

Поломарь Станислав

- 1 день. Введение в оптимизацию.
 - Основные факторы для SEO влияния
 - Антиспам и санкции
 - Оптимизация ссылочных факторов

Запросы

Технология Спектр:

- Подмешивание в выдачу

наверх

недвижимость в болгарии

6

[Болгария форум, отзывы о Болгарии](#)
Этот прогноз дает основание предполагать, что 2010 год является идеальным временем для инвестиций в **недвижимость Болгарии**. Кризис, создал прекрасные возможности для проведения реформы.
[zagranestate.ru > forum/bolgariya-forum-otzyvy...](#) [копия](#) [ещё](#)

- Диалоговые подсказки

наверх

недвижимость в болгарии

РЕКЛАМА

[Продажа недвижимости - Форт Нокс!](#)
Болгария. Квартыры у моря! От 20 до 60 тыс руб/метр. Застройщик.
[Адрес и телефон](#) [fortnoks.net](#)

[Цены](#) [Отзывы](#) [Фото](#)

1 ["BPBulgarianProperties" - недвижимость в Болгарии](#)

Запросы

Технология Спектр:

- Подмешивание в выдачу, ловим:

```
<categ attr="d" name="zagranestate.ru/forum/bolgariya-forum-otzyvy-o-bolgarii-t1166.html" />
<doccount>3</doccount>
<relevance priority="all" />
<doc id="62-0-26E5F04A9004FC42B">
  <relevance priority="phrase" />
  <url>http://www.zagranestate.ru/forum/bolgariya-forum-otzyvy-o-bolgarii-t1166.html</url>
  <domain>www.zagranestate.ru</domain>
  <title>
    <hlword>Болгария</hlword> форум,
    <hlword>отзывы</hlword> о
    <hlword>Болгарии</hlword></title>
```

Сколько интенгов в примесях может быть?

Сколько будет примесей в запросе “недвижимость в болгарии отзывы”

```
<categ attr="d" name="bulgarianproperties.ru/kommentarii-i-otzyvy.htm" />
<doccount>3</doccount>
<relevance priority="all" />
<doc id="71-1-ZDB7B0C9CEFBF6FFF">
  <relevance priority="phrase" />
  <url>http://www.BulgarianProperties.ru/kommentarii-i-otzyvy.htm</url>
  <domain>www.BulgarianProperties.ru</domain>
  <title>
    <hlword>Отзывы</hlword> о
    <hlword>недвижимости</hlword>
    <hlword>в</hlword>
    <hlword>Болгарии</hlword>, купленной в BulgarianProperties.ru</title>
  <modtime>20091009T040000</modtime>
  <size>28024</size>
  <charset>windows-1251</charset>
  <passages>
    <passage>
```

```
<categ attr="d" name="fashionhobby.com/vikroiiki-shtori" />
<doccount>3</doccount>
<relevance priority="all" />
<doc id="71-0-ZCDCF7DA400CC6543">
  <relevance priority="phrase" />
  <url>http://fashionhobby.com/vikroiiki-shtori</url>
  <domain>fashionhobby.com</domain>
  <title>Выкройки
    <hlword>штор</hlword> бесплатно.Пошив
    <hlword>штор</hlword>
    <hlword>своими руками.фото</hlword></title>
  <modtime>20111005T184652</modtime>
  <size>8799</size>
  <charset>utf-8</charset>
  <passages>
    <passage>В разделе "Выкройки
      <hlword>штор</hlword>" вы можете скачать бесплатно выкройки
```

Запросы

Технология Спектр:

- Около 60 категорий
- От 2-3 от десятков потребностей
- Вычисляет пропорции. Обновление несколько раз в неделю
- Импорт данных из энциклопедий

Что такое оптимизация

Оптимизация что это?

+ Помощь поисковым системам

- Обман поисковых систем

Что такое оптимизация

- **Помощь поисковым системам**
 - Индексация
 - robots, sitemap, коды ответа
 - Региональность
 - Подача и разметка содержания
 - структура, навигация, теги
 - Доп. информация и разметка
 - микроформаты, расширения сниппетов

Что такое оптимизация

- Обман поисковых систем - накрутка факторов
 - Выделение факторов влияния
 - Понимание эффективности и допустимости влияния
 - Учет связанности факторов
 - Учет текущего отношения ПС

SEO факторы

- Текстовые
- URL-вые
- Ссылочные
- Поведенческие
- Социальные
- Региональные

SEO факторы

Применимо к объекту

- HOST
- Документ
- Запрос-Документ

Текстовые факторы

- Вхождения слов
- Зоны документа
- Уникальность текста

Текстовые факторы. Вхождения слов

- BM25
- Зоны документа
 - Какие?
 - BM25F и пр.
- Кворум
- Тезаурус, переформулировки

Текстовые факторы. Вхождения слов

- BM25:

– Практический смысл?

$$W_{single} = \log(p) * \frac{TF}{TF + k_1 + k_2 * DocLength}, \quad (2)$$

$$k_1 = 1, k_2 = 1/350$$

В этой формуле TF – число вхождений леммы в документ, DocLength – длина документа в словах.

Текстовые факторы. Вхождения слов

- Кворум:

- Зачем нужен?

- Что полезного можем извлечь?

$$\sum_{i=1}^{qq^*} IDF_i^{\text{deg}} \geq (1 - \text{Softness}^{\frac{1}{\sqrt{qq-1}}}) \cdot \sum_{j=1}^{qq} IDF_j^{\text{deg}}$$

qq – количество слов в запросе

qq^* – количество слов из запроса в неполном пассаже

IDF – вес слова

deg – значение степени ($\text{deg} = 0,38$)

Softness – мягкость (значение указывается после // , обычно = 0.06)

Текстовые факторы. Вхождения слов

- Кворум (недавно в Яндекс):

Q – запрос

q_i – i-ое слово запроса

$w(q_i)$ – функция веса слова

D - документ

$$\sum_{q_i \in D} w(q_i) > Quorum(Q) \cdot \sum_{q_i \in Q} w(q_i)$$

$$Quorum(Q) = 1 - 0.01^{(1/\sqrt{(|Q|-1)})}$$

$$w(q_i) = -\log(DocFreq(q_i) / SumOfFreq)$$

Текстовые факторы. Вхождения слов

- BM25F:
 - Учет зон документа
 - Учет анкор-текста

$$\bar{x}_{d,f,t} := \frac{x_{d,f,t}}{(1 + B_f(\frac{l_{d,f}}{l_f} - 1))}$$

$$\bar{x}_{d,t} = \sum_f W_f \cdot \bar{x}_{d,f,t}$$

$$BM25F(d) := \sum_{t \in q \cap d} \frac{\bar{x}_{d,t}}{K_1 + \bar{x}_{d,t}} w_t^{(1)}$$

Parameter	TD'03	NP'03
K_1	27.5	4.9
B_{TITLE}	0.95	0.6
B_{BODY}	0.7	0.5
B_{ANCHOR}	0.6	0.6
W_{TITLE}	38.4	13.5
W_{BODY}	1.0	1.0
W_{ANCHOR}	35	11.5

BM25F + документные свойства

- BM25F:
 - Учет свойств документа
 - Каких?

URL-ые факторы

- **Ключевое слово содержит**
 - Домен
 - URL страницы
- **Тип документа**
- **Нахождение в ЯК, Дмоз (для HOSTa)**

Ссылочные факторы

- Статические факторы
 - Не зависят от запроса

- Динамические факторы
 - Зависят от запроса

Ссылочные факторы

- Статические факторы
 - PageRank документа / гл. стр. / HOSTа
 - Количество ссылок на документ / HOST
 - Количество ссылающихся host-ов
 - Вложенность документа

Ссылочные факторы

- **Динамические факторы**

- Текст ссылок

- В ряде случаев: текст рядом, title.*

- Время появления

- Количество ссылок с точным / неточным
вхождением

- $TF*IDF$

Поведенческие факторы

- Поведение в выдаче
 - Какие сигналы выделить?
- Анализ сессий пользователей
 - Поведение на документах
 - Граф переходов

Окончание сессии

- Тип перехода input
- Лимит timeout

Поведенческие факторы

- **Поведение в выдаче**
 - CTR документ-запрос
 - avg CTR документа
 - avg CTR сайта
 - Возврат в выдачу
 - Посещение других ответов по запросу
 - Изменение запроса
 - Последний клик
 - Единственный клик
 - Доля кликнутых документов
 - ...

Поведенческие факторы

- Поведение на документах
 - Время просмотра
 - avg время просмотра сайта
 - Время загрузки
 - Число активный действий
 - Порядок документа в сессии
 - Последний документ в сессии

Поведенческие факторы

- **Граф переходов**
 - Тип перехода (input, click)
 - Время перехода
 - Время на странице
 - Доля переходов не по ссылкам

Социальные факторы

- Твитер
 - Фоловеры
 - Ретвиты
- Соц. Сети (на примере facebook)
 - Фэны
 - Лайки
- Youtube
 - Просмотры
 - Оценки
- Социальная видимость

Региональные факторы

- Регион
- Адрес (Организация)
- Встречаемость в тексте и ссылках

Региональные факторы

- 2 типа запросов

- Геоозависимые

- Геонезависимые

К какому относится большинство
коммерческих?

- Разное ранжирование

SEO факторы

Применимо к объекту

- HOST: **какие?**
- Документ : **какие?**
- Запрос-Документ : **какие?**

SEO факторы

- HOST
 - Возраст
 - PageRank (гл. стр., общий)
 - Количество ссылок / ссылающихся host-ов
 - avg. CTR в выдаче
 - Доля кликнутых документов
 - avg время просмотра
 - avg количество активных действий
 - BrowseRank
 - Доля переходов не по ссылкам
 - Соц. ранки
 - Региональность
 - Нахождение в ЯК, Дmoz
 - ...

SEO факторы

- Документ
 - Возраст
 - PageRank
 - avg. CTR в выдаче
 - avg время просмотра
 - Число активных действий
 - BrowseRank
 - Доля переходов не по ссылкам
 - Соц. ранки
 - Вложенность
 - ...

SEO факторы

- Запрос-Документ
 - Текст URL
 - Текст документа
 - Текст анкор-листа
 - CTR в выдаче
 - Доля последнего клика
 - Время просмотра
 - Число активных действий
 - ...

SEO факторы

- Особенности по запросам
 - ВЧ запрос
 - Важны поведенческие
 - Достаточно важны ссылочные
 - Менее важны текстовые
 - СЧ запрос
 - Достаточно важны ссылочные, поведенческие и текстовые
 - НЧ запрос
 - Важны текстовые (входит в: текстовые, url-вые, ссылочные)
 - Важно значение факторов по объекту HOST

Антиспам поисковых систем

- С чем борются поисковые системы:
 - Спам в текстах
 - Спам в ссылках
 - Спам в эмуляции пользователей в выдаче
 - “Захват” выдачи одной компанией

Антиспам поисковых систем

- Что думают:
 - Про текст: “Тексты оптимизировались, переоптимизировались, но не выоптимизировались“
 - Про ссылки: “За последний месяц был произведен ряд изменений в поисковом алгоритме, чтобы существенно ограничить влияние SEO-ссылок на ранжирование.”
 - Про эмуляцию пользователей: “В последнее время мы видим попытки повлиять на поисковую систему путем эмуляции действий пользователей. Мы считаем их поисковым спамом и предпринимаем соответствующие меры в отношении использующих их сайтов.”

Антиспам поисковых систем

- Основные подходы:
 - Статистические
 - Лингвистические
 - Временные срезы
 - Анализ логов (поведение пользователей)
 - Поведение спамеров (оптимизаторов)(Инструментарий и кол-во данных огромно)

Антиспам поисковых систем. Санкции

- Санкции – типы штрафа:
 - Штраф на документ-запрос
 - Штраф на документ
 - Штраф на HOST
 - Удаление из индекса документа (-ов)
 - Удаление из индекса HOSTа

Антиспам поисковых систем. Санкции

- Санкции – наложение/съем штрафа:
 - Автоматический
 - Ручной

Антиспам поисковых систем. Санкции

- Санкции – время штрафа:
 - До момента индексации удаления + пересчет
 - До момента индексации удаления + 1 месяц

Антиспам поисковых систем. Санкции за текст

- Санкции – за текст:
 - Документ-запрос / Документ* / HOST
 - Удаление документа (-ов) / Удаление HOSTа
 - До момента индексации удаления +
пересчет* / + 1 месяц
- В большинстве случаев – автоматически.

Антиспам поисковых систем. Санкции за ссылки

- Санкции – за ссылки:

- Документ-запрос / Документ / HOST

- До момента индексации удаления + пересчет SEOin* / Не снимаются

В большинстве случаев – автоматически.

**Скоро разберем*

Антиспам поисковых систем. Санкции за эмуляцию

- Санкции – за эмуляцию поведения:
 - HOST
 - Неопределенный срок/ Не снимаются

Скорее всего автомат + ручные.

Антиспам поисковых систем

- Что делать оптимизатору:
 - Учитывать рекомендации ПС
 - Играть по правилам
 - Используя понимание антиспама, искать максимально эффективный компромисс

Антиспам поисковых систем. Аффилирование

- Борьба с аффилированными сайтами:
 - Контакты
 - HOST информация
 - Контент
 - Ссылочные связи

Что с ними происходит?

Антиспам поисковых систем. Аффилирование

- Только 1 сайт из группы аффилиатов показывается по запросу.
- Как определить:
 - Быстро:
(site1 | site2) /без доменных расширений
 - Позапросно
“запрос”(url:url_site1 | url:url_site2) /когда-то работало

Антиспам поисковых систем. Аффилирование

- Что делать оптимизатору:
 - Разные контакты
Можно только телефоны, адрес картинкой/убрать/другой.
 - Разная HOST информация
Владелец, телефон, организация, (хостинг).
 - Не связывать ссылками
 - По мере возможности разный контент

Антиспам поисковых систем

- Маленький бонус:

Антиспам слабо работает на низких значениях.

Оптимизация ссылочных факторов

- Накручиваем
 - Статические факторы (не зависят от запроса)
 - Динамические факторы (зависят от запроса)
- Оценка потребностей
 - Анализ текущей выдачи vs себя
 - **Всей выдачи?**
 - **Метрики?**

Оптимизация ссылочных факторов

- Что должны исключить из выдачи:
 - Результаты Спектра, как?
 - Витальные ответы, как?
 - Результаты быстроробота, как?

Оптимизация ссылочных факторов

- Что должны исключить из выдачи:
 - Витальные ответы

```
<group>
  <categ attr="d" name="UngroupVital149" />
  <doccount>3</doccount>
  <relevance priority="all" />
  <doc id="84-22-21-ZCE5D31F29919E3CF">
    <relevance priority="phrase" />
    <url>http://www.aeroflot.ru/</url>
    <domain>www.aeroflot.ru</domain>
```

- Результаты быстрой работы

```
<categ attr="d" name="lenta.ru/news/2012/04/13/paranoia/" />
<doccount>3</doccount>
<relevance priority="all" />
<doc id="63-18-ZEE47A94776349272">
  <relevance priority="phrase" />
  <url>http://lenta.ru/news/2012/04/13/paranoia/</url>
  <domain>lenta.ru</domain>
  <title>Lenta.ru: Кино: Гари Олдман и Харрисон
    <hlword>Форд</hlword> снимутся в "Паранойе"</title>
```

```
<categ attr="d" name="UngroupVital486" />
<doccount>3</doccount>
<relevance priority="all" />
<doc id="80-14-20-ZCE5D31F29919E3CF">
  <relevance priority="phrase" />
  <url>http://www.aeroflot.ru/</url>
  <domain>www.aeroflot.ru</domain>
  <title>
    <hlword>Аэрофлот</hlword>" - российская авиакомпания</title>
    <headline>Расписание и справки о рейсах. Бронирование и покупка билетов онлайн. Специальные тарифы
. Адреса и телефоны касс в России и мире. Сервис и дополнительные услуги. Об авиаальянсе SkyTeam.
ine>
  <modtime>20060728T040000</modtime>
  <size>3834</size>
  <charset>utf-8</charset>
  <properties>
    <_PassagesType>1</_PassagesType>
  </properties>
  <mime-type>text/html</mime-type>
  <saved-copy-url>http://hghltd.vandex.net/vandbtm?text=%D0%B0%D1%8D%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%BB%D0%BE
```

```
<categ attr="d" name="nr2.ru/moskow/392835.html" />
<doccount>3</doccount>
<relevance priority="all" />
<doc id="72-52-244A256DD03950F68">
  <relevance priority="phrase" />
  <url>http://www.nr2.ru/moskow/392835.html</url>
  <domain>www.nr2.ru</domain>
  <title>NR2.RU::: ...Борец с коррупцией поможет приватизировать «
  <hlword>Аэрофлот</hlword>»...</title>
  <modtime>20120627T155912</modtime>
  <size>67018</size>
  <charset>windows-1251</charset>
  <passages>
    <passage>Кремль наградил Навального Борец с коррупцией поможет приватизировать «
    <hlword>Аэрофлот</hlword>», - считают блогеры 27.06.12 15:50. Обсудить (4).</passage>
  </passages>
  <properties>
    <_PassagesType>0</_PassagesType>
  </properties>
  <mime-type>text/html</mime-type>
  <saved-copy-url>http://hghltd.yandex.net/yandbtm?isu=1&src=FT&d=7124&fmode=inject&dsn=0&text=%D0
```

Оптимизация ссылочных факторов

- Метрики
 - Количество ссылок
 - Количество доменов
 - Количество ссылок с запросом в анкоре
 - Отношение всех ссылок к ссылкам с запросом
 - Время появления ссылок
 - Распределение по тИЦ, PageRank
 - Наличие ссылающихся доменов в ЯК, Дmoz и пр. **А что дальше?**

Оптимизация ссылочных факторов

- Важно понимать:
 - Статические и динамические факторы имеют разную природу, **поэтому?**
 - Статические и динамические факторы обладают разным временем учета
 - Эффективность и допустимость влияния статических и динамических факторов – связаны между собой
 - Ссылочные факторы имеют ограниченное влияние на ранжирование

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

- Задача по накрутке динамических факторов:
 - Разберем как эффективно работать
 - **Скорость учета?**

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

$$W_{single} = \log(p) * \frac{TF}{TF + k_1 + k_2 * DocLength}, \quad (2)$$

$$k_1 = 1, k_2 = 1/350$$

В этой формуле TF – число вхождений леммы в документ, DocLength – длина документа в словах.

BM25 (Яндекс РОМИП-06)

- Посчитать:
 - 1) "окно"
 - 2) "окно окно"
 - 3) "купить окно"
 - 4) "купить окно москва"
 - 5) "пластиковое окно купить окно"
 - 6) "окно окно еще окно"

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

- окно = $1/1 + 1 + 1/350*1 = 0,4992867332382311$
- окно окно = $2/2+1+1/350*2 = 0,6653992395437262$
- купить окно = $1/1+1+1/350*2 = 0,4985754985754986$
- купить окно москва = $1/1 + 1 + 1/350*3 = 0,4978662873399716$
- пластиковое окно купить окно = $2/2 + 1 + 1/350*4 = 0,6641366223908918$
- окно окно еще окно = $3/3 + 1 + 1/350*4 = 0,7478632478632479$

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

- Сравнить анкор листы
 - 1) 5 раз окно, 30 слов
 - 2) 30 раз окно 300 слов
 - 3) 30 раз окно 100 слов
 - 4) 500 раз окно 2000 слов
 - 5) 500 раз окно 3000 слов

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

- $5/5 + 1 + 1/350 * 30 = 0,8215962441314554$
- $30/30 + 1 + 1/350 * 300 = 0,9417040358744395$
- $30/30 + 1 + 1/350 * 100 = 0,9589041095890411$
- $500/500 + 1 + 1/350 * 2000 = 0,9867493656611221$
- $500/500 + 1 + 1/350 * 3000 = 0,9812167087188113$

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

- Вопросы:
 - Какие особенности
 - Как выглядит функция?
 - Описать минусы

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

$$w_t = tf_d \times \frac{\log\left(\frac{N-n+0.5}{n+0.5}\right)}{k_1 \times \left((1-b) + b \times \frac{dl}{avdl}\right) + tf_d} \quad (BM25)$$

BM25 для анкоров (SIGIR-04)

tf d is the number of times t occurs in the document,

N is the total number of documents

n is the number of documents containing

dl is the length and avdl is the average document length

k1 = 2.0, b = 0.75

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

- Если отбросить среднюю длину / Если нет (2.67)

$$1/ 1 + 0.5 + 1.5*1 (/2,67)= 0,3333333333333333 / 0,4850136239782016$$

$$2/ 2 + 0.5 + 1.5*2 (/2,67)= 0,3636363636363636 / 0,551937984496124$$

$$1/ 1 + 0.5 + 1.5*2 (/2,67)= 0,2222222222222222 / 0,3811563169164882$$

$$1/ 1 + 0.5 + 1.5*3 (/2,67)= 0,1666666666666667 / 0,3139329805996473$$

$$2/ 2 + 0.5 + 1.5*4 (/2,67)= 0,2352941176470588 / 0,421301775147929$$

$$3/ 3 + 0.5 + 1.5*4 (/2,67)= 0,3157894736842105 / 0,5219941348973607$$

Оптимизация ссылочных факторов. Динамические

$$w_t = \alpha \log(tf_d + 1) \times \log\left(\frac{N - n + 0.5}{n + 0.5}\right) \quad (\text{AF1})$$

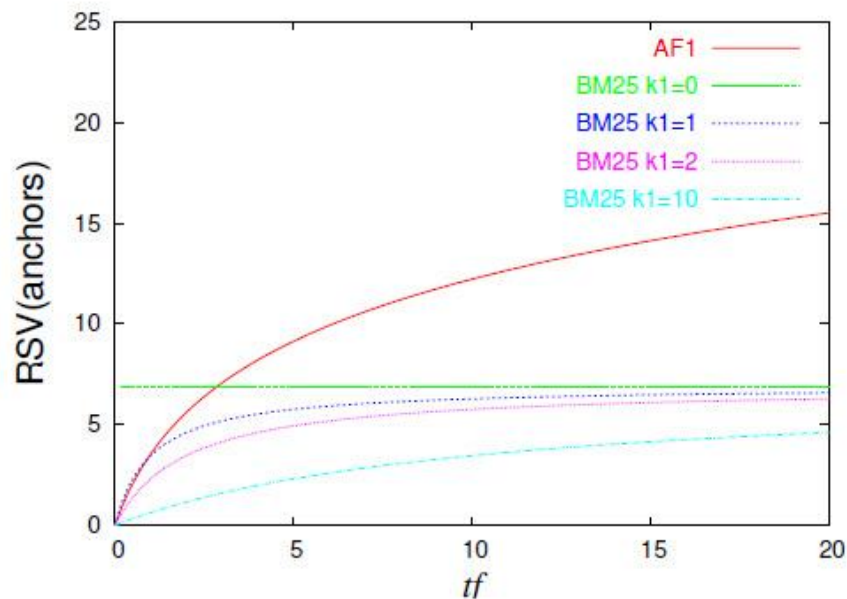


Figure 1: Variation of AF1 and BM25 using several values of k_1 with tf assuming a document of average length, $N = 100000, n = 10$

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- **Определение SEO ссылок**

$$SEO_{out} = k_1 * AvgSEO_{in} + k_2 * AvgSEO_{text} + k_3 * NTh + \dots (1)$$

$$SEO_{link} = l_1 * SEO_{text} + l_2 * SEO_{in} + l_3 * SEO_{out} + \dots (2)$$

...(1) в (2)

$$SEO_{link} = l_1 * SEO_{text} + l_2 * SEO_{in} + l_3 * k_1 * AvgSEO_{in} + l_3 * k_2 * AvgSEO_{text} + l_3 * k_3 * NTh + l_3 * \dots + \dots$$

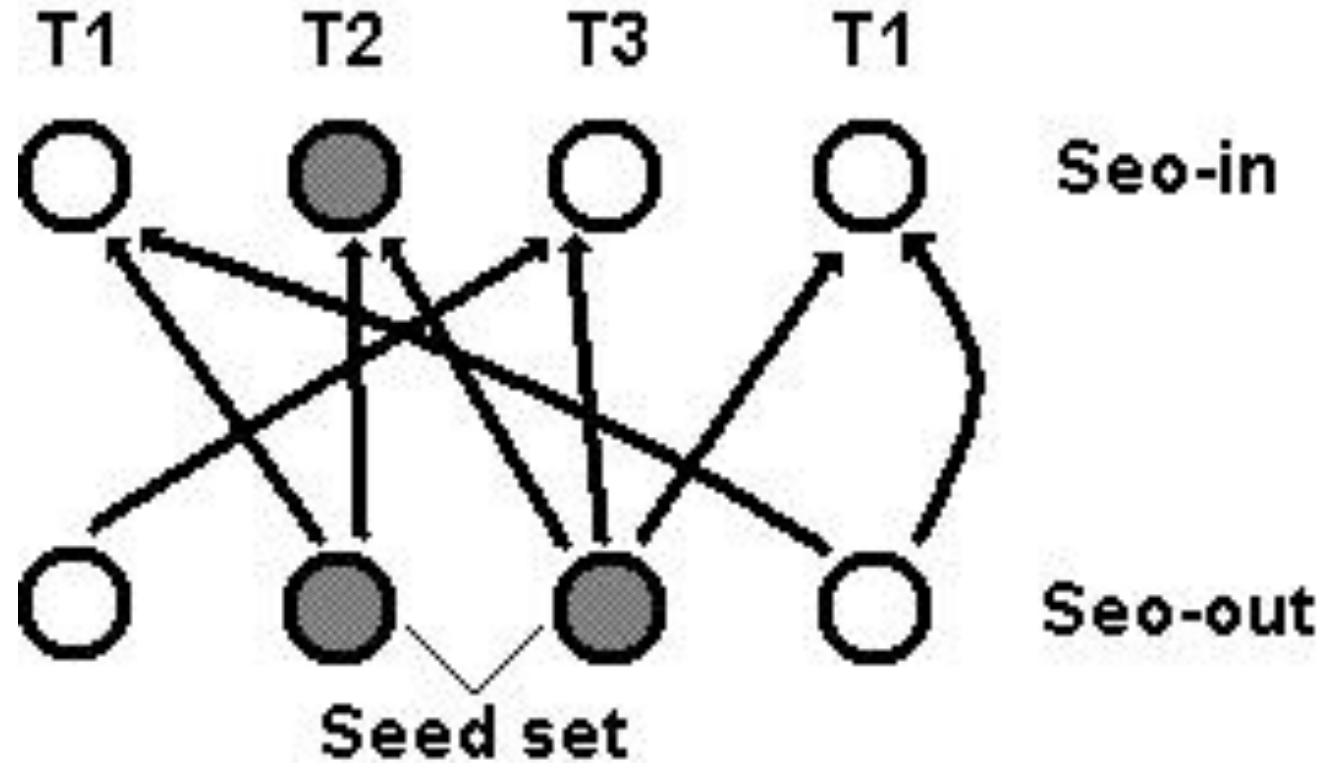
Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- *SEOText, SEOin, SEOout, NTh*

(Вспомним про HITS, только не портал-эксперт, а продавец-покупатель)

- 300 млн. ссылок, 50 млн. страниц и 19 млн. сайтов:
1 млн. монотематических сайтов
- 3 млн. мультитематических страниц (*NTh*) с *SEOText*:
500 000 сайтов-покупателей.
- Определяем продавцов и покупателей

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам



Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- **Определение SEO ссылок**

$$SEO_{out} = k_1 * AvgSEO_{in} + k_2 * AvgSEO_{text} + k_3 * NTh + \dots (1)$$

$$SEO_{link} = l_1 * SEO_{text} + l_2 * SEO_{in} + l_3 * SEO_{out} + \dots (2)$$

...(1) в (2)

$$SEO_{link} = l_1 * SEO_{text} + l_2 * SEO_{in} + l_3 * k_1 * AvgSEO_{in} + l_3 * k_2 * AvgSEO_{text} + l_3 * k_3 * NTh + l_3 * \dots + \dots$$

Что скрывается в многоточии?

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Маскировка ссылок
 - SEOText
 - SEOout
 - SEOin

$$SEOlink = [I1 * SEOText + I2 * SEOin] + [I3 * k1 * AvgSEOin + I3 * k2 * AvgSEOText + I3 * k3 * NTh + ...]$$

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Маскировка SEO ссылок - SEOText
 - URL
 - Отсутствие типичных SEO слов: ?
 - Наличие типичных не SEO слов: ?

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Типичные SEO слова

- купить
- продажа
- заказ
- москва
- недорого
- дешево
- Продолжим?

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Типичные не SEO слова
 - Прилагательные
 - Название компании
 - Цифры
 - Цитирование: источник, подробно...
 - ...

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Маскировка SEO ссылок – SEOout
 - Расположение на странице
 - Тематичность соседей
 - Низкий avgSEOin соседей
 - Низкий avgSEOtext соседей
 - Низкий avgSEOout HOSTa
 - Не попадание документа в подозрительный кластер. **Что это?**

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- **Подозрительные кластеры**
 - Каталоги SEO статей
 - Каталоги SEO ссылок
 - Размещение SEO ссылок в 1 разделе

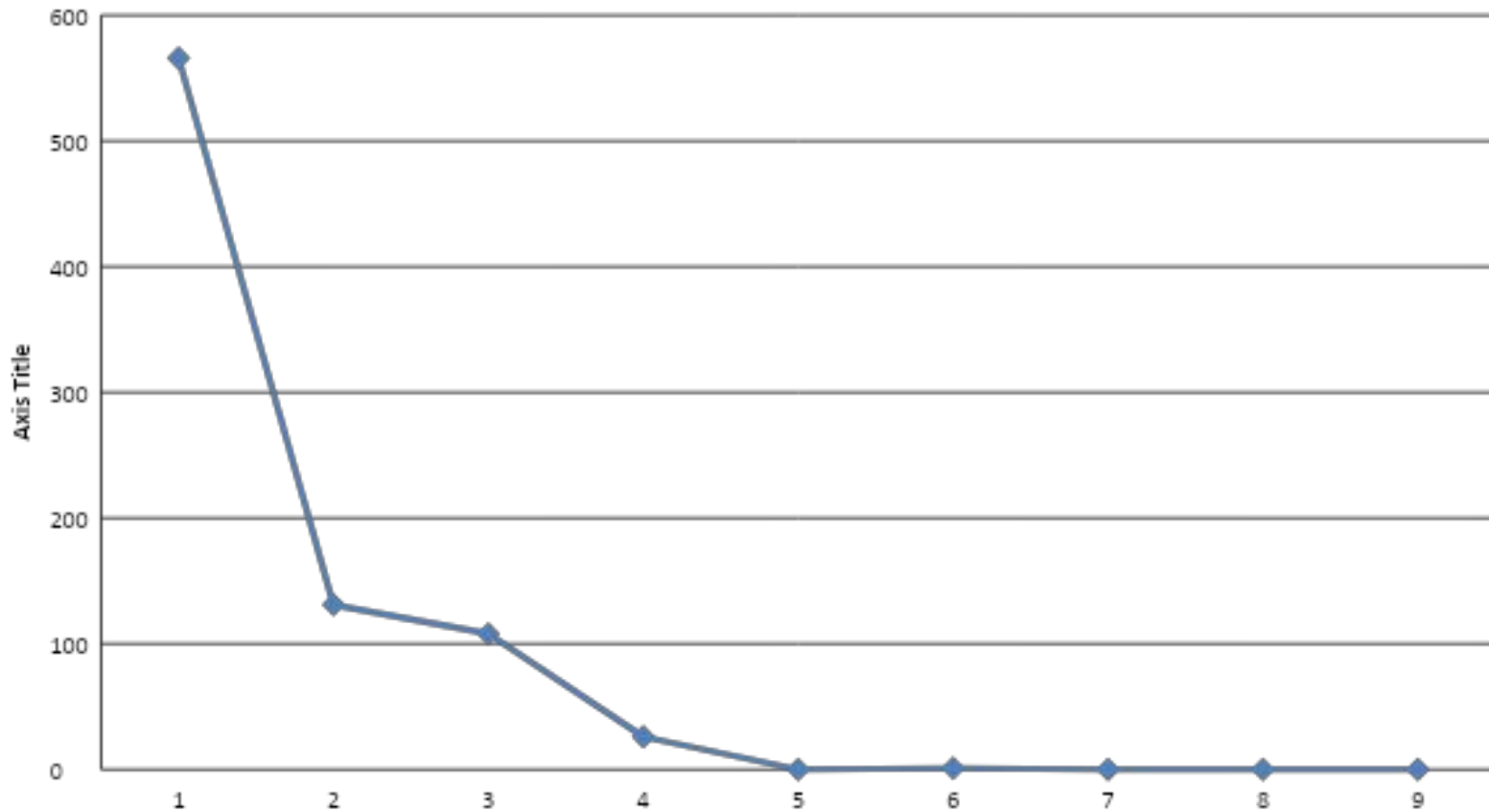
Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Статистические метрики определения SEO спама
 - По акцептору, **какие?**
 - По донору, **какие?**

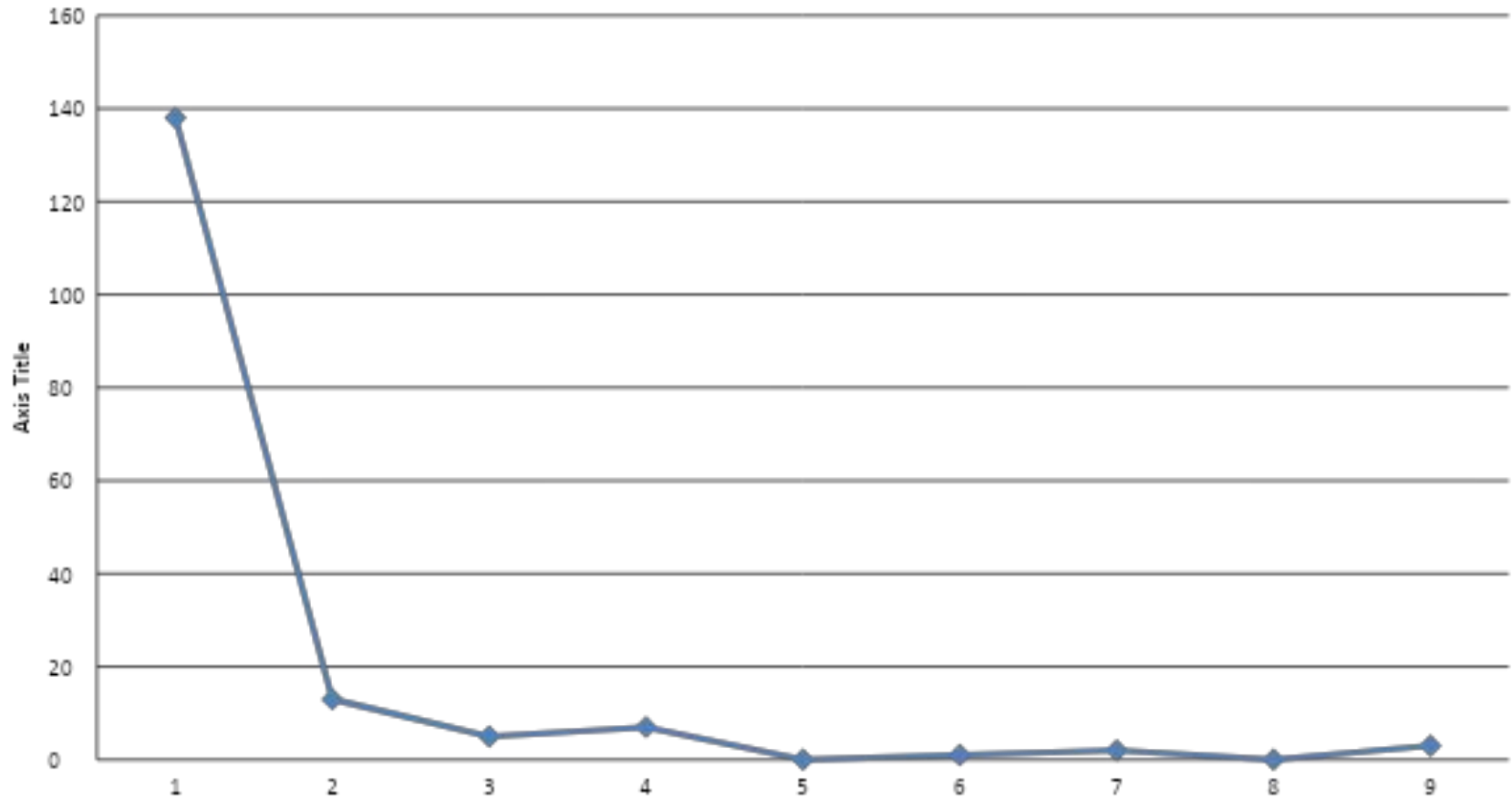
Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Статистические метрики определения SEO спама
 - Распределение по анкорам
 - Распределение по тИЦ
 - Распределение по PR
 - Распределение по страницам входа

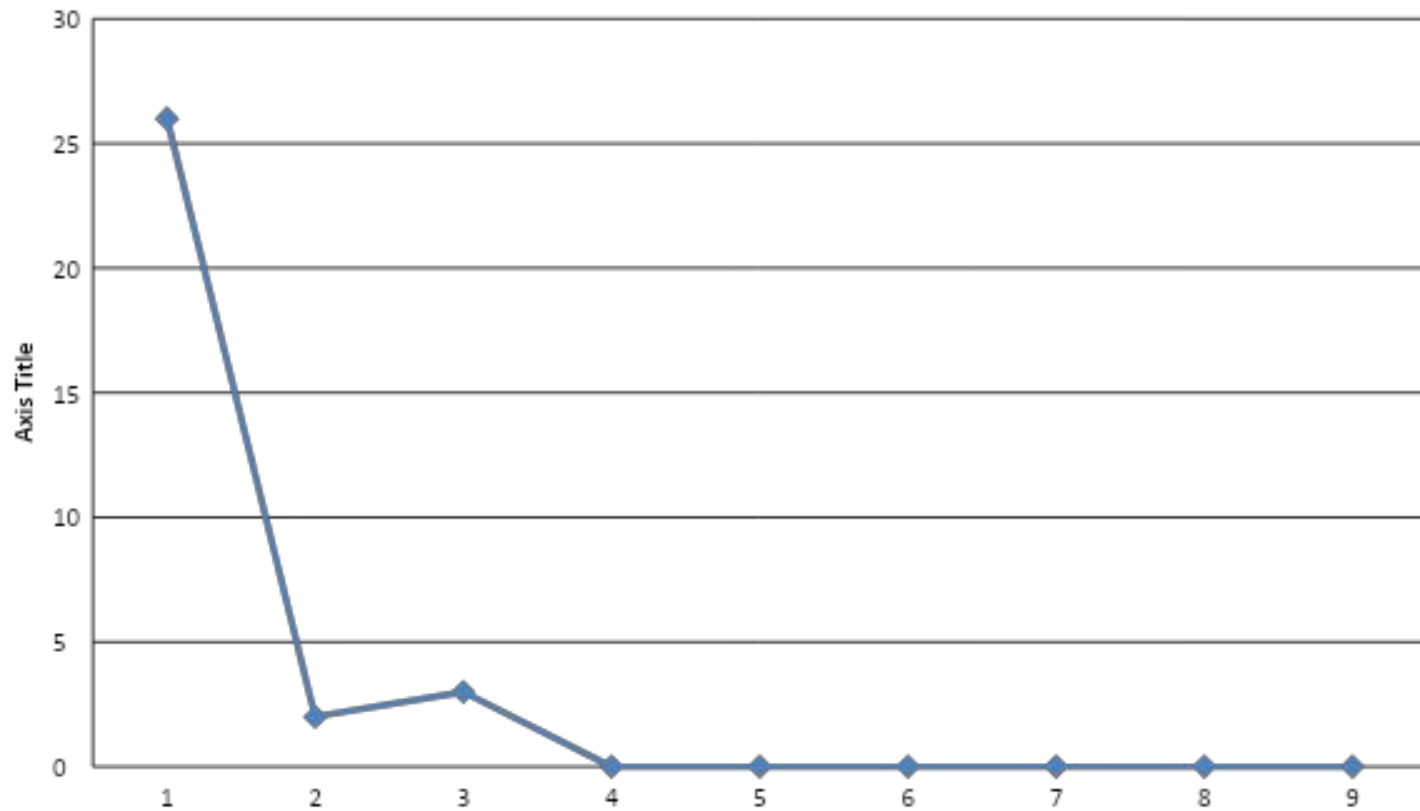
Нет сео ссылок



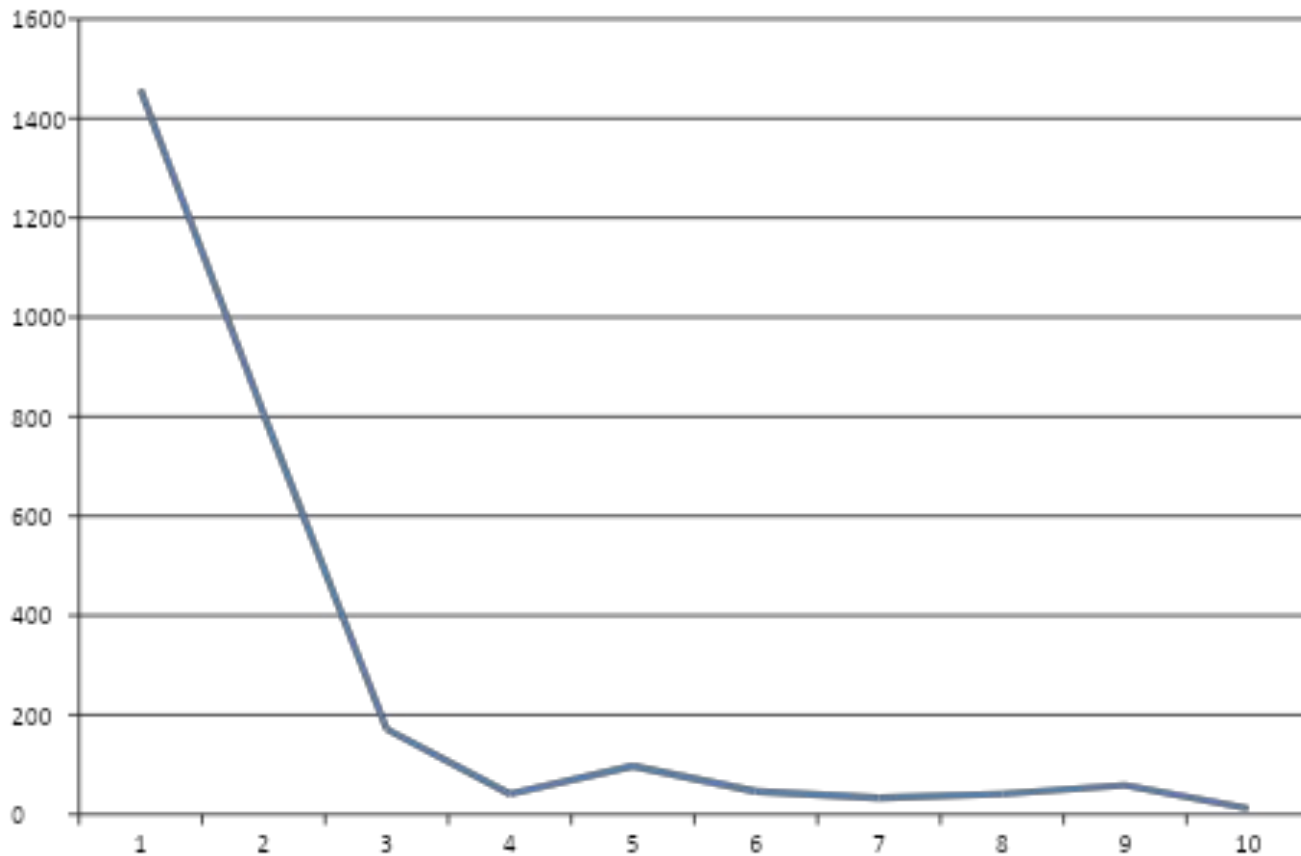
Нет сео ссылок



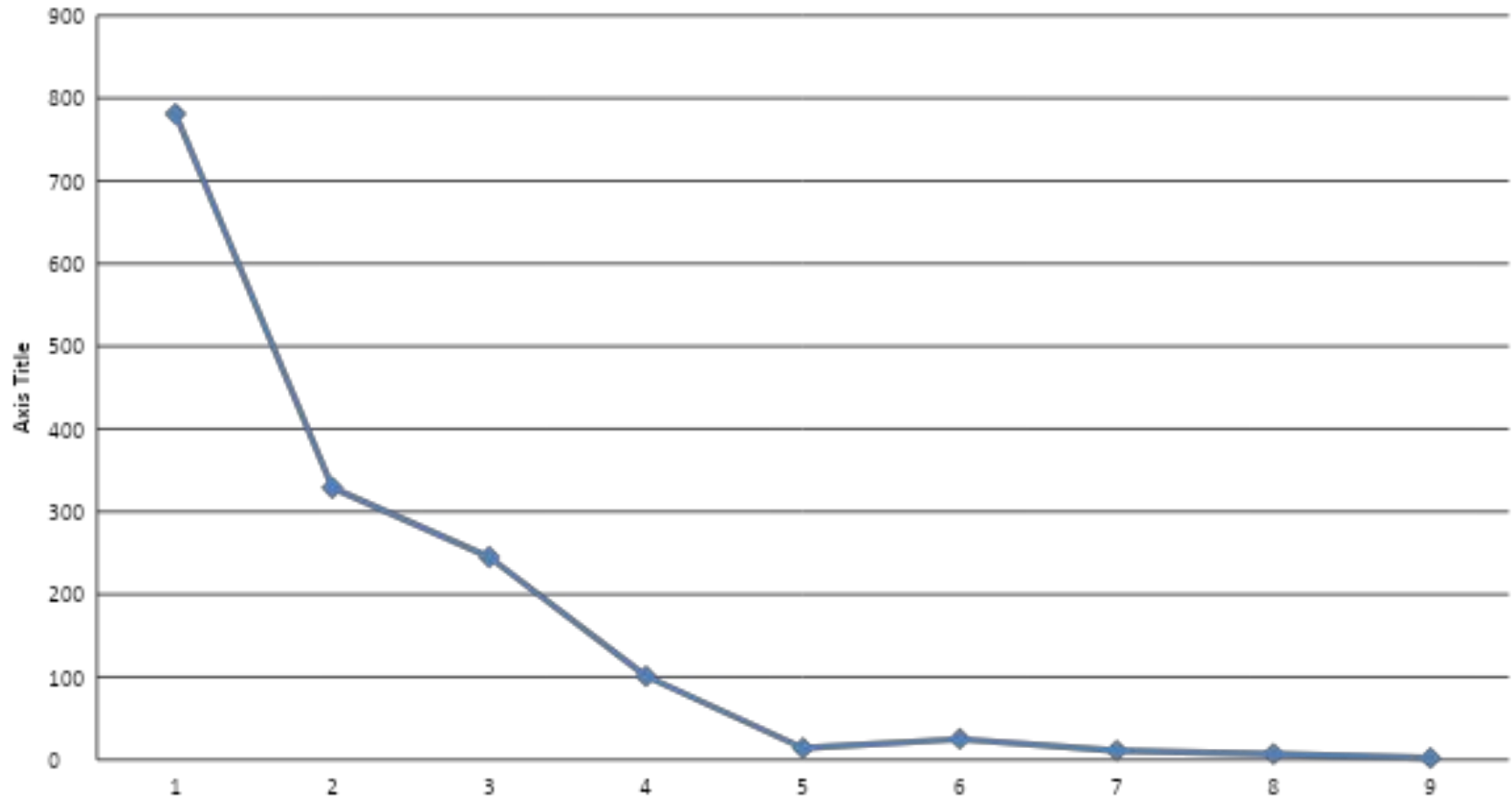
Нет сео ссылок



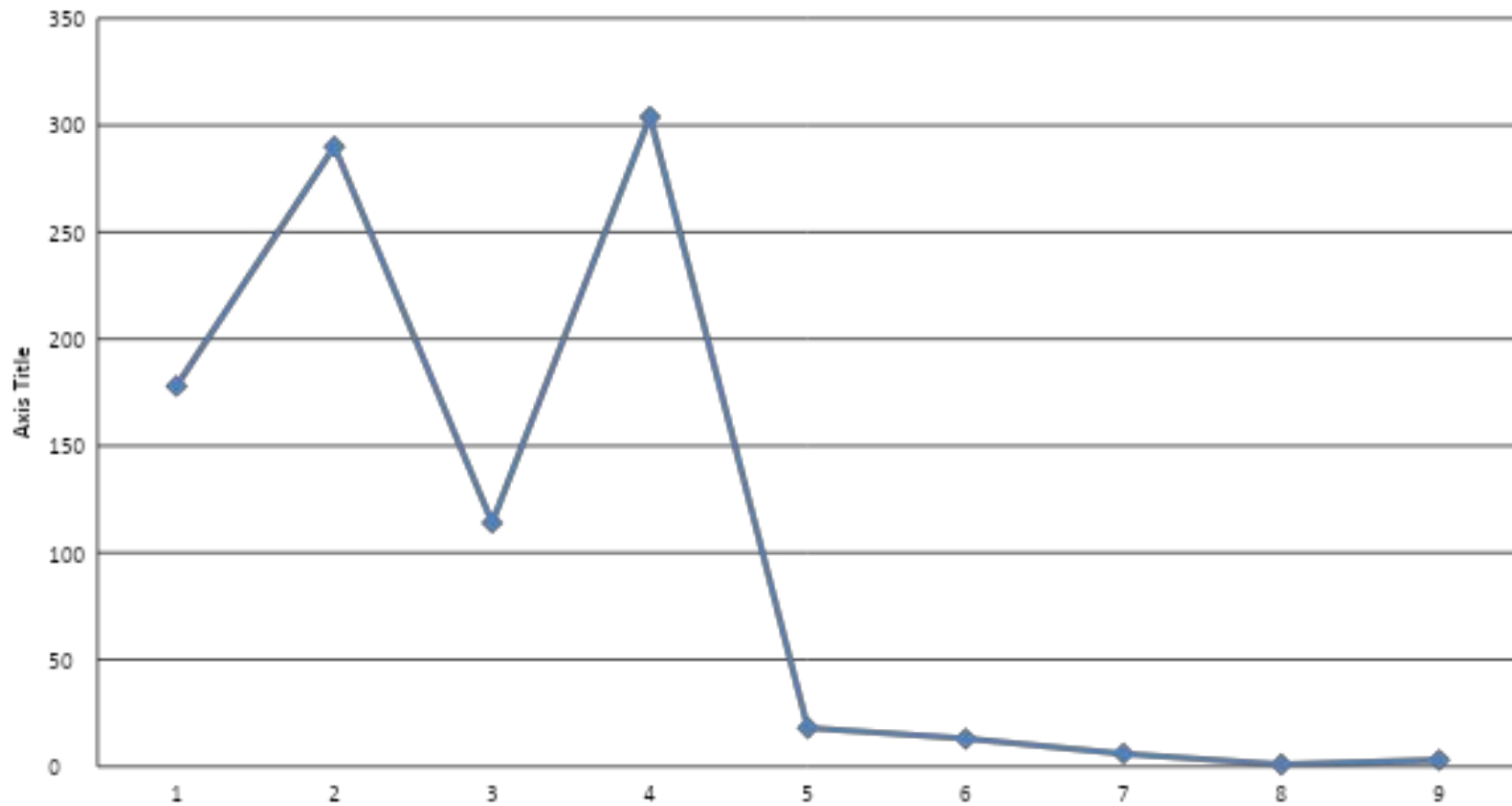
Нет сео ссылок



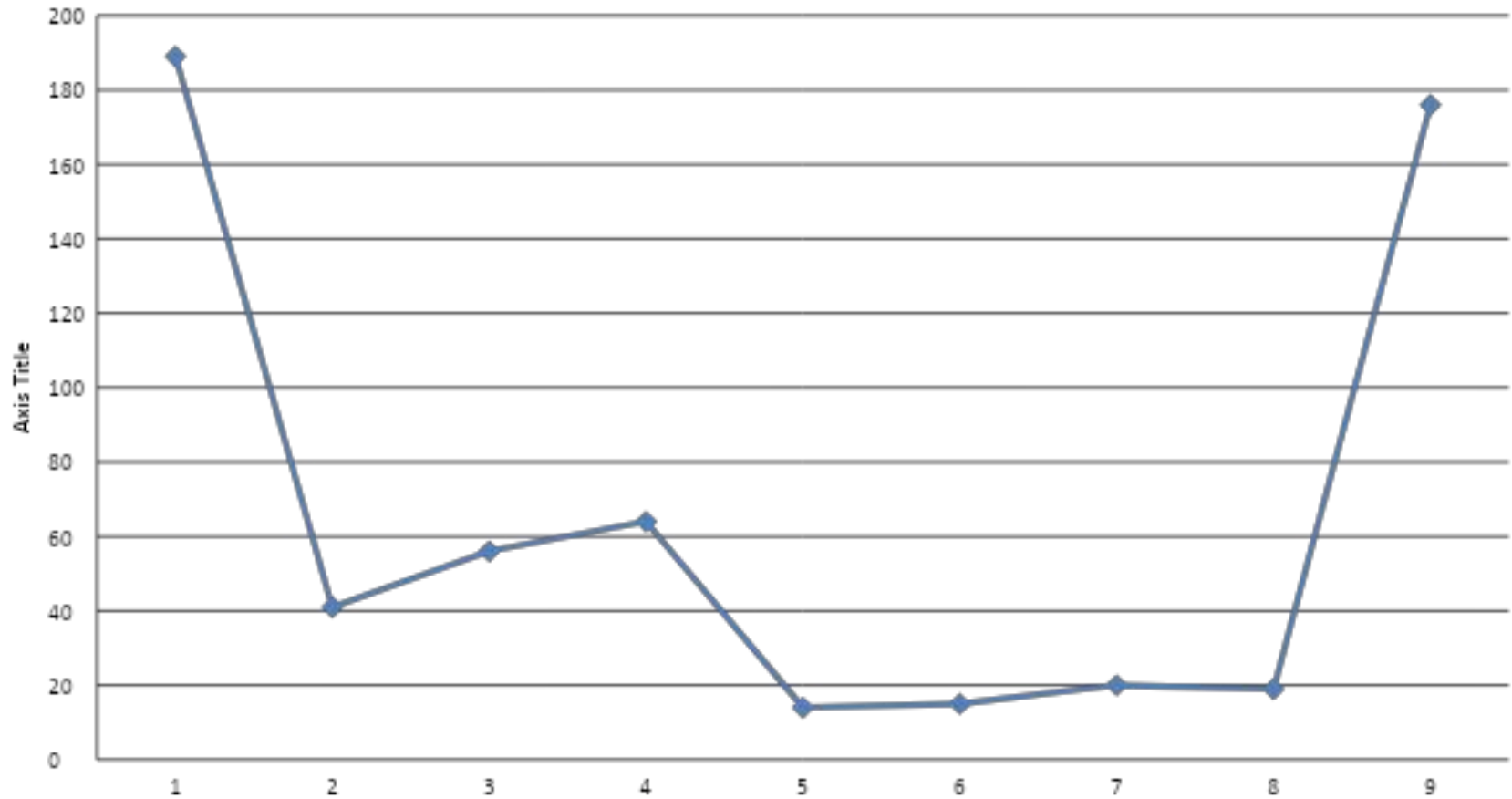
Известная компания (есть сео ссылки)



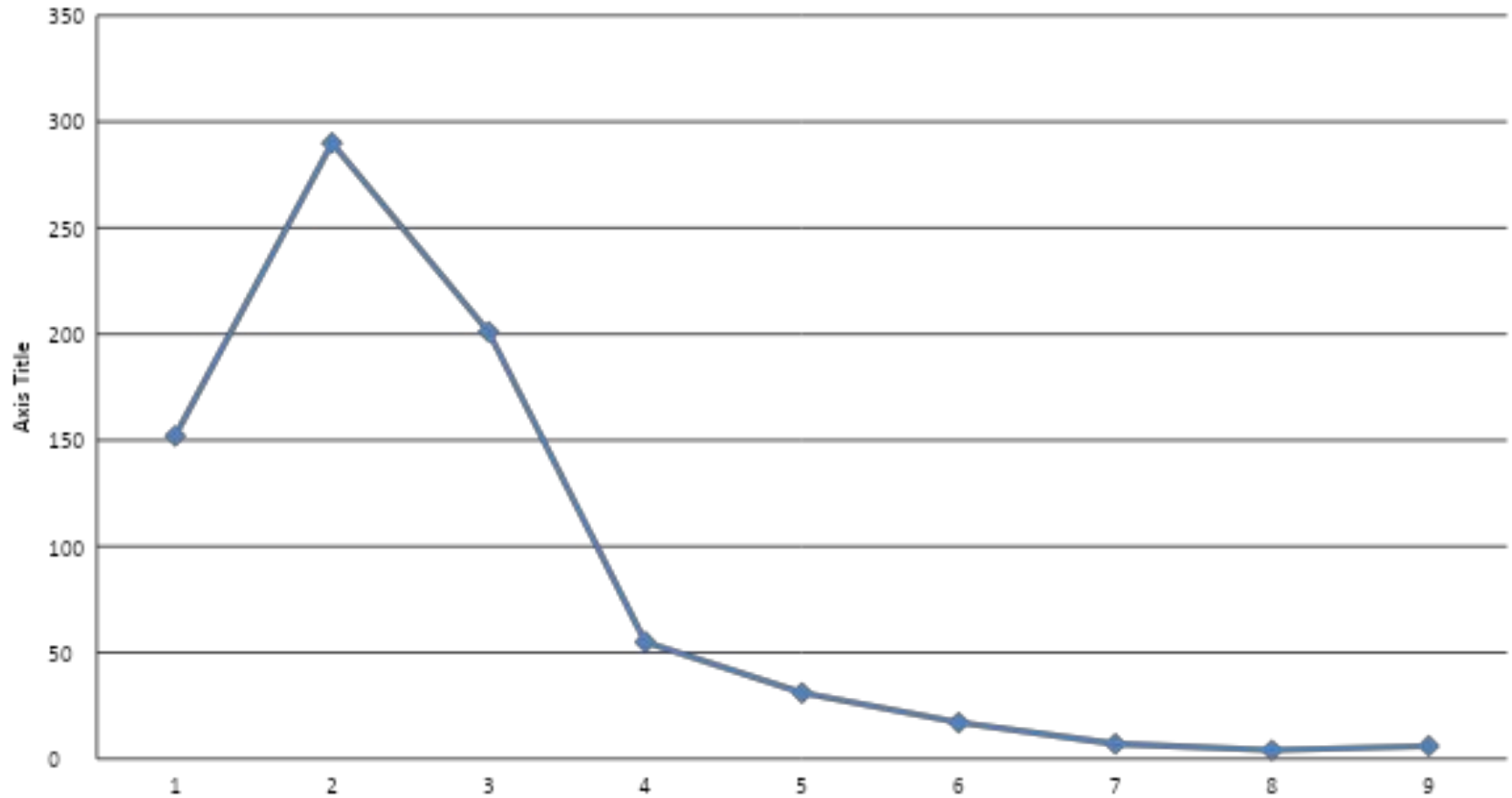
? 😊



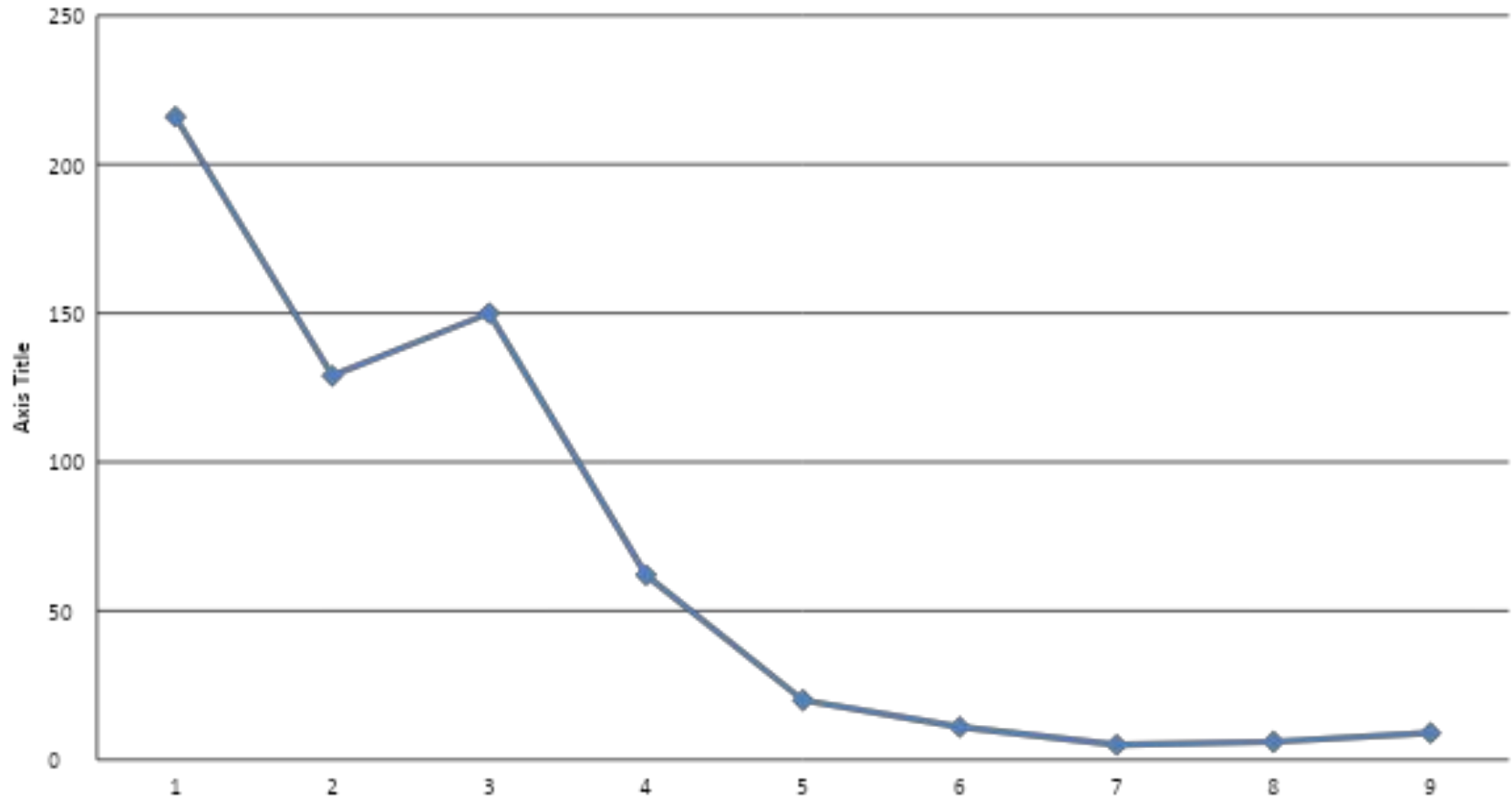
Взлет – атака хрумером

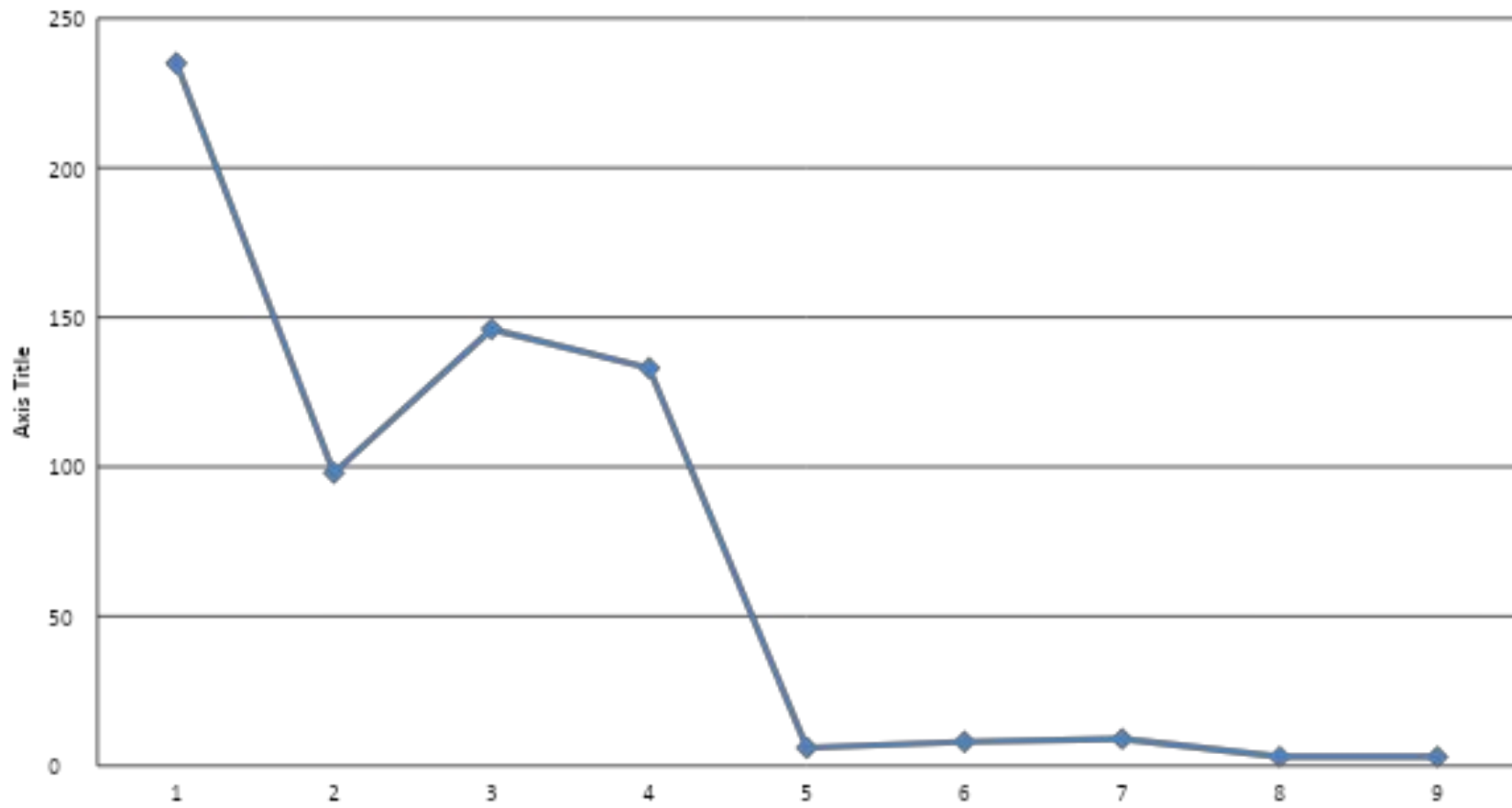


Конкурентный 2х словный

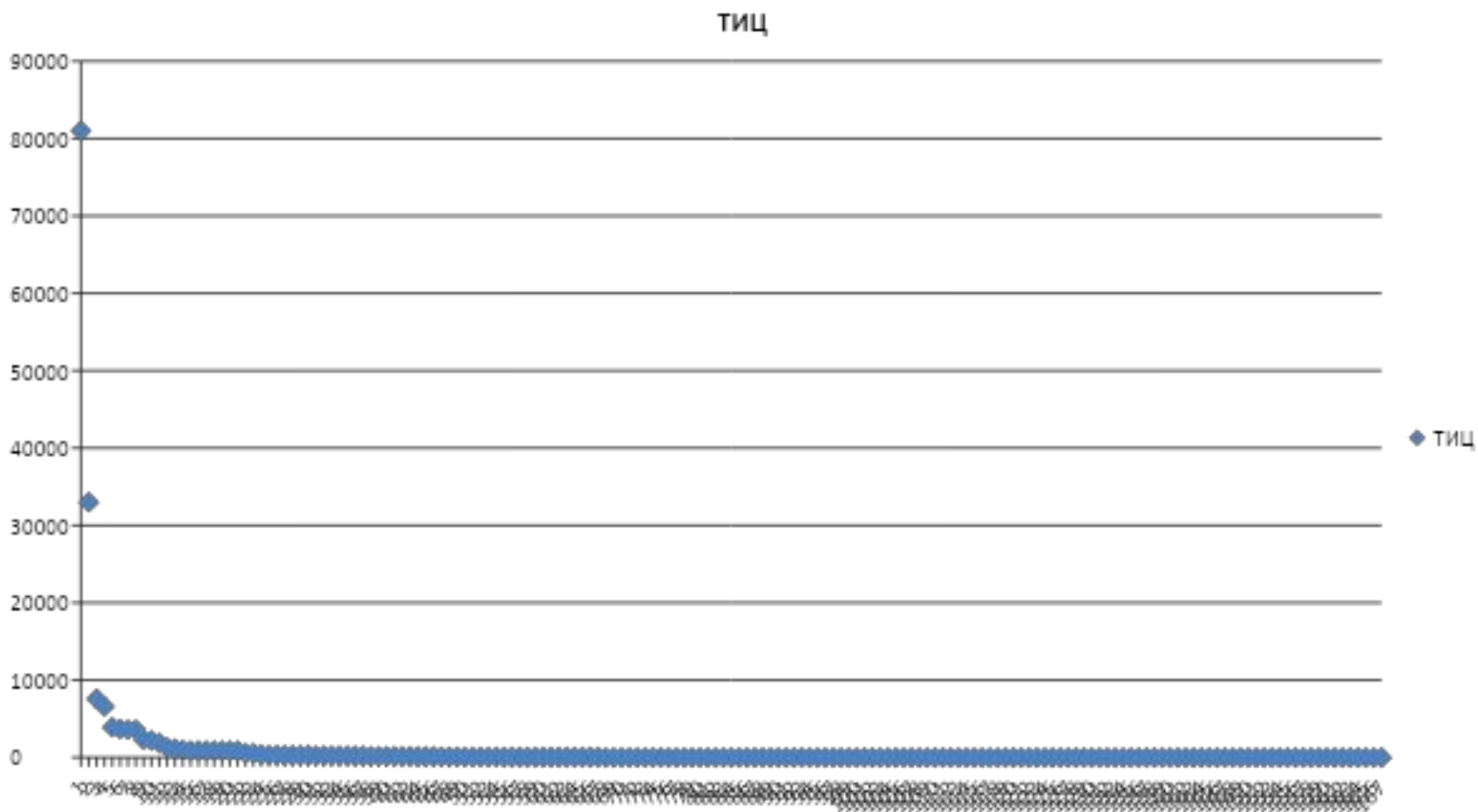


1, 2, 3 СЛОВНЫЕ

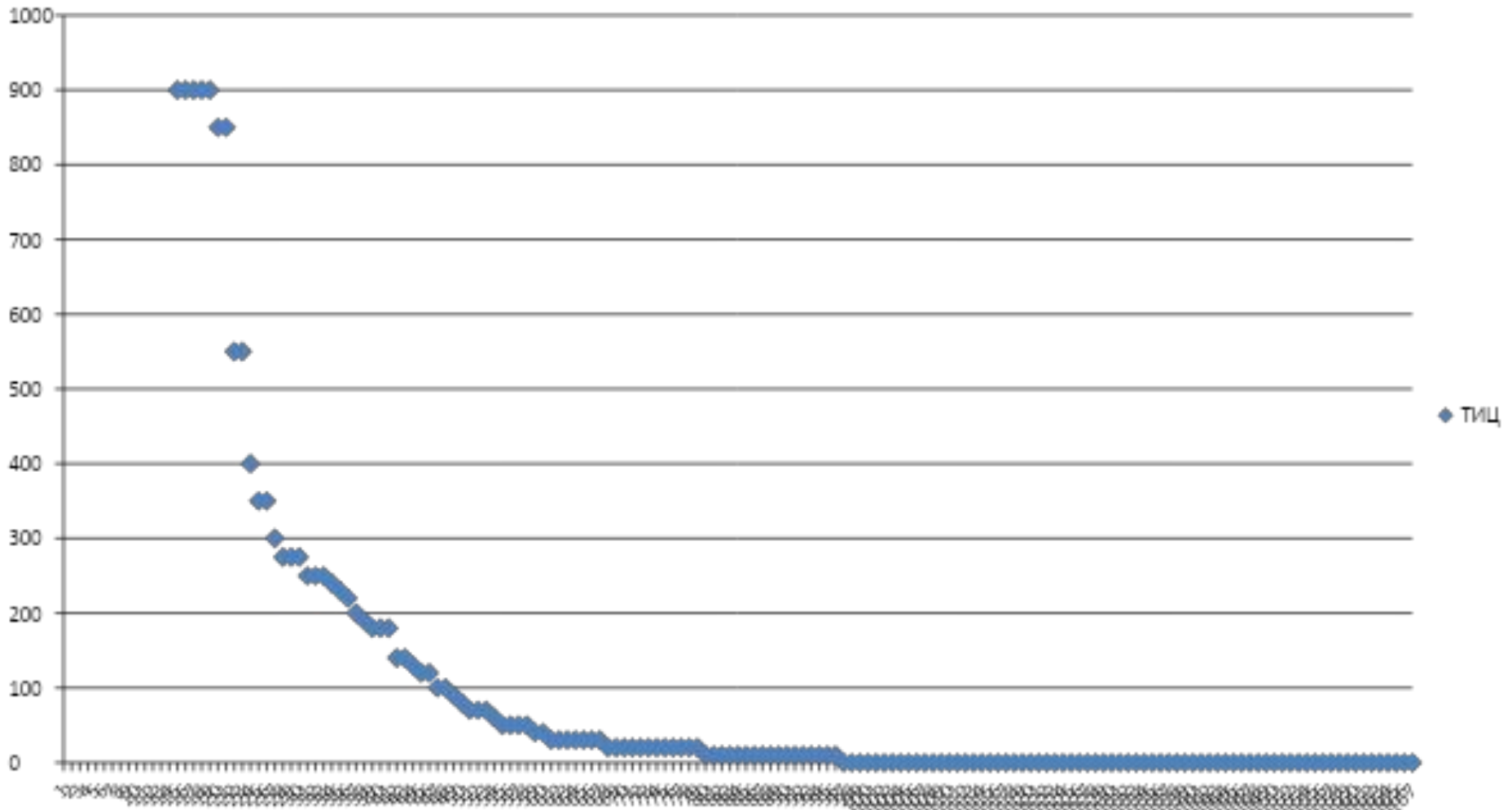




Нет сео ссылок



Нет сео ссылок (убрали верхние знач.)



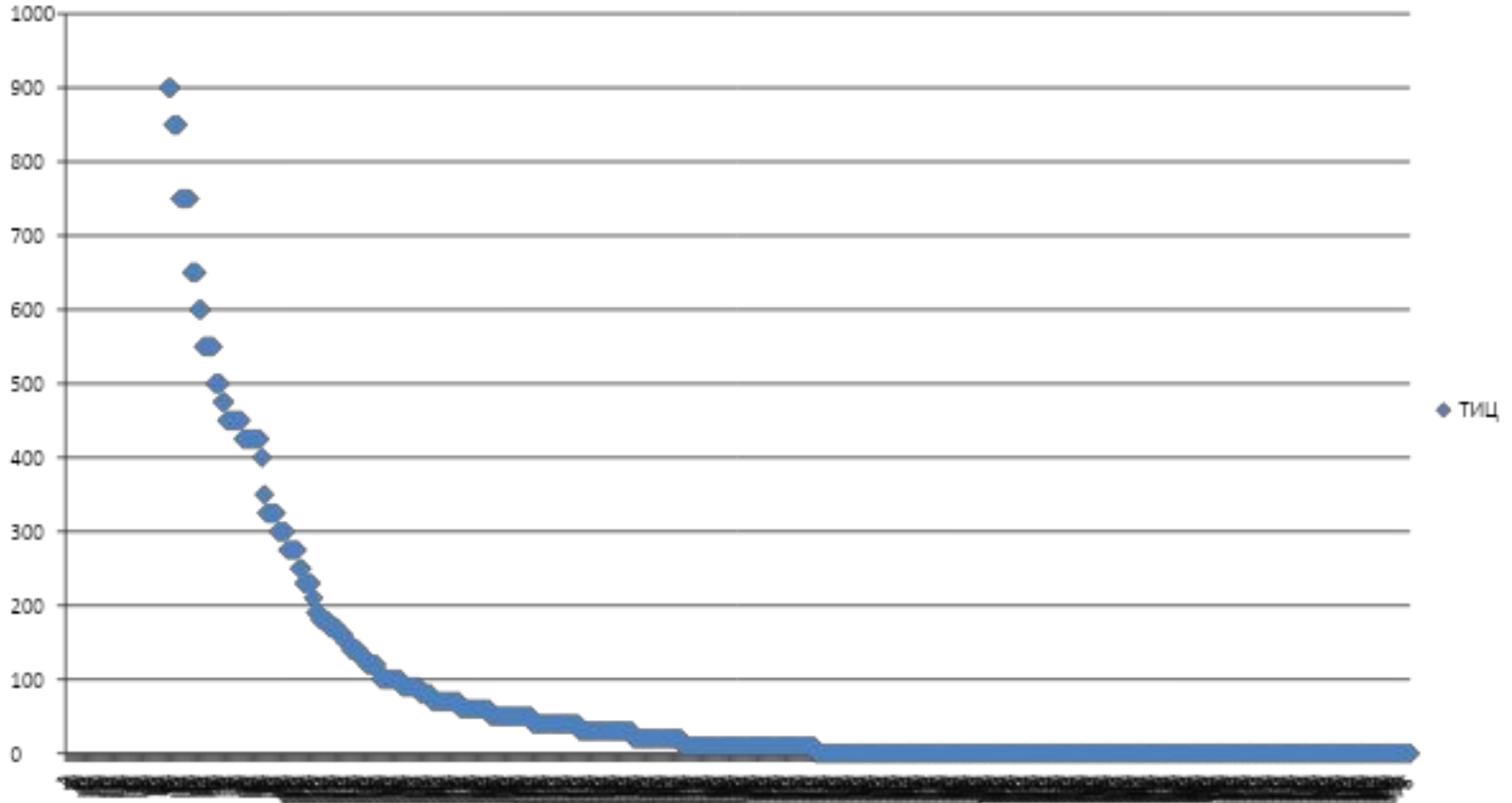
Нет сео ссылок

ТИЦ

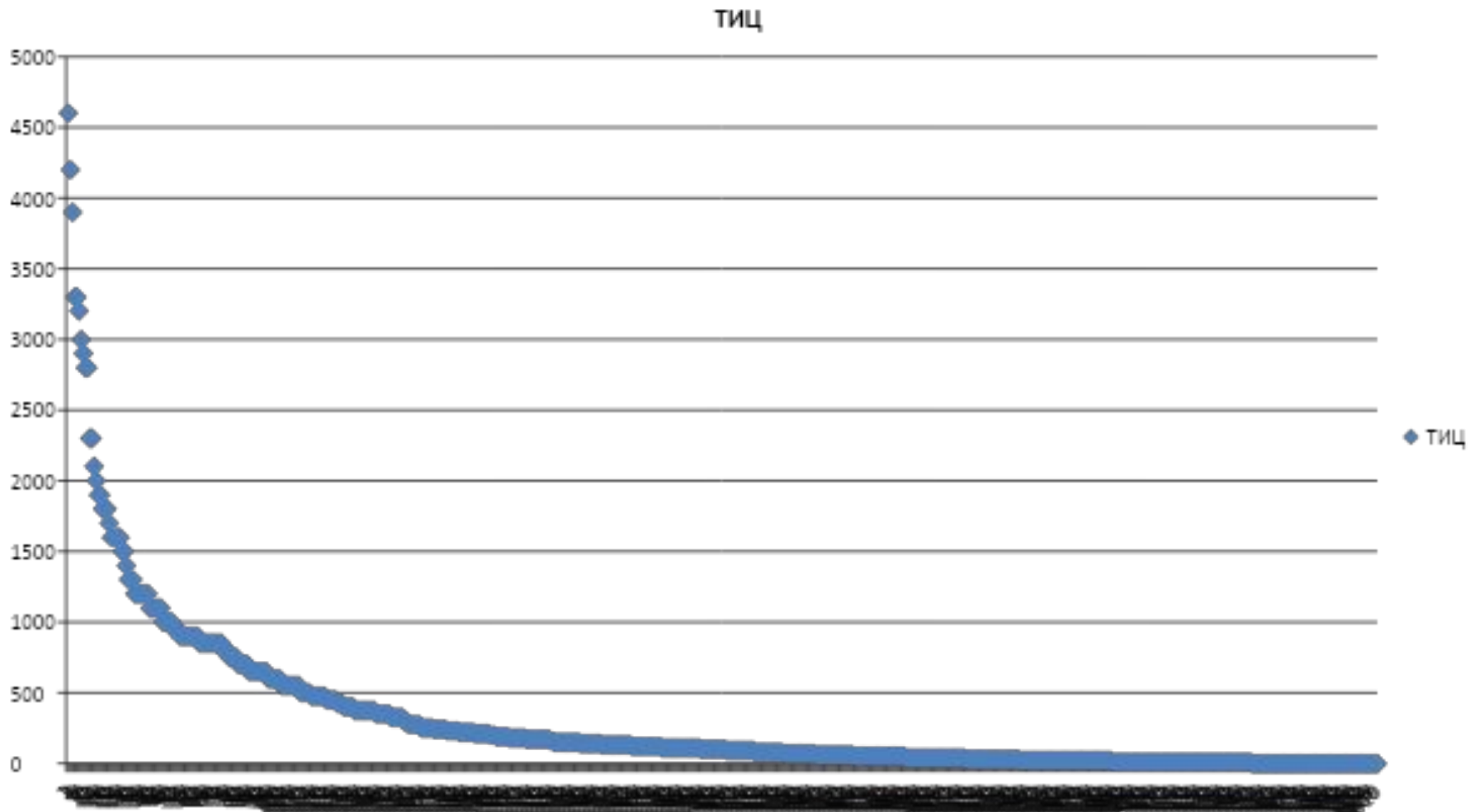


Нет сео ссылок (убрали верхние знач.)

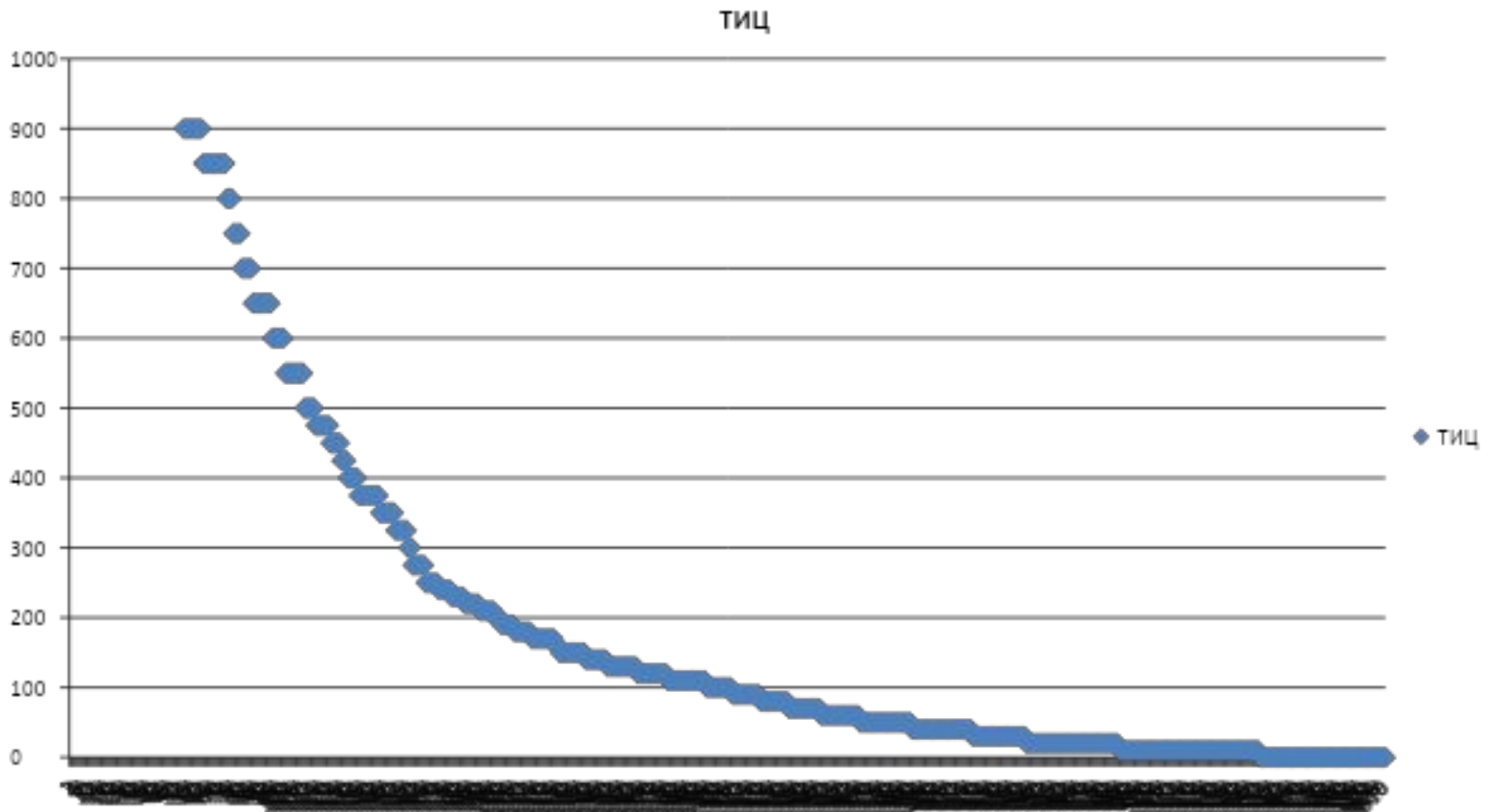
ТИЦ



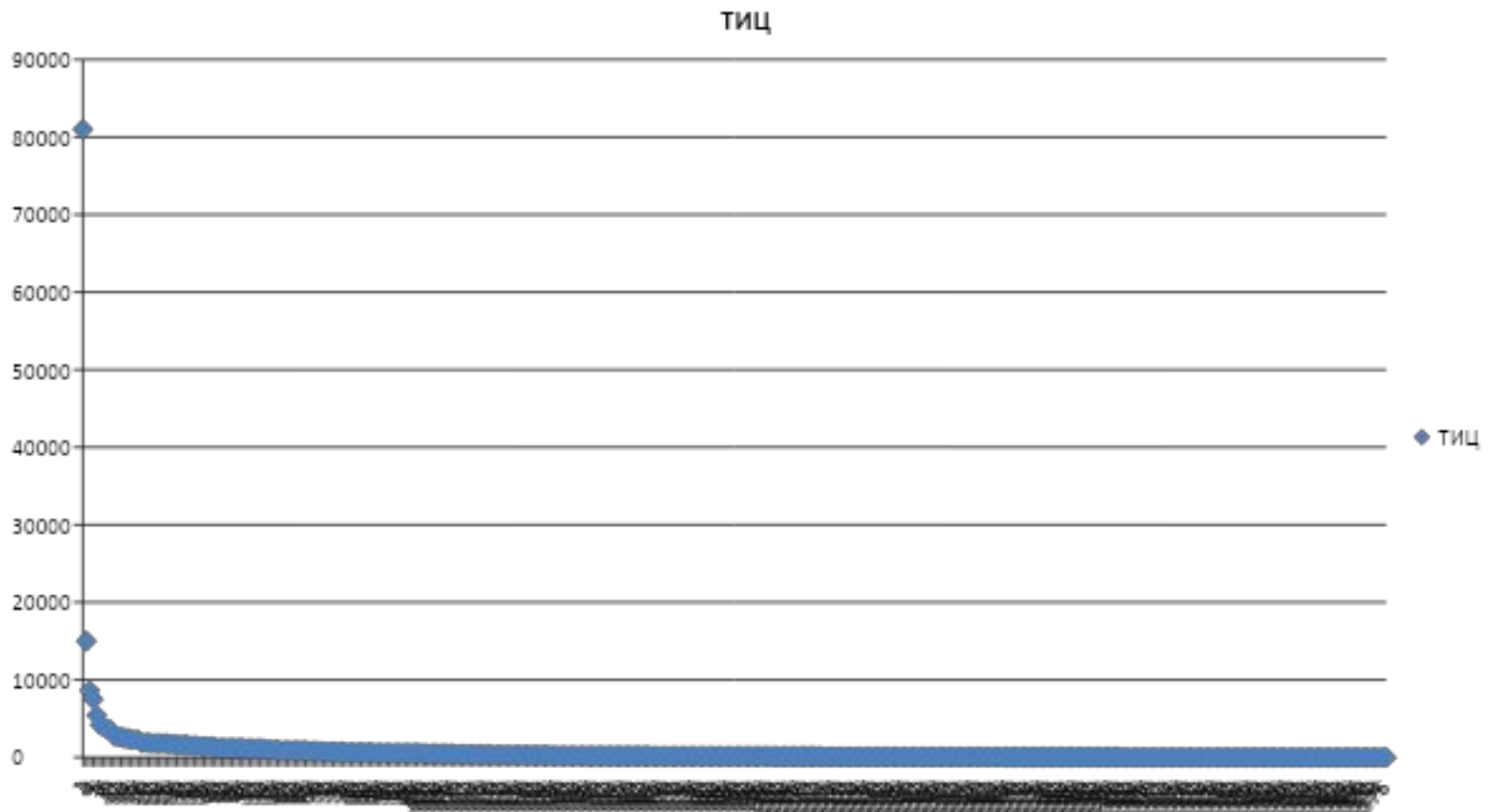
Есть сео ссылки



Есть сео ссылки (убрали верхние знач.)

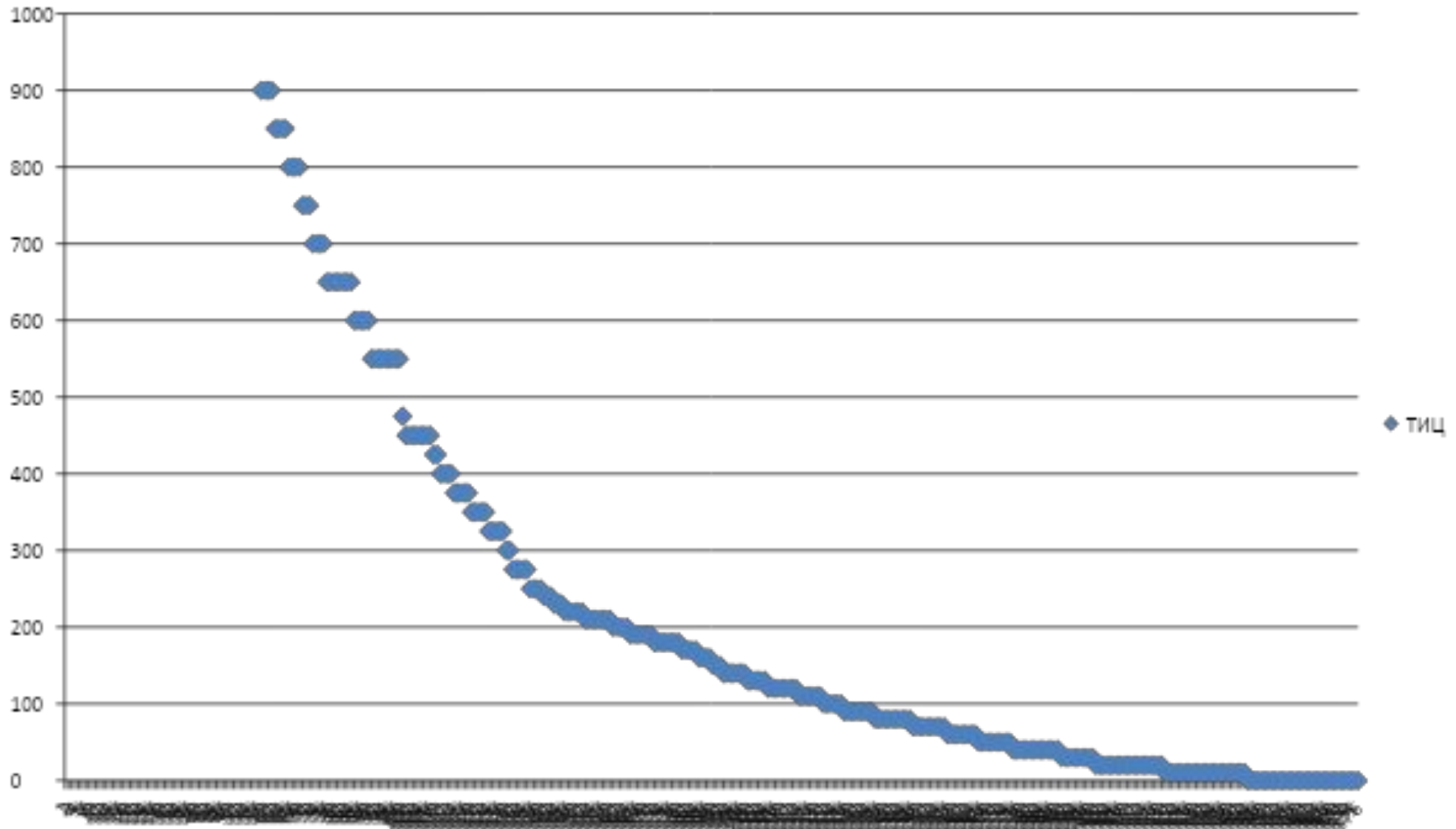


Есть сео ссылки



Есть сео ссылки (убрали верхние знач.)

ТИЦ



Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Статистические метрики определения SEO спама
 - Отношение страниц / исходящим ссылкам
 - Отношение исходящих / исходящие SEO

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Временные срезы
 - По страницам продавца
 - По HOST покупателя

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- **Временные срезы**
 - Время появления документа-источника
 - Время появления ссылки
 - Время последнего обхода

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Временные срезы
 - Динамика появления ссылок
 - Динамика появления SEO ссылок
 - Цитирование

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Маскировка SEO ссылок – SEOin
 - Естественные статистические распределения
 - Естественная динамика прироста, **как ее**
повысить?
 - Низкий avgSEOtext анкор-листа
 - Низкий avgSEOout документов-источников
ССЫЛОК

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- **Естественные статистические распределения**
 - Универсальные
 - Локальные

Оптимизация ссылочных факторов. Маскировка

- Естественная динамика прироста

ССЫЛОК

- Инфоповоды
- Вирусная и соц. активность

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Как ПС определяет биржи статей?

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Как ПС определяет биржи статей?
 - Кластерность
 - Тип документа
 - Длина документа
 - avgSEOout по кластеру

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Как ПС определяет 1 покупную ссылку со страницы?

Оптимизация ссылочных факторов. Антиспам

- Как ПС определяет 1 покупную ссылку со страницы?
 - avgSEOout HOSTa
 - Скорость появления ссылок
 - Отношение исходящих / исходящие SEO

Оптимизация ссылочных факторов. Итого

- **Оптимизация динамических факторов**
 - ВМ25 по анкору / анкор-лист
- **Оптимизация статических факторов**
 - Получение ссылок с низким SEOlink
 - Улучшение SEOin
 - Обеление динамики роста ссылок

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Задача: оптимизировать ссылочные факторы**
 - Есть сайт и запросы
 - **Что делать?**

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Задача: оптимизировать ссылочные факторы**
 - Анализ исходного положения, **что смотрим?**
 - Формирование целей
 - Выработка стратегии

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Определение исходного положения**
 - Анализ видимости
 - Анализ геоувисимости
 - Анализ текста анкор-листа
 - Анализ статистического распределения по анкор-листу
 - Анализ динамики прироста ссылок
 - Анализ публикаций в СМИ и пр. цитируемости

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Формирование целей**
 - По запросный разбор
 - Анализ HOSTых и документных параметров

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Формирование целей**
 - Текстовая релевантность анкор-листа
 - Количество ссылок
 - Распределение
 - Статический вес

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Формирование стратегии**
 - Повышение текстовой релевантности по запросам
 - Повышение стат. веса документов
 - Повышение стат. веса HOSTа
 - Работа с SEOin
 - Распределение
 - Динамика

Оптимизация ссылочных факторов. Инструменты

- **Типы ссылок**
 - Арендные
 - “Вечные”

 - “Покупные”
 - “Естественные”
 - Социальные

Способы получения?

Плюсы и минусы?

Оптимизация ссылочных факторов. Стратегии

- **Типы ссылок - используем**
 - Стат. вес
 - Текстовая релевантность анкор-листа
 - SEOin
 - Обеление динамики
 - BrowseRank

Какие типы ссылок для чего? 😊