## Лекція 3. Посилальна маса сайту

### План

1. Що таке посилальна маса сайту
2. Основні правила нарощування посилальної маси
3. Основні правила роботи з біржами посилань
4. Основні правила роботи з біржами статей
5. Обмін посиланнями-статтями з веб-майстрами безпосередньо
6. Декілька слів про внутрішні посилання
7. Логіка роботи перелінковки

### Що таке посилальна маса сайту

***Посилальна маса сайту*** – це загальна кількість усіх активних посилань, розміщених в інтернеті на інших сайтах, які ведуть на сторінки вашого сайту, крім тих, які розміщені на самому сайті. Це можуть бути посилання розміщені на сайтах різної тематики, профілях форумів (працюють погано для яндекса), посилання з соціальних мереж, посилання з блогів.

Посилальна маса відіграє велику роль в просуванні вашого ресурсу. Навіть якщо ви і напишете статтю оптимізовану під пошукові системи, сайт добре індексується, стаття корисна і затребуван, це не означає, що її прийдуть читати через пошукові системи (ПС).

Актуальності статті, її оптимізації під пошукові системи, не достатньо для того, щоб відвідувачі прийшли на сайт у пошуку цієї статті. Для цього потрібно зробити так, щоб ця стаття була на перших місцях у пошуковій видачі. Без урахування посилальної маси цього дуже важко досягти, адже чим більше посилань на статтю, тим вище вона буде стояти в результатах видачі пошукових систем.

Незалежно від того, яким чином нарощується посилальна маса, існують певні правила, дотримуючись яких, веб-майстри будуть мати можливість захистити свій ресурс від різних санкцій ПС.

### Основні правила нарощування посилальної маси:

*Нарощування посилальної маси має бути плавне, поступове.* Робіть це розумно. Не допускайте швидкого зростання зворотних посилань (так званий ефект "засланого вибуху"). Це може викликати у пошукових систем підозру на неприродність посилань і не буде враховуватися при ранжуванні в пошуковій видачі. Кількість посилань для можливого додавання залежить від кількості встановлених посилань тобто чим більше їх, тим більше можна проставляти

нових. Так само досить важливу роль має вік домену, контент сайту, його стабільність відгуку для ПС.

*Чим частіше оновлюємо наш сайт, тим більше кількість зовнішніх посилань можна проставляти.* Для молодого сайту протягом 3-6 місяців взагалі не рекомендується активно нарощувати кількість посилань. В цей час краще зайнятися наповненням сайту якісним контентом і внутрішньою оптимізацією (бажано з урахуванням Семантичного Ядра сайту). Після всього цього можна докуповувати посилання у кількості не більшій ніж 50-100 штук в місяць і на дуже якісних ресурсах. Далі кількість можна поступово підвищувати.

*Треба намагатися, щоб більша частина маси посилань складалося з природних посилань*, які переважно мають бути з трастових сайтів, схожих по тематиці до вашого.

*Необхідно розміщувати зовнішні посилання тільки на якісних ресурсах*, які мають високу відвідуваність, мінімальну кількість зовнішніх посилань (які ведуть на інші ресурси) на сторінці сайту, де буде розміщено посилання на ваш ресурс. Це добре вплине на швидке зростання показників сайту, який просувається, а також сприятиме приросту відвідувань із сайтів-донорів.

*Необхідно розміщувати зовнішні посилання на різних майданчиках*, не зупиняйте свій вибір на чомусь одному. Міняйтеся посиланнями з тематичними сайтами, ставте посилання в профілях форумів, купуйте постові посилання, статті, замітки.

*Треба намагатися, нарощувати кількість посилань на різні сторінки свого сайту*, таким чином буде підвищуватись загальний авторитет сайту і сторінок зокрема. Потім розподіляти вагу вхідних посилань на сторінки і їх ефект на інші внутрішні сторінки сайту.

*Посилання повинні мати різний анкорний текст*. Підбираємо правильний анкор і текст біля посилання, відповідно до семантичного ядра, ключових слів та словосполучень. Також необхідно правильно використовувати тексти для розведення анкорів. Наприклад:

***Ключове слово*:** програмування

***Анкорний текст 1*:** Школа програмування

***Анкорний текст 2*** (розведення-оточення): Мови програмування для початківців.

#### Типи анкорів посилань:

ТВ – точне входження;

ТВО – точне входження з оточенням;

ТВР – точне входження з розведенням;

НТВ – неточне входження;

НТВО – неточне входження з оточенням;

НТВР – неточне входження з розведенням.

***Безанкорні посилання*** (з приведенням URL-адрес, наприклад, http://www.an.ru).

***Безпредметні посилання*** – посилання із використанням слів «тут»,

«здесь» рос. м., «там» (часто співпадають з безанкорними).

Посилання можна також класифікувати наступним чином: внутрішні, природні, умовно природні, безкоштовні, покупні. Необхіднонамагатися, щоб у обсязі посилальної маси були присутні всі види посилань.

***Внутрішні посилання*** отримують при грамотній внутрішній перелінковці. І це найдоступніший крок у формуванні посилальної маси.

***Природні посилання*** – це посилання, які були проставлені власниками сайтів. Такі посилання з'являються шляхом обміну посиланнями, постовими або статтями з іншими сайтами. Саме ці посилання мають найбільшу цінність. Такі посилання є практично вічними, передають гарну вагу і до того ж, дають можливість збільшення трафіку на сайт.

До природних посилань можна «пробитися» на форумах власників інтернет-сайтів, через веб-майстрів. Також, часто для цього завдання залучається лінк-менеджер, який обробляє ринок і обмінюється посиланнями. Зверніть увагу, наприклад, на наступні ресурси:

forum.searchengines.ru (searchengines.guru);

maultalk.ru;

mastertalk.ru;

webmasters.ru;

форуми при біржах посилань.

***Умовно природні посилання*** нічим не відрізняються від природних, крім ціни за їх розміщення та можливості не проставляти зворотного посилання з сайту на сайт-обмінник.

Біржі, які розміщують на комерційній основі умовно природні посилання:

gogetlinks.net (контекстні посилання);

blogun.ru (пости-контекстні);

advert-control.ru (пости-контекстні);

rotapost.ru;

miralinks.ru (статті);

liex.ru (статті);

pr.sape (контекстні посилання, статті).

Ефект від природніх посилань для сайту, який просувається, більший. Основна проблема в тому, щоб веб-майстри поставили посилання на ваш сайт, бажано безкоштовно і без обміну.

***Безкоштовні посилання*** – це посилання з профілів вагомих для ПС сайтів, соціальних мереж, форумів, каталогів, коментарів у Dofollow блогах, конкурсах і т.д.тощо. Великого ефекту від таких посилань немає, але це відмінно розбавляє кількість посилань.

***Покупні посилання*** – це посилання, на розміщення яких потрібні певні матеріальні витрати. Це один з найлегших способів отримати посилання і найефективніший метод просування. Тому посилання зазвичай купуються з якісних ресурсів і в потрібній кількості.

***Біржі посилань*** (найбільші): sape.ru, mainlink.ru, linkfeed.ru, trustlink.ru, xap.ru.

***Біржі статей***: pr.sape.ru; miralinks.ru; article.sape.ru; liex.ru; webartex.ru.

### Основні правила роботи з біржами посилань:

1. Дотримання типів анкорів посилань – рівна кількість усіх типів з невеликим переважанням ТВО і НТВ.
2. Використання ручних і автофільтрів якості донора:

 фільтр кількості зовнішніх посилань на сторінці до 6 на сторінках 2-го рівня, до 10 на сторінках 1-го рівня;

 фільтр віку домена: від 180 днів; більш молоді домени не є значущими для ПС, тому що вага посилань прагне до 0;

 фільтр кількості сторінок: не менше 50 в обох ПС, сторінки присутні як в Yandex так і в Google;

 фільтр (бажаний) тематики і/або присутність в каталогах Yandex, DMOZ тощо.

1. Не проставлені посилання з терміном більше 5-7 днів знімати в обов'язковому порядку. Перевіряти домен і заносити у чорний список.
2. Намагатися візуально вираховувати сайти, створені у рекламних цілях, контент яких створено у спеціальних програмах (такі сайти з часом блокуються ПС) або нецікаві сайти (мають мало відвібувачів). На таких сайтах розміщувати посилання шкідливо для просування.
3. Посилання направляти на чітко тематичну і релевантну сторінку. Якщо є розходження, намагатися його усунути якісним контентом. Перевірку проводити або вручну, або KeyKollector.
4. На найбільш значущі сторінки купувати обов'язково 2-5 дорогих посилань з гарними показниками і, бажано, відвідуваністю (живі) сайти. Рівень сторінок

для купівлі – перший. Точне входження ключового слова. Мінімум зовнішніх посилань на сторонні сайти.

### Основні правила роботи з біржами статей:

1. Контент (статті) для розміщення – унікальність не менше 95%. Тематіка – рідна або близька.
2. Обсяг матеріалів – не менше 3000 знаків без пробілів.
3. Одне зовнішнє посилання на 700-800 знаків. Не більше 3-х посилань в статті. Відстань між анкорами посилань в тексті не менше 350-400 знаків.
4. Наявність метатегів, оформлення тексту в форматі HTML (для публікації).
5. Відкидати ресурси з низьким відсотком індексації, низькою якістю матеріалу (перевіряти унікальність, для дорогих майданчиків, вибіркової сторінки з сайту-донора).
6. Кількість сторінок в індексі Google не менше 100-150.
7. Не платити багато за 1 посилання. Іноді краще знайти 4-7 майданчиків дешевше, з якістю рівною чи більшою і ймовірно вищим ефектом для просування в ПС.

### Обмін посиланнями-статтями з веб-майстрами безпосередньо

Основна методика:

1. Обмін на тематичних форумах оптимізаторів: forum.searchengines.ru, maultalk.ru, mastertalk.ru, форуми при біржах посилань.
2. Обмін через контакти сайтів.
3. Залучення стороннього фахівця з обміну посиланнями, зі своїми напрацьованими базами на профільних форумах.

### Декілька слів про внутрішні посилання

Внутрішні посилання – важлива частина структури сайту, як в плані зручності навігації так і в плані пошукової оптимізації. Від того, яким чином організований внутрішний зв'язок сторінок сайту, безпосередньо залежить швидкість індексації та визначення найбільш «важливих», релевантних сторінок вашого сайту.

Побудова внутрішніх посилань сайту для прискорення індексації та надання певним сторінкам більшої ваги також часто називають ***перелінковкою***.

### Логіка роботи перелінковки

Одним з факторів ранжування веб-сторінки в результатах пошуку є посилальна популярність цієї сторінки. При цьому оцінюються як посилання з

інших сайтів так і внутрішні посилання. Це дозволяє підвищити цитованість, використовуючи внутрішні ресурси сайту.

Розглянемо кілька практичних методів перелінковки:

* 1. ***Перелінковка наскрізними посиланнями*** на головну сторінку сайту – суть методу полягає в створенні наскрізного блоку з розташованими в ньому посиланнями (зазвичай до 5-7 посилань) на головну сторінку сайту. Тексти цих посилань повторюють основні конкурентні запити, по яких просувається головна сторінка. Таким чином кожна внутрішня сторінка сайту передає частину ваги головній сторінці, при цьому підвищуючи релевантність головної сторінки по потрібних запитах.
	2. ***Вікі перелинковка*** – побудова посилальної маси за принципом Вікіпедії. На всіх сторінках сайту задані слова і словосполучення оформляються як посилання і направляються на відповідні сторінки. Така перелінковка більш натуральна і зручна для користувача. Також варто відзначити, що посилання при такий перелінковці знаходяться в області контенту і розміщені в контексті наповнення сторінки, саме тому пошукові системи вважають такі посилання більш важливими і надають трохи більшу вагу ніж наскрізним посиланням з блоків навігації.
	3. ***Схожі статті та матеріали*** – поширений і дуже органічний метод перелінковки. В кінці сторінки або на її початку розташовують посилання на схожі за змістом або типом сторінки, наприклад, на схожі товари, новини, статті, записи в блозі. Такий метод відмінно виглядає на сайті і досить простий в реалізації, також, при якісній реалізації, такі посилання корисні користувачеві.

#### Висновки:

При організації внутрішньої посилальної маси сайту насамперед необхідно визначити найбільш важливі сторінки і сторінки для просування. Створюючи посилання пам'ятайте що ПС цінують контекстні посилання.

Не забувайте що сайт повинен бути зручний для користувача, не створюйте величезну кількість непотрібних посилань. Це може заплутати не тільки відвідувача, але й павуків пошукової системи.

*Додаткові матеріали по темі:*

Посилальна маса і способи її нарощування, тимчасові і вічні посилання <https://goo.gl/UdPoH4>

Грамотне нарощування посилальної маси сайту <https://goo.gl/VG3JwY>

10 інструментів для перевірки посилальної маси сайту <https://goo.gl/o7ud6c> Поради по грамотному складанню анкорів <https://goo.gl/DdBFXD>

Анкори та їх правильне складання <https://goo.gl/yTG9cY>