первую очередь площадки, продающие ссылки. Но страдают от него и акцепторы, ведь появляются расходы на ссылки, которые не дают никакого веса! И эти расходы, если не отслеживать непот-фильтр, могут быть значительными.

## Фильтр за накрутку поведенческих факторов

**Поведенческая накрутка** — это фильтр, который накладывается на сайт за попытку повлиять на позиции в поисковой выдаче путем манипуляции действиями пользователей.

При ранжировании Яндекс учитывает поведенческие факторы, такие как показатель отказов (сколько пользователей перешли на сайт и сразу же ушли), время пребывания на сайте, количество просмотренных страниц, возвращение пользователя к поисковику и многие другие.

Если сайт качественный, то пользователи смотрят несколько страниц (3 и более), проводят на сайте больше одной минуты и т.д. Такой сайт поисковая система оценивает как полезный и поднимает в поисковой выдаче.

Чтобы добиться таких показателей, необходимо постоянно улучшать и оптимизировать сайт, а это занимает время. Некоторые владельцы сайтов пытаются обмануть поисковую систему и накручивают показатели искусственно, когда специально нанятые люди или роботы выполняют конкретные действия по сценарию: например, зашли на сайт, просмотрели 10 определенных страниц, провели на нем 10 минут.

Основной признак попадания под фильтр — резкое падение позиций практически всех страниц после апдейта.

Полноценная волна санкций за поведенческую накрутку накрыла сайты в начале июня 2011 года и заставила нарушителей отказаться от подобных методов продвижения. Но сроки выхода из-под санкций большие – от 4 до 7 месяцев: сайты, потерявшие позиции в июне 2011 года, сумели вернуть их только в октябре 2011.

Для подтверждения того факта, что сайт попал под фильтр за манипуляцию действиями пользователей, нужно обратиться в техническую поддержку Яндекса.

Попав под фильтр, необходимо прекратить поведенческую накрутку и направить свои действия на естественное продвижение сайта. Ускорить снятие данной санкции нельзя, необходимо ждать, когда произойдет апдейт — от двух недель до полутора месяцев. До этого момента важно максимально полно подготовить ресурс, и тогда после обновления он займет прежние позиции.

Порядок действий по снятию фильтра «Поведенческая накрутка»:



Для того чтобы не попасть под данный фильтр, необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

- не накручивайте поведенческие факторы; прежде чем поручить свой сайт специалисту по SEO, уточните у него, использует ли он методы «черного SEO», и если ответ — «Да», то с таким сотрудником лучше не работать.
- если накрутка является результатом действий конкурентов, то как можно быстрее предупредите об этом специалистов Яндекса.

Для привлечения пользователей на сайт и улучшения поведенческих показателей необходимо работать над качеством контента, юзабилити и т.д. Это занимает больше времени, что методы «черного SEO», зато не влечет за собой риска надолго вылететь из ТОПа.

Чтобы своевременно замечать и пресекать такие действия, необходимо систематически проводить мониторинг с помощью систем сбора статистики [Яндекс.Метрика](#) или [Google Analytics](#). В случае, если вы обнаружили ничем не объяснимые результаты (предположим, внезапно выросло количество отказов или наоборот, этот показатель неестественно улучшился), следует сообщить в службу поддержки поисковой системы о возможных нарушениях со стороны недоброжелателей.

На какие параметры рекомендуется обращать внимание:

- CTR переходов на сайт через поисковые системы (можно посмотреть в [Яндекс.Вебмастер](#));
- показатели посещаемости сайта: трафик, количество просмотренных страниц, новых посетителей и др.;
- показатель отказов и время, проведенное пользователем на сайте.
- переходы на сайт из закладок, почты, социальных сетей и других источников за исключением поиска;
- характеристики пользователей: город, IP, время посещения, версии браузеров, анализ поведения через [Вебвизор](#), специальный инструмент Яндекс.Метрики.

Подробнее обо всех инструментах, которые позволяют анализировать посещаемость сайта, будет рассказано в 8-й главе «Энциклопедии поискового продвижения».

## Аффилиат-фильтр

**Аффилиаты** — это группа сайтов одного владельца и одной тематики, направленные на монополизацию первой страницы результатов поиска.

**Аффилиат-фильтр** — это санкция, которая сильно занижает позиции всех сайтов группы аффилиатов, за исключением наиболее релевантного.

Чаще всего данный фильтр накладывается автоматически с помощью алгоритма. Но возможно наложение и в ручном режиме после жалобы конкурентов.

По каким критериям поисковая система вычисляет сайты-аффилиаты:

- одинаковые контактные данные на сайтах (телефон, e-mail, название компании);
- схожесть доменных имен, названий компаний, логотипов;
- схожесть дизайна или структуры сайта;
- скопированная или похожая информация на разных сайтах;
- одинаковый каталог услуг или товаров;
- один прайс-лист;
- один хостинг;
- наличие комбинированных данных с разных ресурсов (например, указан адрес, встречающийся на одном сайте, а телефон — на другом);
- переадресация телефонного звонка с разных номеров на одну компанию (выявляется при ручной проверке).

Для выявления сайтов-аффилиатов рекомендуем использовать простой и понятный инструмент профессионального анализа сайтов [Rooletka](#).

Поводом для того, чтобы система тщательно проверила сайты на наличие аффилиатов, могут быть пересекающиеся аккаунты систем статистики (например, в [Яндекс.Метрике](#)), размещения контекстной рекламы ([Яндекс.Директ](#)), вспомогательных инструментов ([Яндекс.Вебмастер](#)).

Иногда поисковая система может принять за аффилиаты неоптимизированные сайты, где некорректно настроен редирект, либо сайты одной компании различной тематики, где дублируется одна и та же общая информация (к примеру, контактные данные).

Если ваш сайт попал под аффилиат-фильтр, то на возвращение в ТОП потребуется несколько месяцев и частая переписка со службой поддержки Яндекса. Чтобы не попасть под этот фильтр, следует соблюдать следующие правила:

1. Закрывать сайты-аффилиаты от индексации или сделать их неосновными зеркалами продвигаемого ресурса.
2. Изменить один из аффилиатов так, чтобы сайты относились к разным направлениям деятельности и продвигались по разным запросам.

Выбор одного из вышеперечисленных вариантов зависит от многих факторов: ограничений на сайте, возможностей SEO-специалиста, требований владельца ресурса.

---

---

Если сайт все же попал под аффилиат-фильтр, то самый простой, эффективный (и в то же время самый затратный) способ его снятия — смена домена на тот, который не будет иметь признаков аффилиатов.

---

---

# Фильтры Google

Фильтры Яндекса и Google основаны на общих принципах и в целом похожи. Подробно нарушения, за которые Google пессимизирует сайты, описаны в [правилах Google для вебмастеров](#) — на английском. Ниже вы познакомитесь с обзором этих санкций и способами выйти из-под них.

Фильтр и его описание	Способы борьбы
<p><b>Sandbox (Песочница)</b> Автоматически накладывается на недавно созданные сайты. Ресурс может находиться не в индексе от трех месяцев до года.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ развитие сайта (перелинковка — связывание страниц сайта между собой гиперссылками, использование тегов, создание новых страниц с полезным контентом),</li> <li>→ осторожная закупка ссылок, чтобы не попасть под другой фильтр «Много ссылок сразу»</li> <li>→ выбор качественных площадок-доноров (у них много критериев, одним из важнейших является Trust Rank — степень доверия Google к сайту),</li> <li>→ ожидание, когда поисковая система посчитает сайт авторитетным и сочтет необходимым снять фильтр.</li> </ul>
<p><b>Domain name Age (Возраст домена)</b> Накладывается на сайты с молодыми доменными именами (возраст до года), которые имеют меньше доверия (трастовости), чем старые. Не дает быстро индексироваться сайтам с новым доменом, таким образом, не позволяет искусственно повышать позиции ресурса.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ приобретение старых доменных имен,</li> <li>→ покупка ссылок исключительно на старых трастовых ресурсах.</li> </ul>
<p><b>Supplementary Results (Дополнительные результаты)</b> Накладывается за наличие на сайте страниц, которые дублируют друг друга. Перемещает их в «Дополнительные результаты поиска» (которые располагаются отдельно от основных и чаще всего не просматриваются пользователями).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ размещение на каждой странице уникального и полезного контента.</li> </ul>

Фильтр и его описание	Способы борьбы
<p><b>Bombing (Бомбежка)</b>                      Накладывается на ресурс из-за наличия большого количества внешних ссылок с одинаковыми анкерами (анкор — текстовое описание гиперссылки, которую можно встретить в статье, посте или другом материале).                      Такие ссылки полностью теряют свой вес, следовательно, позиции не растут.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ удаление части ссылок, которые имеют одинаковые анкоры,</li> <li>→ покупка ссылок с уникальными анкерами.</li> </ul>
<p><b>Bowling (Боулинг)</b>                      Накладывается на сайт компании из-за действий ее недобросовестных конкурентов (воровство контента, письма с жалобами в Google, накрутка поведенческих факторов, размещение ссылок на ресурсе, который находится под фильтром).                      Сайт теряет позиции в поисковой выдаче.                      Опасен для молодых сайтов с невысокой степенью доверия (с низким Trust Rank).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ обращение к специалистам Google с объяснением своей позиции и просьбой разрешить ситуацию в свою пользу.</li> </ul>
<p><b>Brocken Links (Битые ссылки)</b>                      Накладывается за наличие большого числа ссылок, выдающих 404 ошибку.                      Сайт теряет позиции в поисковой выдаче.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ проверка и удаление битых ссылок (обнаружить можно с помощью панели <a href="#">Яндекс.Вебмастер</a> или программы <a href="#">Xenu Link Sleuth</a>).</li> </ul>
<p><b>Too Many Links at once (Много ссылок сразу)</b>                      Накладывается на ресурс из-за прироста большого количества внешних ссылок за короткое время.                      Купленные за короткое время ссылки полностью теряют свой вес, значит, позиции перестают расти.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ постепенная закупка ссылок (количество индивидуально для каждого сайта; однако вне зависимости от ресурса важно начинать закупку с минимального числа ссылок, постепенно его увеличивая).</li> </ul>
<p><b>Links (Линкопомойки)</b>                      Накладывается за наличие страниц с большим количеством ссылок.                      Проставленные ссылки полностью теряют свой вес, значит, позиции партнеров перестают расти и бизнес не приносит дохода. Кроме того, такие страницы часто сами значительно теряют позиции в поисковой выдаче.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ удаление страниц с большим (&gt;25) количеством ссылок.</li> </ul>

Фильтр и его описание	Способы борьбы
<p><b>Page Load Time (Фильтрация страниц по времени загрузки)</b>                      Накладывается на страницы, которые загружаются слишком долго. Сайт пессимизируется, то есть теряет позиции.</p>	<p>→ удаление «тяжелых» элементов, оптимизация исходного кода сайта и оборудования, на котором он работает.</p>
<p><b>CO-citation Linking Filter (Социтирование)</b>                      Накладывается на сайт, на который ссылаются нетематические площадки. Сайт пессимизируется, то есть теряет позиции.</p>	<p>→ удаление ссылок с нетематических ресурсов,                      → покупка ссылок только на тематических площадках.</p>
<p><b>Omitted Results (Опущенные результаты)</b>                      Накладывается за дублирующие страницы, неуникальный контент, слабую внутреннюю перелинковку сайта, малое количество входящих ссылок. Опущенные страницы присутствуют в выдаче только при расширенном поиске.</p>	<p>→ удаление дублей (одинаковых или похожих страниц),                      → написание уникального контента,                      → осуществление внутренней перелинковки ресурса,                      → покупка входящих ссылок с тематических ресурсов.</p>
<p><b>- 30 (минус тридцать)</b>                      Накладывается на основной сайт за наличие дорвеев (перенаправляющих на него сайтов), скрытых редиректов, клоакинг (предоставление пользователю и поисковой системе разной информации). Наказывает сайт пессимизацией на 30 позиций.</p>	<p>→ удаление дорвеев,                      → удаление скрытых редиректов,                      → устранение клоакинга.</p>
<p><b>Duplicate Content (Дублирующийся контент)</b>                      Накладывается за неуникальный контент. Неуникальные страницы пессимизируются или полностью исключаются из выдачи.</p>	<p>→ размещение на ресурсе только уникального контента,                      → защита контента от копирования с помощью скриптов, которые добавляются в код сайта.</p>
<p><b>Over Optimization (Чрезмерная оптимизация)</b>                      Накладывается на сайты, перенасыщенные ключевыми словами. Переоптимизированные страницы пессимизируются или полностью исключаются из выдачи.</p>	<p>→ умеренное использование ключевых слов на странице (плотность 5-7%).</p>

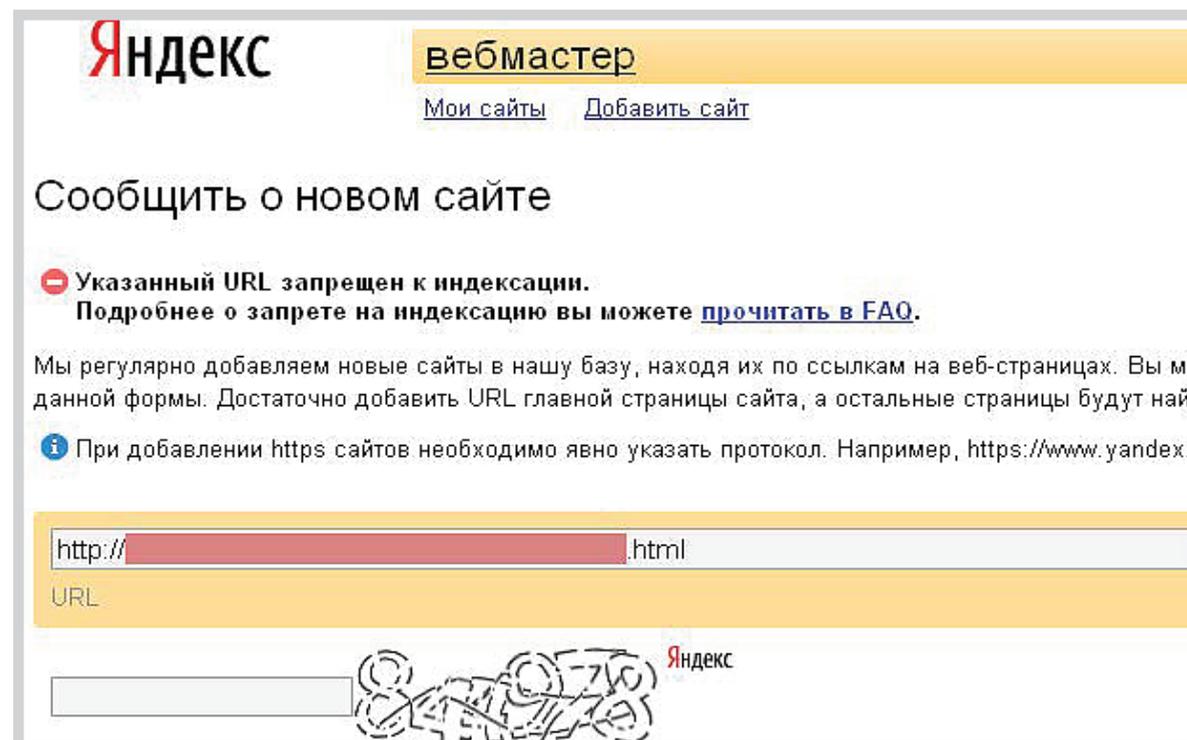
Фильтр и его описание	Способы борьбы
<p><b>Panda (Панда)</b>                      Накладывается на сайты за некачественный контент (неуникальное наполнение, большое количество ключевых слов и нерелевантной рекламы, дубли, некачественные ссылки, и т.д.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ написание уникального контента,</li> <li>→ удаление части ссылок,</li> <li>→ устранение нерелевантной рекламы,</li> <li>→ удаление дублей и т.д.</li> </ul>
<p><b>Penguin (Пингвин)</b>                      Накладывается на сайты за чрезмерное количество ключевых слов (больше 7%), точные вхождения в анкерах ссылок, высокие темпы наращивания ссылочной массы, скрытые ссылки, дубли страниц, клоакинг, дорвеи и т.д.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ работа над «естественностью» текста и удаление части ключевых слов,</li> <li>→ использование разбавленных анкоров (текстовое оформление ссылки без точного вхождения запроса),</li> <li>→ постепенная закупка ссылок,</li> <li>→ удаление скрытых ссылок, дублей, дорвеев.</li> </ul>

Поисковые системы постоянно обновляют фильтры и вводят новые. Чтобы всегда быть в курсе последних изменений и знать лучшие тактики по возвращению сайтов в ТОП, рекомендуем следить за новостями в блоге системы автоматизированного продвижения сайтов [Rookee](#) и на портале [SeoNews](#).

## Бан сайта

**Бан** — это запрет на индексирование сайта, самая жесткая санкция поисковой системы. Накладывается на сайт в случае, если на нем обнаружено большое количество нарушений. Под баном можно провести от 4-х месяцев до 1 года.

Рассмотрим эту санкцию на примере поисковой системы Яндекс. Если на сайт наложен бан, то в индексе поисковой системы нет ни одной страницы ресурса, а при добавлении его адреса на панель Яндекс.Вебмастер выдается сообщение «запрещен к индексации».



О нарушениях, за которые на сайт могут наложить бан, подробно рассказывается в правилах [Яндекса](#) и [Google](#).

→ Рис. 5 Пример сообщения в панели Яндекс. Вебмастер о том, что на сайт наложен бан.

Заниматься продвижением такого сайта бесполезно. Чтобы бы вы ни делали, поисковые системы все равно не будут показывать его в естественной выдаче. Прежде необходимо снять запрет на индексирование, что является долгой и трудоемкой задачей.

Вот так нужно действовать, если на ваш сайт наложен бан:



Чтобы написать в техподдержку, надо войти в [Яндекс.Вебмастер](#) под тем аккаунтом, на который зарегистрирован ресурс. Попав в систему, следует перейти по ссылке «Задать вопрос о сайте службе поддержки».

Процесс выхода из-под бана может занять много месяцев, и даже после возвращения в индекс сайту будет сложно поднять свои позиции, поскольку репутация ресурса испорчена. Зачастую бывает проще запустить сайт на новом домене и не повторять ошибок.

## Влияние хостинга на продвижение сайта

**Хостинг** — это физическое пространство на удаленном сервере, которое должно всегда находиться в сети для непрерывного функционирования сайта.

Основным параметром хостинга, влияющим на продвижение, является аптайм — время работы ресурса в нормальном режиме. Аптайм должен быть близок к 100%. Например, при показателе 99% ресурс находится в нерабочем состоянии 1 минуту из 100. Считается, что наилучший показатель — это 99,98%.

Если в то время, пока сайт был недоступен, на него пытался зайти робот и не нашел его, то потом долгое время сайт не будет индексироваться. Его позиции в поисковой выдаче не будут улучшаться.

Важными являются и параметры сервера, выделенные конкретному пользователю и конкретному сайту, например, приоритет использования процессора, процент доступной оперативной памяти, дисковое пространство.

Параметры хостинга могут повлиять на масштабность проекта. Если сайт посещают 10-50 человек в день и на нем отсутствуют сложные скрипты, можно выбрать простую конфигурацию и недорогой тариф. Если говорить о крупном портале, малая мощность сервера может привести к медленной работе сайта, зависаниям и другим ошибкам. Поэтому оптимальным

5 причин отказаться от бесплатного хостинга:

- 1) Низкий уровень серверного обслуживания (сбои, перегрузка, частая недоступность сайта).
- 2) Ошибки в работе программ (системы управления баз данных, планировщика задач, обратной связи, форума и т.д.).
- 3) Ограниченный объем трафика и дискового пространства, низкая скорость доступа к разделам сайта.
- 4) Отсутствие технической поддержки, возможность размещения несанкционированной рекламы, как следствие, безвозвратное удаление сайта из индекса.
- 5) Высокая вероятность присвоения ресурсу домена третьего уровня.

Проверить процент доступности сервера можно с помощью сервиса [Host-tracker](#)

вариантом будет выбор виртуального (VDS, VPS) или физического выделенного сервера (dedicated server). Однако в таком случае стоимость хостинга будет выше.

Степень доверия поисковой системы к компании-провайдеру и, как следствие, к ресурсам, расположенным на ее серверах, также оказывает влияние на поисковое продвижение. При выборе партнера, предоставляющего услуги хостинга, лучше остановиться на сотрудничестве с крупной организацией. Так вы сможете получить более качественную техническую поддержку и свести к минимуму вероятность заражения сайта вирусами.

**20 ms**

это оптимальная скорость, с которой сайт отвечает на запросы пользователя.

**200 ms**

критическая скорость ответа сайта, поскольку робот поисковой системы может уйти, так и не дождавшись информации с сайта. В результате ресурс или его часть не попадет в индекс.

## Влияние доменного имени на продвижение сайта

**Доменное имя** — это название сайта, его идентификатор для поисковой системы.

Лучше выбирать доменное имя второго уровня — это часть, отделенная точкой от домена первого уровня, то есть от .ru, .com, .net, .info и т.д.

Например, в <http://promo.ingate.ru/> часть «ingate» является доменом второго уровня, promo — доменом третьего уровня.

Поисковые роботы отдадут предпочтение доменам второго уровня.

**SITE** .narod.ru  
.ucoz.ru  
.by.ru

Низкая скорость работы, отсутствие качественной тех. поддержки, нетематическая реклама — все это создает помехи для поискового продвижения.

**SITE** .ru  
.com  
.net

Наилучший вариант домена для сайта — это домен второго уровня.

Один из способов вывода сайта в ТОП поисковой выдачи — наличие в доменном имени основного высокочастотного запроса. Наибольший эффект заметен при использовании англоязычных запросов, для русских слов можно применить транслитное написание. Например, для компании, занимающейся продажей пластиковых окон в Москве, таким доменом может быть Mosokna.ru.

Лучше использовать короткое доменное имя. Во-первых, оно быстрее запоминается. Во-вторых, слишком длинные домены с вхождением нескольких ключевых слов могут быть восприняты поисковыми системами как спам.

Например, удачным для продвижения можно считать название сайта [www.seo.ru](http://www.seo.ru), а вот «переоптимизированный» домен [seo-prOdvijenie-moskve-promo.ru](http://seo-prOdvijenie-moskve-promo.ru) поисковые системы могут принять за спам.

Регистрировать права на домен следует на клиента, заказывающего продвижение, либо на исполнителя — это позволит избежать блокировки неавторизованных или неоплаченных доменов.

Для рунета самым оптимальным вариантом является использование доменной зоны .RU. По ней можно сразу определить принадлежность сайта к российскому сегменту интернета.

В конце 2009 года появился национальный кириллический домен верхнего уровня — .РФ. Особенность использования данной зоны заключается в том, что название сайта пишется исключительно кириллицей. Преимуществом этого является возможность включать прямые вхождения ключевых слов в домен.

Однако при работе с доменами в зоне .РФ существует ряд ограничений:

- Большинство веб-сервисов и ряд систем управления сайтами (CMS) не поддерживают кириллические домены. В таких случаях для преобразования адресов требуется конвертер, который затрудняет работу тех же поисковых систем.
- Аудитория сайта может жить за пределами Российской Федерации. Тогда пользователям будут необходимы навыки владения виртуальной клавиатурой или сервисом декодирования кириллицы. Например, адрес страницы <http://яр-мебель.рф/page/faq/> после преобразования конвертером будет выглядеть так:  
<http://xn----btblb4ac0a6hta.xn--p1ai/page/faq/>
- RSS-рассылку с вашего сайта смогут получить не все пользователи, т.к. некоторые RSS-агрегаторы не воспринимают сайты на кириллическом домене. Одно из самых простых решений для пользователя — это сменить RSS-reader.
- Возможны неудобства для пользователей, которые по привычке будут использовать латинские буквы.

Официальные представители Яндекса утверждают, что с точки зрения поисковой оптимизации домены .RU и .РФ одинаковы, однако опыт SEO-компаний показывает, что вывести в ТОП сайт, размещенный в доменной зоне .РФ, гораздо сложнее.

## Система управления контентом (CMS)

**Система управления контентом (CMS, от англ. Content management System)** — это комплекс решений, на базе которого создается и администрируется ресурс.

Сайт-визитка может обойтись и без CMS, но для регулярного обновления информации на большом серьезном ресурсе наличие системы управления контентом необходимо. Если рассматривать характеристики CMS с точки зрения поисковой оптимизации, то можно выделить ряд требований к ним:

→ корректность формирования адресов страниц сайта;

Многие CMS формируют URL в динамическом виде, создают множество дублей, уровней вложенности, что весьма негативно сказывается на поисковом продвижении и удобстве навигации по ресурсу.

→ корректность формирования структуры сайта;

Далеко не все CMS способны сформировать структуру сайта правильно (с точки зрения SEO). Могут быть дублированные страницы, ссылки, которые никуда не ведут. В таких случаях затрудняется навигация по сайту, и ему самому присваиваются низкие значения ТИЦ и Page Rank.

Наибольшее количество нареканий у SEO-оптимизаторов вызывает CMS Joomla как раз за то, что она часто создает страницы-дубли, за которые поисковые системы могут пессимизировать сайт, и не позволяет сформировать у сайта четкую структуру. Зачастую владельцам ресурсов, созданных с помощью Joomla, приходится менять сайт, чтобы попасть в ТОП поисковой выдачи.

→ возможность добавления в CMS дополнительных модулей;

Большинство современных систем позволяют без особых усилий создать блок новостей, статей и так далее.

→ корректность взаимодействия с роботами поисковых систем;

CMS не должна блокировать их активность. Оптимальным решением будет выбор системы, уже имеющей проработанный robots.txt (файл, отвечающий за ограничение доступа поискового робота к определенной информации на сайте) и способной самостоятельно формировать корректный sitemap.xml (файл, представляющий собой карту сайта для поисковой системы).

→ корректность работы с хостингом.

Некоторые (в основном некоммерческие) CMS могут создавать неоправданно большую нагрузку на оборудование хостера (провайдера) за счет неправильной организации внутренней структуры сайта, создания ненужных дублей страниц и т.д. В конечном итоге сайт может медленно грузиться.

Считается оптимальным, если страница сайта загружается за 1 секунду. Если же этот срок превышает 4 секунды, то это становится помехой для продвижения.

## Возраст сайта

**Возраст сайта** — это срок начала индексирования его страниц роботами поисковой системы. Для поисковой системы возраст ресурса и возраст домена — разные временные промежутки, но в большинстве случаев они совпадают.

Продвижение нового сайта (возраст до 1 года) потребует постепенного наращивания ссылочной массы, кропотливой работы по подбору качественных площадок и созданию полезных текстовых материалов. Заработать хорошие позиции по высокочастотным запросам молодым ресурсам практически невозможно. Их владельцам лучше не прибегать к агрессивной закупке ссылок, то есть не покупать больше 30-50 ссылок в месяц в первые полгода существования сайта и больше 70-80 ссылок в последующие 6-12 месяцев работы сайта.

Для закупки правильного количества ссылок и размещения их на качественных площадках существует система автоматизированного продвижения сайтов [Rookee](#).

# 12<

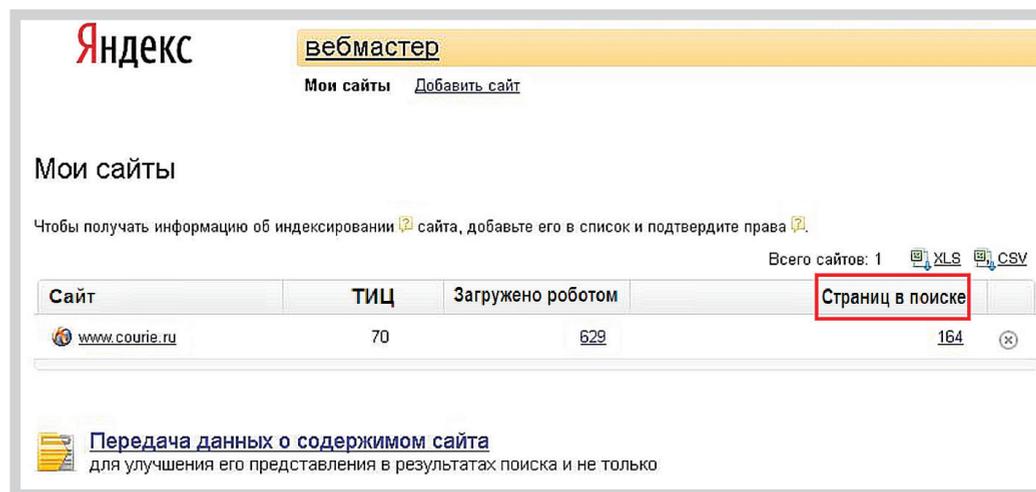
Все сайты младше 12 месяцев воспринимаются поисковыми системами как молодые и рискуют попасть под фильтр «Ссылочный взрыв».

## Малый объем проиндексированных страниц

Если на сайте меньше 20 страниц, то продвигаемая по ключевому запросу страница не получит достаточного количества внутренних ссылок, следовательно, потребуются дополнительные расходы на наращивание ссылочной массы.

Необходимо постоянно увеличивать количество страниц и объем полезного контента на сайте. Учтите: если на сайте 100 страниц, а полезную информацию содержат только 20 из них, остальные страницы поисковая система не проиндексирует, посчитав их неинформативными.

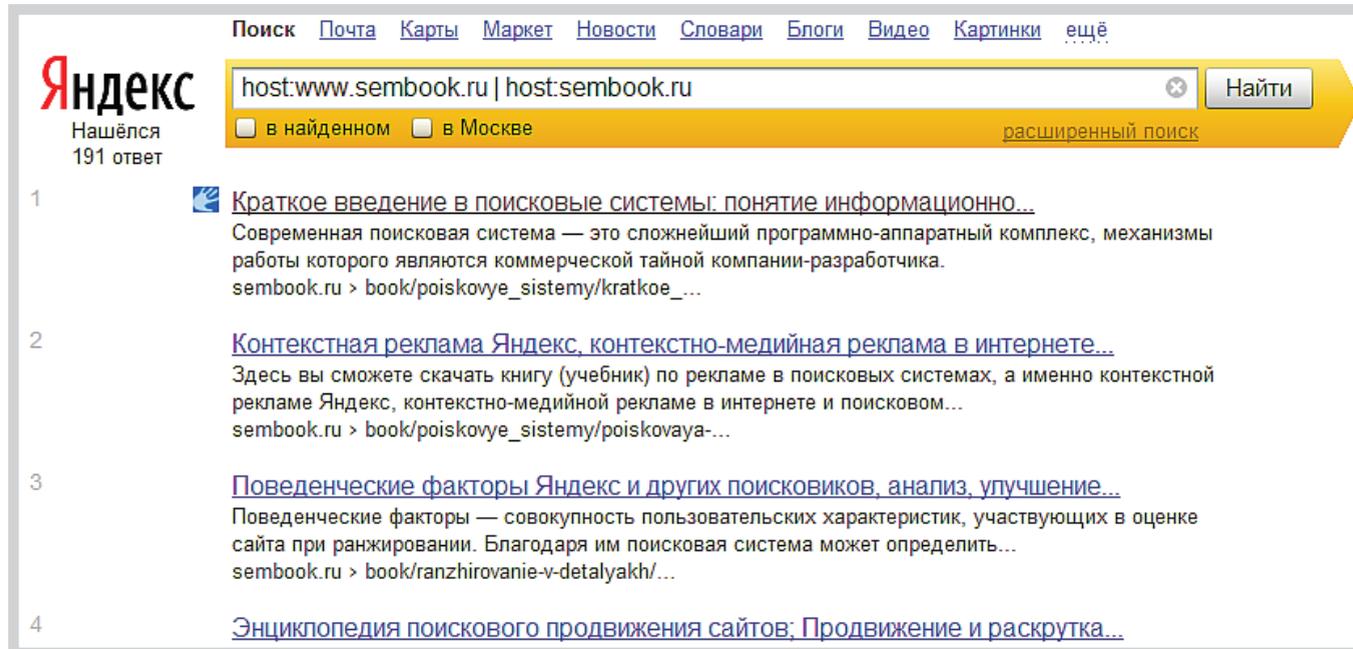
При принятии решения о продвижении ресурса обязательно оцените количество страниц в индексе и сравните его с общим числом страниц на сайте. Это можно сделать по средствам Яндекс.Вебмастера, расширенного поиска или с помощью языка запроса.



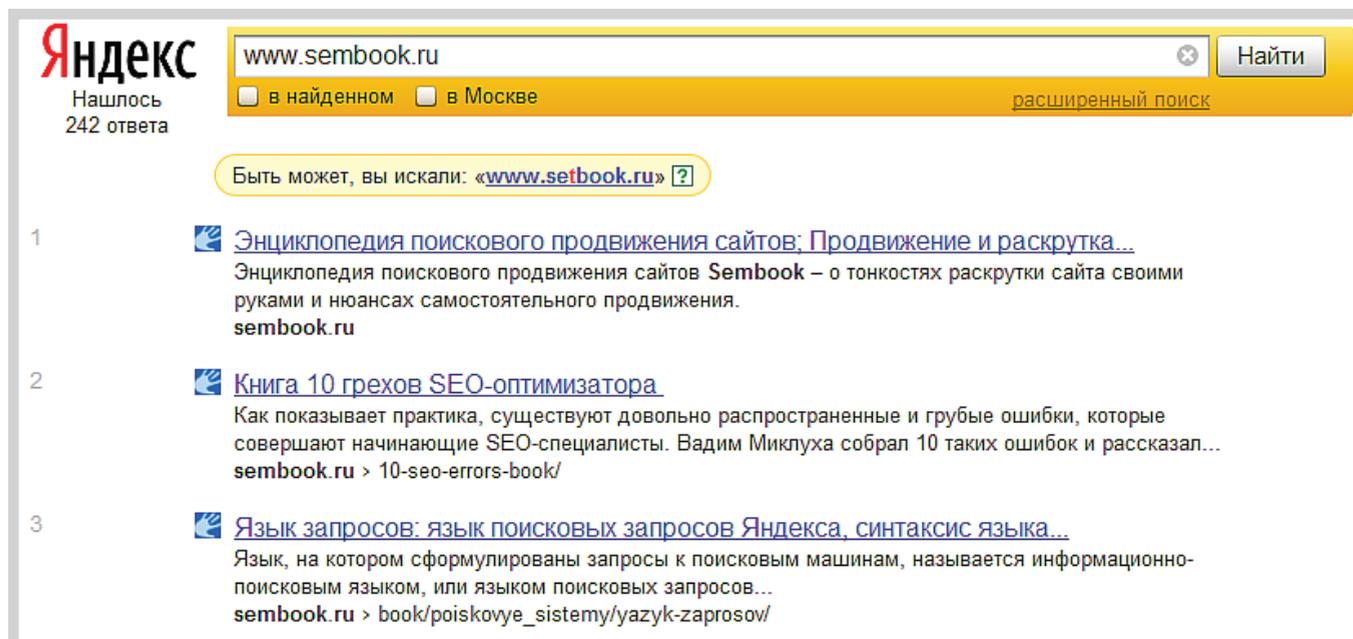
Чтобы определить количество страниц в индексе, воспользуйтесь одним из следующих способов:

- 1) Воспользуйтесь инструментом Яндекс.Вебмастер;
- 2) Введите в строку поиска `host:www.домен.ru | host:домен.ru`.  
Например: `host:www.yandex.ru | host:yandex.ru`;

→ Рис. 6 Определение количества страниц в индексе с помощью панели Яндекс.Вебмастер



→ Рис. 7 Определение количества страниц в индексе с помощью поиска через host



→ Рис. 8 Определение количества страниц в индексе с помощью режима расширенного поиска

## Неуникальность контента

**Контент** — важная часть каждой страницы как для посетителя сайта, так и для поискового робота. Основной задачей поисковых систем является предоставление пользователю новой, полезной и уникальной информации, поэтому использование заимствованного контента является серьезным ограничением для продвижения.

В некоторых случаях можно просто закрыть страницу или заимствованную информацию от индексации с помощью тега «noindex», но злоупотреблять этим не стоит, так как поисковая система может расценить его частое использование как спам. Также при закрытии большого количества страниц можно резко сократить общую релевантность сайта запросу.

Самый идеальный вариант наполнения ресурса — создание собственного контента. Но даже в этом случае ресурс не застрахован от попадания под санкции за неуникальное содержание. Такое случается, когда кто-то копирует оригинальные статьи, и поисковые роботы индексируют сайт захватчика вперед оригинала. Чтобы этого не происходило, есть специальные механизмы, не позволяющие копировать контент через интерфейс. Если же воры все-таки украли информацию через код страницы и разместили у себя, необходимо требовать у них размещения копирайтов и ссылки на ваш сайт. В противном случае следует срочно пожаловаться в службу поддержки Яндекса.

Быстро и бесплатно обнаружить неуникальный контент позволяет бесплатный анализ ресурса с помощью [Rookee](#) — автоматизированной системы продвижения сайтов. Также могут использоваться программы: [Advego Plagiatus](#), [Etxt](#).

Одним из способов избежать неуникальности является рерайт, то есть переписывание материалов вашего сайта другими словами.

## Региональность сайта

Географическая принадлежность ресурса важна при поиске с ограничением по региону, когда установлена галочка в соответствующем поле под поисковой строкой (например, «в Москве», «в Екатеринбурге», т.д.). В этом случае сайты из других городов не принимают участие в ранжировании и, следовательно, не отображаются в результатах поисковой выдачи.

К сожалению, бывают случаи, когда сайт продвигается не по тому региону, к которому принадлежит, а официального адреса по продвигаемому региону компания не имеет. Это негативно сказывается на продвижении геозависимых запросов.

Последствиями того, что ресурс не принадлежит какому-либо региону, могут быть низкая конверсия и увеличение расходов на дополнительное развитие сайта. Закупка ссылок с ресурсов соответствующего региона, работа с анкерами (прописывание в них региона) и наполнение сайта полезной информацией — все это потребует немало времени, и, как следствие, больших сроков для вывода запросов в ТОП.

Чтобы узнать, какой город определен вашему сайту, требуется регистрация в [Яндекс.Вебмастере](#). Если вы не согласны с присвоенным регионом, подайте заявку на его изменение, ее рассмотрят в течение недели. Если модераторы Яндекса одобряют заявку, поисковые роботы начнут учитывать изменения через несколько обновлений поисковой базы.

Чтобы присвоить ресурсу несколько регионов, следует зарегистрироваться в [Яндекс.Каталоге](#). Необходимым условием является наличие на сайте адресов и телефонов в этих городах.

## Запросы семантического ядра не соответствуют тематике сайта

**Семантическое ядро** — это список запросов, которые используются для продвижения сайта в поисковых системах.

При выборе запросов следует очень внимательно следить за их тематикой. Чем выше релевантность всего сайта тематике продвигаемого запроса, тем больше шансов занять первые позиции в поисковой выдаче. При добавлении новых страниц для продвижения нетематичного запроса возможно ухудшение позиций по изначально тематичным запросам. Например, если на сайте автомобилей начать активно продвигать страницу с кредитами (которые на самом деле не предлагает автомобильная компания), можно «заработать» пессимизацию.

Необходимо, чтобы семантическое ядро сайта было сбалансировано, то есть содержало несколько высокочастотных запросов, больше среднечастотных и много низкочастотных. Безболезненно добавить в семантическое ядро новые ВЧ запросы можно при достижении сайтом ТОПовых позиций.

## Большое количество запросов для продвижения

Семантическое ядро, состоящее из нескольких сотен или даже тысяч запросов, значительно увеличивает сроки продвижения сайта. Вот основные причины:

- **Закупка ссылок.** Роботы поисковых систем негативно относятся к быстрому росту ссылочной массы, поэтому закупка ссылок не должна быть агрессивной. Чтобы набрать достаточное их количество для каждого запроса, потребуется значительно больше времени, чем при работе с семантическим ядром, состоящим, например, из 20-30 запросов.
- **Написание и корректировка текста для продвигаемых страниц.** Чем больше запросов, тем больше страниц с уникальным и полезным контентом под них нужно создать, что скажется на сроках оптимизации сайта.
- **Внутренняя перелинковка.** Потребуется много времени, чтобы корректно, в полном объёме и для необходимого количества запросов сделать перелинковку страниц сайта.
- **Анализ конкурентов.** При большом семантическом ядре необходимо определить конкурентность большого числа запросов, и проводить такой анализ надо будет после каждого апдейта.

## Большое количество ВЧ запросов

Не стоит ожидать значительного увеличения трафика в начале продвижения, если семантическое ядро состоит только из высокочастотных (ВЧ) и не содержит низкочастотных (НЧ) запросов. Это большая ошибка, поскольку обычно НЧ запросы гораздо быстрее попадают в ТОП поисковой выдачи и практически сразу начинают приводить первых посетителей.

Среди основных недостатков продвижения большого количества высокочастотных запросов можно выделить:

- **Приток нецелевых посетителей.** Высокочастотные запросы не являются точными. Попав на сайт из результатов выдачи по такому запросу и не найдя нужной информации, пользователь возвращается обратно в поиск. Следовательно, значительная часть денег на ВЧ продвижение будет потрачена зря, а у вашего сайта ухудшится статистика поведенческих факторов за счет того, что увеличится показатель отказов.
- **Высокая конкуренция.** Высокочастотные запросы часто являются высококонкурентными, продвижение которых требует больших денежных вложений и сил на последующее удержание позиций.
- **Ограничения в выборе продвигаемой страницы.** Как правило, для продвижения под высокочастотные запросы выбирают главную страницу сайта (ее вес обычно выше из-за естественной ссылочной массы и организованной перелинковки).

## Неглавное зеркало

**Зеркало** — копия сайта, страницы которой имеют такие же адреса и содержание, как у оригинала, но другое название домена (например, abc1.ru/page.html и abc2.ru/page.html). Поисковые системы автоматически склеивают такие зеркала, чтобы исключить дубли из результатов выдачи.

Зеркалами также считают ресурсы, с которых идет перенаправление через серверный редирект и на который после этого попадает посетитель (например, abc1.ru перенаправляет на abc2.ru, abc1.ru/page.html перенаправляет на abc2.ru/page.html и т.д.).

Самый распространенный пример — ресурс с www и без. Фактически это один и тот же сайт, но поисковые системы воспринимают его как два разных до тех пор, пока не произойдет склейка. При данном процессе среди нескольких зеркал определяется главное, которое в дальнейшем и демонстрируется в результатах поиска.

Неглавное зеркало не индексируется поисковой системой, поэтому продвигать его невозможно. Для того чтобы поменять зеркала между собой, требуется время и следующие технические изменения:

- С помощью директивы Host в файле robots.txt на всех сайтах указать новое главное зеркало (данное действие будет давать лишь рекомендацию для роботов Яндекса).

Проверить, является ли сайт неглавным зеркалом, можно с помощью инструмента [Яндекс.Вебмастер](#) «Сообщить о новом сайте». Если в результате запроса будет получен ответ «Указанный Вами сайт является неглавным зеркалом ...», то факт присвоения данного статуса будет считаться установленным.

- С помощью серверного 301 редиректа поставить переадресацию со страниц одного домена на соответствующие им страницы другого.
- С помощью инструмента [«Главное зеркало»](#) в сервисе [Яндекс.Вебмастер](#) изменить главное зеркало с ресурса с www на без www (или наоборот).

При таких изменениях возможны проблемы, связанные с отсутствием синхронизации между установкой статуса и процессом индексирования: на новое главное зеркало Яндекс.Вебмастер еще не прикрепил ярлык «главное» в файле robots.txt, но старое уже перенаправляет на него пользователя. В этом случае сайт выпадет из индекса, и потребуется некоторое время на восстановление его позиций.

---

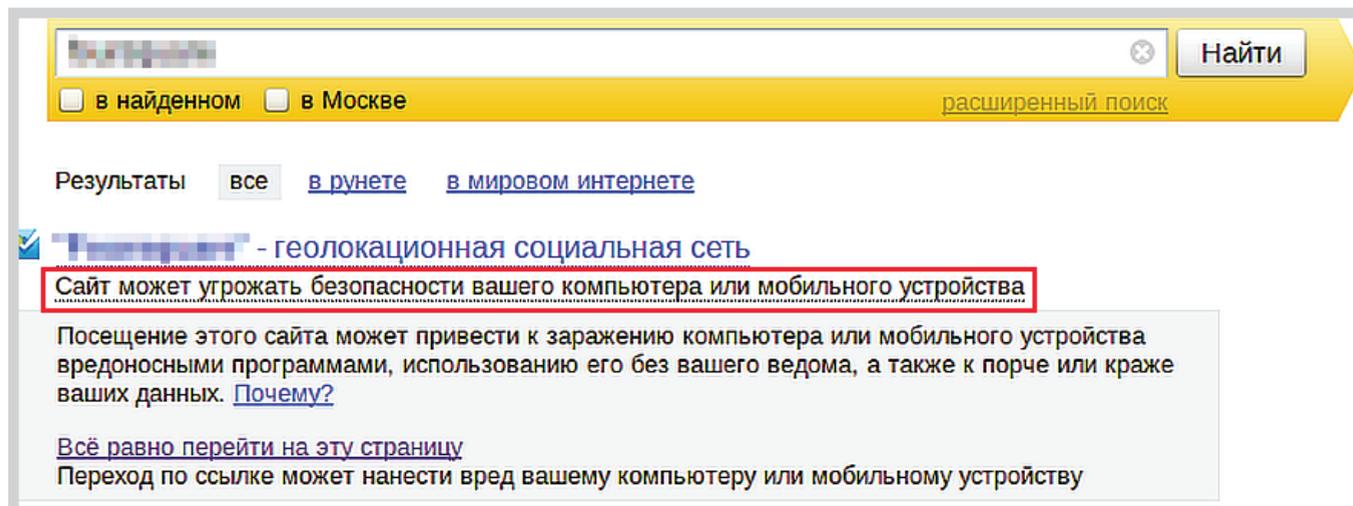
Есть опасность проседания позиций при некорректной склейке сайтов. В таком случае ссылочный вес будет передаваться несуществующему ресурсу.

---

## Неработоспособность и вирусы

Причины неработоспособности сайта могут быть различными. Самая распространенная из них — выход из строя сервера или плановое обновление оборудования хостинг-центра. Другая причина связана с несвоевременной оплатой аренды доменного имени или других предоставляемых услуг.

Неработоспособность ресурса также может быть связана с вирусными атаками. Одной из самых распространенных является DDos-атака, при которой предоставленный канал доступа к сайту не выдерживает большой нагрузки и перестает функционировать.



→ Рис. 9  
Предупреждение  
поисковой системы

Если происходит заражение сайта вирусом, то поисковая система выделяет данный ресурс особым образом, сигнализируя пользователям об опасности. При таком предупреждении количество переходов на сайт будет минимальным, а без своевременного лечения произойдет исключение его из поисковой выдачи до полного удаления вируса, восстановления работоспособности сайта и повторной индексации.

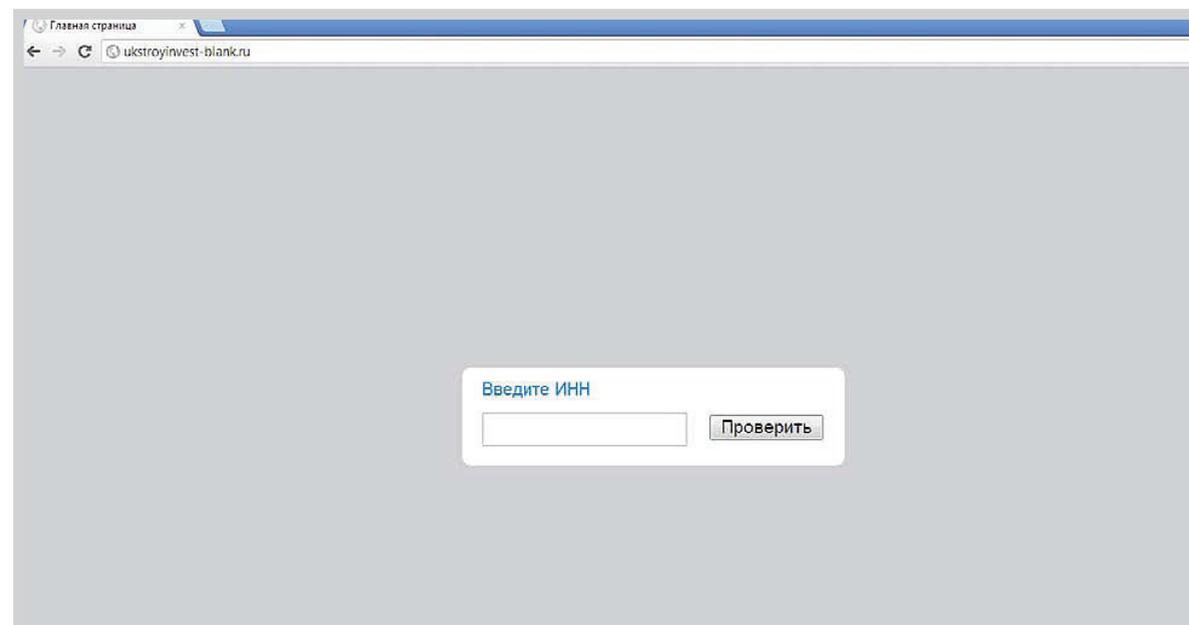
При заражении следует максимально быстро вылечить сайт и сообщить об этом через панель [Яндекс.Вебмастер](#), если Яндекс уже отметил данный ресурс как потенциально опасный. В таком случае потери позиций и выпадение отдельных страниц из индекса будет сведено к минимуму.

Сайт должен работать двадцать четыре часа в сутки семь дней в неделю. У поискового робота нет расписания, а посетитель может жить как в Хабаровске, так и в Санкт-Петербурге. Не экономьте на технической инфраструктуре и безопасности.

## Неинформативная главная страница

Некоторые используемые технологии могут усложнять процесс индексации контента. Иногда на сайтах создают входную страницу, на которой посетители могут выбрать язык, цветовую гамму или версию ресурса (flash или html), или требуется ввести какую-либо информацию (например, как на рисунке: необходимо набрать номер своего ИНН).

В этом случае пользователю приходится прикладывать дополнительные усилия, чтобы попасть на страницу с полезной информацией, что приводит к ухудшению поведенческих показателей сайта. В свою очередь, робот поисковой системы, попадая на неинформативную входную страницу, не может определить тематику ресурса, что чревато потерей позиций.

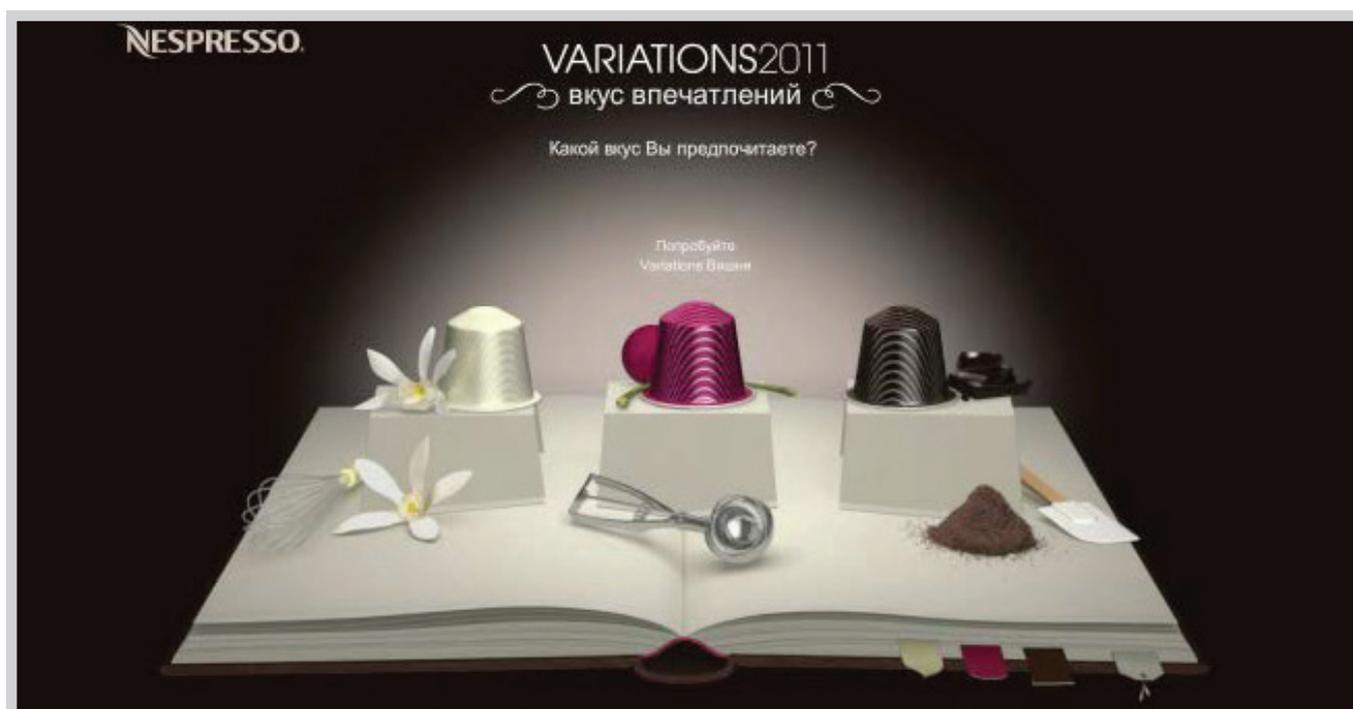


Для поисковых систем важно, чтобы «лицо» сайта содержало полезную информацию и имело основной вес (ТИЦ, Page Rank), так как естественные ссылки обычно ставятся на главные страницы.

→ Рис. 10 Пример неинформативной главной страницы

## Flash и frame

**Flash** — это технология, предоставляющая возможности оформить сайт с помощью анимации, звукового сопровождения, видеороликов, полноценных интерактивных элементов. Однако поисковые системы не распознают страницы такого формата, следовательно, не могут их индексировать.



→ Рис. 11 Пример сайта на технологии Flash

**Frame** — это технология, при которой отдельные html-документы принимают вид подвижного окна, а вся информация подгружается из другого файла. Следовательно, поисковый робот не видит текст и гиперссылки, что делает невозможным индексацию этих материалов.



→ Рис. 12  
Пример сайта с использованием технологии Frame

При использовании сайта в качестве маркетингового инструмента следует заранее учитывать все нюансы, чтобы технологии Frame и Flash не мешали индексации продвигаемого ресурса. К примеру, вы создаете обычный сайт, который индексируется поисковыми системами и выдается в результатах поисковой выдачи, но при заходе на него пользователя автоматически перенаправляют на Flash-версию.

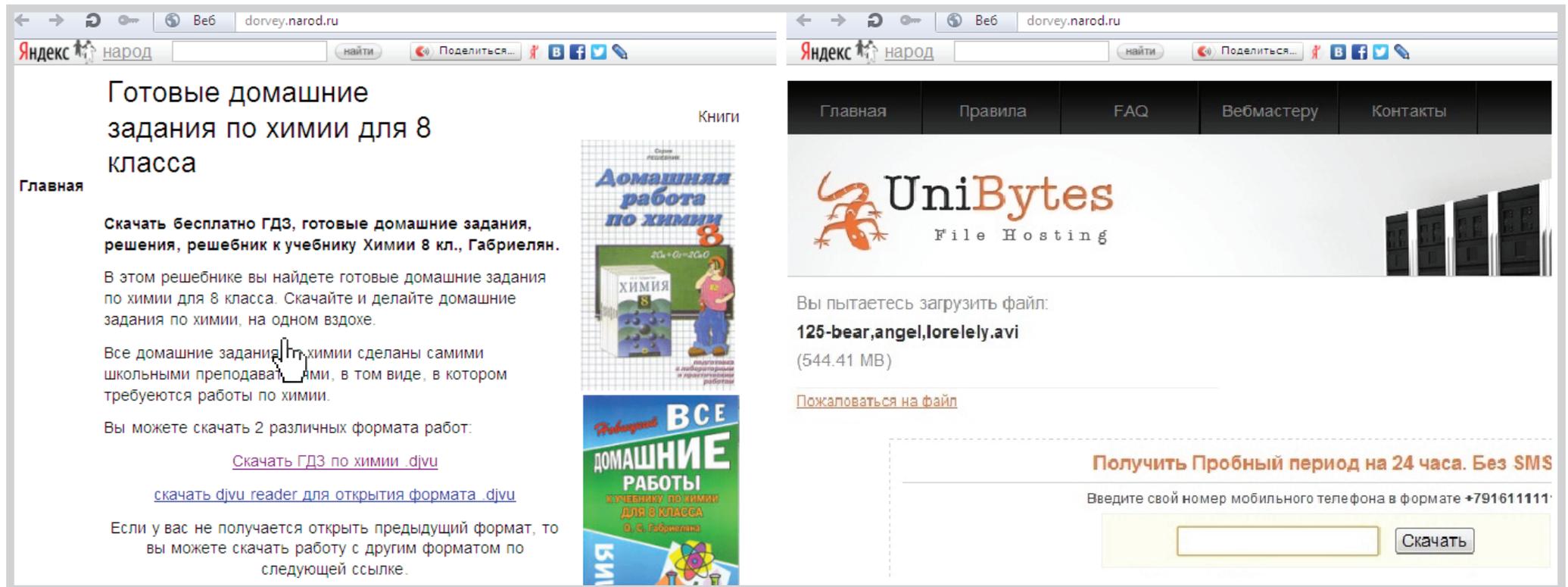
## Дорвеи

**Дорвей** (от англ. *doorway*, "входная дверь") — инструмент «черного» SEO. Это сайт, созданный для перенаправления пользователей на другой интернет-ресурс, или сайт с неинформативным контентом, оптимизированным под определенные низкочастотные запросы с целью получения по ним высоких позиций в поисковой выдаче.

Объясним это на примере: пользователь видит в поисковой выдаче ссылку с интересным описанием (сниппетом), переходит по ней на сайт. Вместо страницы, которую он ожидает увидеть, он попадает на абсолютно другой сайт, на который настроен редирект. Как правило, эта схема используется для продвижения порно-сайтов.

Часто входная страница представляет собой набор бессмысленных фраз с обилием ключевых слов. Такие сайты засоряют поисковые базы и считаются спамными, поэтому по отношению к ним со стороны поисковой системы могут последовать санкции: пессимизация и бан.

Даже если сайт не создавался как дорвей, он может быть признан таковым, если на нем используются механизмы входных страниц, например, когда с обычного сайта перенаправляют на флеш-версию сайта или версию на другом языке. Чтобы избежать такого «ярлыка», внимательно следите за качеством контента, за размещенными на вашем ресурсе ссылками, а при необходимости перенаправления пользователя используйте серверные редиректы.



→ Рис. 13 Пример использования дорвея. Кликая по ссылке с интересным содержанием (слева), вы переходите на абсолютно другой сайт (справа).

## Домен и поддомен одной тематики

Иногда тематики поддомена и основного сайта совпадают. В таком случае Яндекс относит эти ресурсы к одной группе и одному владельцу. Возникает ситуация, подробно описанная [в разделе про аффилиат-фильтр](#).

Рассмотрим пример. Допустим, есть интернет-магазин, который занимается продажей компьютерной техники разных фирм — abc.ru. Также существует его поддомен — apple.abc.ru, на котором представлены товары исключительно компании Apple.

По запросу «купить iMac» поисковая система ранжирует только abc.ru. При этом Apple.abc.ru, целиком посвященный продукции Apple, не присутствует в выдаче по этому запросу. Основная причина — пересечение тематик домена и поддомена (iMac можно купить на двух ресурсах).

В рассмотренном случае при продвижении поддомена оптимальным вариантом будет удаление раздела «Apple» на abc.ru и перенастройка соответствующих ссылок из меню на apple.abc.ru. При продвижении основного сайта лучше всего отказаться от использования поддомена.

Ранжирование поисковыми системами только домена или поддомена при пересечении тематик защищает ТОП от захвата сайтами одного владельца.

## Сайт содержит материалы, запрещенные к рекламе

Поисковые системы формируют специальную выдачу для материалов, запрещенных к рекламе, чтобы оградить от них незаинтересованных пользователей. Например, Яндекс не будет отображать в результатах поисковой выдачи ресурсы, которые содержат упоминания «взрослой» тематики, если включены режимы «семейный поиск» или «умеренный фильтр».

Из Федерального закона «О рекламе» следует, что недопустима реклама ресурсов, которые содержат действия:

- противоречащие законам РФ (например, нарушение авторских прав);
- пропагандирующие насилие;
- пропагандирующие расовую неприязнь;
- связанные с наркотическими или психотропными средствами;
- связанные с порнографией или эротическими услугами;
- направленные на мошенничество (например, фишинг, финансовые пирамиды);
- предлагающие игорные услуги (например, онлайн-казино);
- осуществляющие продажу товаров либо оказание услуг без регистрации или лицензии (оружие, лекарственные средства, медицинские, юридические, риэлтерские, банковские и туристические услуги).

# Проверь свой сайт

А вы уверены, что ничто не мешает продвижению вашего сайта в ТОП? Проверьте!

	Что проверяем?	Да/Нет
1	Доменное имя не является ограничением для продвижения	
2	Хостинг соответствует заявленным требованиям нагрузки, скорости загрузки и т.д.	
3	CMS позволяет вносить все необходимые для продвижения изменения	
4	Все доступы и права принадлежат владельцу сайта	
5	Возраст ресурса и срок индексации превышают 1 год	
6	Сайт находится в работоспособном состоянии	
7	Сайт не аффилирован и не имеет однотипного поддомена	
8	Сайт является основным зеркалом	
9	Сайт не является дорвеем	
10	На сайте информативная входная страница	
11	Сайт сделан не на flash, frame, javascript	
12	Сайт достаточно развит для своей тематики (более 20 страниц в индексе)	
13	Правильное присвоение региона сайту	
14	В текстах все продвигаемые запросы имеют вхождения, соответствуют тематике сайта	
15	Сбалансированное семантическое ядро	
16	Контент (текст, метатеги) и дизайн сайта уникальны	
17	Сайт не содержит запрещенных к рекламе материалов	
18	Ссылки-доноры, установленные на сайт, качественные	
19	Отсутствуют исходящие продажные ссылки	
20	Нет битых ссылок, редиректов, страниц с сессиями	
21	Число ссылок на сайт увеличивается постепенно	
22	Тексты не переспамлены ключевыми словами	
23	Статистика посещений равномерна	

Определить наличие ограничений и своевременно отреагировать на них позволит профессиональный анализ сайта. [Сервис Rooletka](#) проводит комплексный аудит любого интернет-ресурса, анализируя его более чем по 40 параметрам, выявляет ограничения для продвижения и дает рекомендации по их исправлению.

# Что дальше?



Система автоматизированного продвижения сайтов

Хотите заниматься продвижением вашего сайта самостоятельно?

Воспользуйтесь системой автоматизированного продвижения сайтов **Rookee** и получите лидирующие позиции в Яндекс и Google! Сервис **Rookee** привлечет на сайт посетителей стоимостью от 1 копейки, которые заинтересованы в заказе ваших товаров и услуг. 300 специалистов создали систему продвижения, в которой на запуск рекламной кампании уходит менее 10 минут.

Rookee заменят 95% ручного труда. Ingate Development — совершенные технологии для интернет-рекламы и PR.

Лучшая система автоматического продвижения сайтов, которую оценили более **100 000 клиентов!** Продвижение сайта по ключевым словам, расчет бюджета, формирование запросов и прозрачная отчетность — эти и многие другие возможности **сервиса Rookee** доступны для наших клиентов.



Хотите, чтобы ваш сайт попал в ТОП, а посещаемость стабильно росла?

Привлеките для продвижения вашего сайта специализированное агентство. **Ingate Digital Agency** использует лучшие мировые методики и мощные программные решения для глубокого анализа потребительского спроса. В результате наши клиенты получают всесторонний отчет, включающий в себя сегментацию потребительского спроса по различным критериям, анализ объема рынка, лингвистический профиль, описывающий ключевые фразы, по которым потребители ищут заданные бренды, товары или услуги в интернете и детальное описание процесса принятия решения потребителем в каждом конкретном случае. Услугами **Ingate Digital Agency** уже пользуются: Coca-Cola, Xerox, Peugeot, Lego, Philips и еще порядка 60 крупных брендов по всему миру.



Научитесь интернет-маркетингу у экспертов-практиков! Приходите на занятия в бизнес-академию интернет-маркетинга IMBA. Узнайте о расписании, темах и преподавателях на сайте **IMBA.ru**

Скачивайте бесплатно и читайте новые обучающие книги из серии «Спроси Ingate»: **«Facebook для бизнеса: создаем и рекламируем страницу компании»**, **«Корпоративный блогинг. 33 полезных совета»**, **«75 фактов, графиков и диаграмм об интернет-маркетинге»**, **«Интернет-маркетинг за 55 минут»**, **«10 грехов seo-оптимизатора»**, **«100 идей контента»** и **«Введение в генерацию лидов. Как получить в 2 раза больше клиентов с сайта»**.

Следите  
за нашими  
публикациями!