*Андрей БАБКИН*

**ПРОДВИЖЕНИЕ В ОРГАНИЧЕСКОЙ ВЫДАЧЕ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ**

ЧТО ТАКОЕ РООКЛИК И МЕДИА-СТАРТ

Это авторские системы «накликивания», т.е. имитации естественного поведения пользователей в интернете.

В зависимости от тарифа у вас будет от 1000 до 2000 кликов   
на поднятие ваших ключевых фраз в поисковой выдаче Яндекса или Гугла. Эти клики менеджер ответственно распределяет между списком ключевых слов, которые вы представляете.

Каждый клик происходит с уникального ip адреса, тем самым «путая» алгоритмы Яндекса.

ЗАЧЕМ ТАК СЛОЖНО?

В 2014 году Яндекс отказывается от учета ссылочной массы   
в пользу нейросетей и более сложных алгоритмов.

Сложности появляются относительно недавно — в 2018 году, когда Яндекс представил новый алгоритм ВЕГА. Он основан   
на **нейронных сетях** (привет, *Алиса*), а в поисковой выдаче начинают фигурировать **смысловые параллели**.

*Примечание*: Гугл не использует смысловые параллели!   
 И именно поэтому зачастую возникают   
 различие в позициях ключевых слов   
 в Яндексе и Гугле.  
  
 Гугл более мобильный и продвигает именно   
 «мобильные возможности».   
 *Например*, «Окей, Гугл!»

Это значит, что, если вы, *например*, ищите *женщину-космонавта*, то вам будут выдаваться все материалы, так или иначе связанные   
с вашим запросом: биографии, фильмы, авторы книг, режиссеры этих фильмов и так далее до бесконечности.

Фактически, это новое слово в эре поиска.   
Ссылочное продвижение по-прежнему работает, но возрастает цена ошибки за использование недобросовестного источника.   
Сайт могут заблокировать в поиске!

КАК ЭТО РАБОТАЕТ?

Задача непосредственно роботу ставится, когда слово вошло   
в топ-10. Тогда можно практически безопасно выводить его   
в топ-5, 3 и 1.

До этого момента воздействие оказывается на около ключевые запросы, поднимая изначальное ключевое слово к 10-ке. Это нужно, чтобы поднятие запроса

происходило естественным для Яндекса образом.

Итого: воздействуя на около ключевые запросы, мы поднимаем основной «ключевик». Масштабность этого мероприятия создают регионы. Условно: Северо-Запад, Центр и Юг.

По желанию и специфике регионы могут добавляться.

Много регионов хорошо использовать, когда есть немного коммерческих и/или высокочастотных запросов.

Задачи варьируются и ставятся не по всем запросам.

ПРИМЕР ПРОДВИЖЕНИЯ

Например, в случае среднестатистической компании, основная масса запросов, по отобранным словам, обычно находится примерно за 20-й позицией [если компания не занимается специально продвижением своих ключевых слов].

Обычно имеются как коммерческие, так и некоммерческие запросы; нет высокочастотных запросов, а есть, в основном, среднечастотные запросы.

КАК ПРАВИЛЬНО ПОДГОТОВИТЬ СТРАНИЦУ САЙТА

Ключевое слово ссылается на страницу сайта. Яндекс его видит только, если оно указано на странице. Если слова нет — запрос «скачет» в поисковой выдаче.

Чтобы этого избежать страницу со словом нужно оптимизировать.  
Как это сделать — смотрите пример ниже.

*Пример*: Запрос: анализатор хлора  
 Страница: прибор CLSW на сайте СПЕКТРОНА   
   
 Мета-тэг title:   
 Анализатор хлора СПЕКТРОСКАН CLSW |   
 НПО СПЕКТРОН   
   
 (без запятых)

Мета-тэг keywords:   
 Рентгенофлюоресцентный анализатор,   
 СПЕКТРОСКАН SW-D3, СПЕКТРОСКАН MSW,   
 СПЕКТРОСКАН CLSW, СПЕКТРОСКАН S(SL),   
 СПЕКТРОСКАН IS, СПЕКТРОСКАН SUL,   
 СПЕКТРОСКАН META   
   
 (с запятыми; вспомогательные слова,   
 которые есть на странице, например,   
 еще приборы СПЕКТРОСКАНЫ)  
  
  
После этого в Вебмастере необходимо сделать «переобход» страницы в Яндекс.Вебмастере.

РОБОКЛИК И СИТУАЦИЯ   
С КОРОНОКРИЗИСОМ   
В КОНЦЕ 2020 ГОДА

Перед «коронокризисом» продажи были активными,   
а Робоклик привлекал по 15 новых клиентов в месяц.

Число IP-адресов оставалось прежним → IP повторялись →   
клик проходит → результата нет (по факту клик проходит через раз). Проблему попытались решить, НО реальное число кликов уменьшалось со 170 до 20.

Контекстную фразу в Яндексе «держат в топе» реальные пользователи (либо реальные люди, либо уникальные IP адреса). Со старыми клиентами и/или как у нас специфической тематикой ситуация не такая критичная, как с новыми.

Когда фраза есть, а кликов по ней нет →   
получается отрицательный CTR → фраза опускается в поиске.

Получается, что клиент за свои же деньги получает обратный эффект продвижения.

КТО КРУЧЕ РОБОКЛИКА?

Круче *«Робоклика»* могут оказаться *«Медиа-Старт»*   
(технология продвижения схожа, НО используются «живые» клики).

Для поддержки Яндекса можно использовать геолокацию (Яндекс.Карты повышают «осведомленность» Яндекса   
о сайте и способствуют скорейшему выведению в топ).

*Примечание*: совсем новый домен будет выводиться   
 в топ от 2-3 месяцев.

ЧТО БЫВАЕТ С ЯНДЕКСОМ (И НЕ ТОЛЬКО)

Иногда бывают ситуации, когда запросы резко или постепенно теряют свои позиции.

Это связано либо с **Рандомизацией** (бывает как у *Гугл*,   
так и у *Яндекса*). Поисковик как бы «отряхивается»   
от нерелевантных запросов, резко сбрасывая позиции ключевых слов. Как правило, это длится на неделю-максимум две.

Второй случай — попадание под **Экспертную оценку Яндекса**. Такое бывает, например, когда интерес к тематике пропадает   
на время или навсегда.

*Например*, это может быть во время спада деловой   
 активности в период летних отпусков,   
 когда фактически интерес к тематике пропадает   
 на время отпусков сотрудников служб   
 закупочных центров, а сами закупки / продажи   
 прекращаются.   
  
 Такой период длится 3-4 недели.

Самое главное в таких ситуациях — **не делать резких движений**. Резкое воздействие на низкочастотные фразы сразу заставит поисковик (прежде всего *Яндекс*) наложить запрет и тогда горячие [для вашей отрасли] фразы не будут выводить вас в топ.

ЭТО ИНТЕРЕСНО

Интересная мысль.   
  
Тот факт, что Яндекс сейчас (08.2021) активно вмешивается своим искусственным интеллектом в органическую выдачу (выносит сайты на экспертную оценку, по долгу не выводит из рандомизации, просто понижает значения и налагает санкции,   
если появится минимальный прецедент) говорит о подготовке к возможному отключению России от интернета (страховка Яндекса на этот случай).

Еще интересный факт: Яндекс считает Гугл приоритетным в географических сервисах (08.2021). Это ужас, поскольку Гугл — прямой конкурент Яндекса. Косвенно, это также можно связать с возможным отключением России от интернета.

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

seo.ru/blog/kak-ne-popast-pod-dejstvie-affiliat-filtra-ot-yandeksa  
pixelplus.ru/studio/stat/affilirovannost-saytov-v-yandekse-yandex  
blog.promopult.ru/seo/affiliat-filtr.html  
demis.ru/articles/affiliat-filtr-yandex  
  
yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwiki.rookee.ru%2Faffiliat%2F  
  
seo-akademiya.com/baza-znanij/vnutrennyaya-optimizacziya/otlichiya-mezhdu-301-i-302