



# Продвижение и заработка на сайте без бюджета

---

## Оглавление

Введение .....	2
Основы SEO-оптимизации .....	3
Что такое SEO .....	3
Основные понятия SEO .....	5
Внутренние факторы. ....	6
Внешние факторы.....	8
Поведенческие факторы.....	10
Обзор популярных сервисов SEO-продвижения сайтов.....	11
Оптимизация для социальных сетей.....	15
Распространение контента .....	15
Группы в социальных сетях. ....	17
Использование графики, аудио и видео. ....	19
Партизанский маркетинг .....	21
Комментарии в блогах .....	21
Работа на форумах .....	23
Открытые предложения. ....	26
Как зарабатывать на сайте.....	27
Баннерная реклама. ....	27
Контекстная реклама. ....	29
Партнёрские программы. ....	31
Заключение .....	33

## Введение

Многим кажется, что достаточно создать качественный, удобный в использовании, а главное, полезный людям и продающий ресурс, и посетители рано или поздно придут, сайт станет популярным, продажи станут неуклонно расти. Но, как говорится, не тут-то было! Деньги в создание сайта вложены, он получился почти выдающимся, а люди до него не доходят. Почему?

Все дело в том, что создания и наполнения сайта слишком мало для обеспечения его успешности и окупаемости. Ресурс необходимо продвигать, причем постоянно и профессионально – иначе он на протяжении долгих лет может так, и остаться невостребованным. Как показывает практика, даже минималистические во всех отношениях, но правильно «продвинутые» ресурсы могут долго удерживаться на лидирующих позициях, оттесняя веб-шедевры профессионалов. При этом, если абсолютно ничего не делать для продвижения, а просто разместить ресурс в Сети, тот же Яндекс может игнорировать его несколько месяцев, даже не пуская в поисковик.

Итак, ответ на вопрос, зачем нужно продвигать сайт, очень прост: чтобы его без труда обнаруживали в поисковых системах представители вашей целевой аудитории, заходили на него и становились вашими почитателями.

Если говорить о затратах на продвижение сайта, самыми распространенными являются два серьезных заблуждения:

- «вкладываться» в продвижение сайта не надо – он и сам как-нибудь продвинется
- продвижение сайта – невероятно дорогая затея, требующая постоянного внимания и большого бюджета.

Истина, как и полагается, находится посередине. Даже если ваши финансовые запасы слишком скудны, или их нет вовсе, вы можете продвинуть свой сайт и привлечь посетителей самостоятельно. Главное – знать правильные техники продвижения сайта и заниматься этим постоянно.

Конечно, имея финансовый резерв, можно привлечь специалистов и получить необходимый результат намного быстрее, но, с другой стороны, научившись делать это один раз, вы сэкономите большую сумму денег в дальнейшем.

Зарабатыванию денег на сайте, равно как и старту любого другого бизнеса должно предшествовать составление плана развития. Так или иначе, даже изучая данную книгу, вы уже тратите время. Это полезный вклад, поскольку после изучения пособия вы сможете все планомерно выстроить, внедрить полученные методики и начать зарабатывать. Приступаем...

## Основы SEO-оптимизации

### Что такое SEO

SEO-оптимизация – одна из самых распространенных сфер деятельности в сети Интернет: именно благодаря ей ресурсы оказываются на первых позициях в поисковиках. Но о сути SEO (SEO) многие пока не знают, поэтому владельцам сайтов приходится очень подробно объяснять, почему их роскошный ресурс не виден пользователям.

Сразу расшифруем саму аббревиатуру SEO - Search Engine Optimization, что в переводе с английского языка означает «оптимизация под поисковые системы» или просто «поисковая оптимизация».

Итак, что такое SEO-оптимизация? Это *организация контента сайта, чтобы все, чем располагает ресурс, выдавалось поисковыми системами по определенным ключевым запросам.*

В теории все очень просто. Если, например, вы посредством своего ресурса продаете услуги по стрижке собак в Хабаровске, то, задав в поиске «прически для собак», житель этого города на первой же странице увидел ссылку на ваш сайт. То есть все содержимое сайта должно быть одновременно релевантным и для пользователей, и для поисковых систем. Одно из направлений SEO (SEO) – удаление всяческих препятствий, которые мешают поисковым роботам успешно индексировать ресурс.

Чем выше рейтинг ресурса в поисковых системах, тем больше посетителей сможет он привлечь.

SEO – подготовительная стадия раскрутки сайта в поисковиках: поисковые системы начинают распознавать все страницы ресурса. Это очень важно для дальнейшего продвижения ресурса.

*Итак, в чем должны разбираться профессионалы SEO?*

- в алгоритмах работы разных поисковых систем (а они отличаются),
- в способах индексирования контента поисковиками,
- в психологии пользователя и его подходах при поиске необходимого материала.

Вы наверняка слышали о таких понятиях, как «черное SEO» и «белое SEO». Разберемся и с ними.

«Белые» методы поисковой оптимизации – это те, которые разрешены правилами поисковых систем и, соответственно, не могут повлечь за собой санкций с их стороны. Действуя этими методами, вы не обманываете и пользователя, находящего нужный ему контент по релевантным фразам. Мы будем изучать именно белые методики SEO.

«Черные» методы поисковой оптимизации используются теми, кто убежден, что цель оправдывает средства, а значит, стремиться к ней надо любыми способами – в том числе, и мошенническими. Правда, это чревато тем, что ресурс в итоге будет забанен. Перечислим самые распространенные «черные» методы:

- создание дорвеев – входных страниц-пустышек, специально оптимизированных под один запрос, чтобы попасть на первые позиции в поисковиках и представляющих собой не что иное, как поисковый спам;
- клоакинг, при котором роботам и пользователям открывается разный контент;
- использование текста, невидимого для пользователя, но привлекательного для поисковых роботов;
- поисковый и ссылочный спам;
- прочие методы, которые нуждаются в санкциях со стороны поисковых систем.

Распространены также методы так называемой «серой оптимизации» - искусства обойти законы и не получить санкций.

Стоит знать, что для продолжительного нахождения ресурса на высоких позициях в поисковых системах надо использовать только белые методы SEO-оптимизации.

Чтобы успешно оптимизировать сайт, необходимо понимать, как работают поисковые системы. При большом количестве разных нюансов, логика работы у разных поисковиков схожа. В соответствии со специальным алгоритмом, собирается информация о веб-страницах, а затем эти данные автоматически обрабатываются так, чтобы поиск по ним оказался максимально удобным.

Стоит отметить, что самые развитые и популярные поисковые системы практически не используют алгоритм прямого поиска, то есть простого перебора всех страниц, которые хранятся в базе данных, поскольку при большом массиве информации поиск занимает непозволительно много времени.

Поэтому был разработан алгоритм инвертированных (обратных) адресов, который применяется всеми крупными поисковиками мира. Именно на него мы и будем ориентироваться, занимаясь оптимизацией наших ресурсов.

## Основные понятия SEO

Разберемся с некоторыми специальными терминами, которые вы наверняка не раз увидите в специальной литературе по SEO-оптимизации.

**SERP** – итоги выдачи поисковой системы. Это понятие является производной от английского Search engine results pages.

**Links** (линки, ссылки) – гиперссылки между страницами сайтов (документов), либо внутри одного сайта (документа). Именно links-основополагающая величина ссылочного ранжирования.

**Ссылочное ранжирование** – это результат в выдаче поисковой системы, который выражается в проставлении ссылок на сайт. Это одна из составляющих оценки релевантности сайта или документа поисковому запросу.

**Релевантность** – степень соответствия поисковому запросу.

**Внутренняя оптимизация сайта** – приведение сайта к максимально релевантной форме поискового запроса.

Сам процесс поисковой оптимизации в самом упрощенном виде включает в себя два направления – работу над внешними и над внутренними факторами. Отдельно стоит выделить оценку поведенческих факторов и оптимизацию сайта в соответствии с ними.

Теперь перейдем непосредственно к самому процессу поисковой оптимизации. Он состоит (упрощенно) из двух направлений: работы над внешними и внутренними факторами.

Работа над внешними факторами – это деятельность, направленная на увеличение ссылочной базы сайта. Это регистрация в каталогах, размещение статей, а также получение ссылок на ресурс разными способами.

Работа над внутренними факторами подразумевает оптимизацию кода сайта, построение грамотной системы навигации, перелинковку страниц, оптимизацию их текстового содержимого и так далее.

Поведенческие факторы – комплекс действий посетителей на сайте, которые учитываются поисковыми системами.

В настоящее время эти факторы учитываются поисковыми системами с особой тщательностью, поэтому при оптимизации им стоит уделять особое внимание.

## Внутренние факторы.

По большому счету, самая значительная часть работы SEO специалиста заключается именно во внутренней оптимизации сайта.

Внутренние факторы ранжирования находятся под полным контролем веб-мастера. К ним относятся общий объем текста, его тошнота, количество и плотность ключевых слов на каждой из страниц ресурса.

Рассмотрим ключевые понятия внутренней SEO-оптимизации и, прежде всего, ответим на вопрос о том, каким должен быть текст, чтобы его «полюбили» поисковые системы.

**Объем (размер).** Поисковики любят объемные тексты, считая, что такие страницы будут более информативными и полезными читателям. Поэтому на странице должно быть минимум 500 слов, но лучше – больше. Правда, стоит учесть, что огромные текстовые «кирпичи» могут не понравиться пользователям. Тексты стоит предлагать качественные и красиво оформленные, что, впрочем, никак не противоречит правилам SEO-оптимизации. Хороший SEO-текст, удовлетворяющий и людей и роботов – не миф, а вполне решаемая задача для профессионального копирайтера.

**Ключевые слова** – это те слова, по которым пользователь будет находить страницу в поисковой системе. Не стоит стараться записать все ключевики на одну страницу. Лучше, если каждая страница будет продвигаться по небольшому количеству ключевых слов, что повысит ее позицию по данному запросу. Идеально, если некоторые фразы в тексте будут полностью совпадать с ключевыми запросами.

**Плотность ключевых слов** – важная для текстовой оптимизации величина, измеряемая в процентах и показывающая, насколько часто встречается в тексте тот или иной ключевик. Можно рассчитать оптимальную плотность для каждого запроса, исходя из специфики ключевиков, но, как правило, оптимальной считается плотность 5-7%.

Важно, чтобы ключевые слова распределялись по тексту равномерно и обязательно встречались в начале. Страницы, в шапке которых используется одна лишь графика, индексируются хуже.

**Тошнота текста** – еще один важный количественный показатель, обозначающий частоту самого употребляемого слова. Рассчитывается тошнота способом извлечения квадратного корня из количества повторений этого слова. Оптимальное значение тошноты тоже равняется 5-7. При более высоком показателе содержимое сайта может быть оценено как спам. Тошнота помогает определиться со словом, по которому вы продвигаете страницу. То есть если самое употребляемое слово «оргтехника», то по запросу «принтеры» страницу будет продвигать намного сложнее.

**Теги и мета-теги.** Поисковые роботы обращают особое внимание на слова, выделенные тегами заголовков и подзаголовков (<h1>, <h2>....), а также полужирным (<b>, <strong>). Имеет смысл ключевые слова в некоторых местах выделить, но переусердствовать в этом не стоит.

Особое внимание стоит уделить таким специальным тегам, как <title>, <alt> и мета-тегам description и keywords. Если на keywords роботы в последнее время внимания почти не обращают (но прописывать их все равно надо), то description надо прописывать с особой тщательностью. Описание страницы сайта с указанием ключевых слов – это та информация, которую посетитель увидит, задав свой запрос. Важно, чтобы он захотел нажать на ссылку, которая ведет на ваш сайт.

**Ссылки.** Наличие ссылок на другие страницы ресурса, а также сторонние сайты обязательно. Поставив линки в нужных местах, вы облегчите пользователям поиск требуемой странице и поможете поисковику создать доступ ко всем страницам ресурса.

Стоит знать, что роботы игнорируют ссылки, сделанные с помощью JavaScript. Если изменить эти линки невозможно, можно создать отдельную страницу «Карта сайта», где разместить все ссылки в формате html. Когда эта страница проиндексируется, роботы получат доступ ко всем страницам ресурса.

**Код страниц.** За чистотой кода надо следить обязательно. Он должен быть максимально легким и чистым. Позаботьтесь о семантической разметке веб-страниц, соблюдению четкой структуры контента, вынесении в отдельные файлы CSS-стилей и так далее. Чем меньше мусора будет содержаться в коде, тем доступнее станет страница для широкой аудитории.

**Уникальность контента.** Ваш ресурс должен быть не похожим на другие – копирование других сайтов не приведет ни к чему хорошему. Нельзя допускать, чтобы на сайте появлялись большие блоки неуникального контента. Если что-то цитируете – позаботьтесь о ссылке.

Уникальный контент должен содержаться на каждой странице. Даже если вы продаете разные модели одного и того же товара, избегайте копирования одного и того же текста с незначительными изменениями. Робот просто сочтет эти страницы дублями одной и той же.

Если надо опубликовать статью, размещенную на вашем сайте, на других ресурсах, сначала разместите ее у себя и подождите индексации. Ваш сайт должен выступать в роли первоисточника.



## Внешние факторы

Когда пройдены все этапы работы над внутренней оптимизацией сайта, самое время уделить внимание внешним факторам. К ним можно отнести такие важнейшие параметры, как показатели авторитетности ресурса и ссылочное ранжирование. Рассмотрим их подробнее.

**Показатель авторитетности** определяется уровнем цитируемости ресурса, то есть наличием ссылок на страницы на сторонних сайтах. Это не означает, что надо гоняться за большим количеством ссылок и размещать их где угодно. Поисковые системы, определяя данный показатель, не автоматически суммируя ссылки, а принимают во внимание еще и авторитетность тех ресурсов, которые на сайт ссылаются. Так измеряется известный тИЦ (тематический индекс цитирования).

Тематическим этот индекс назван потому, что при расчете показателя учитывается не только число ссылок, но и тематическая родственность сайта с ресурсами, на которых размещены ссылки. Более того, учитываются лишь ссылки с проиндексированных сайтов, а вот линки с немодерируемых каталогов и ссылки для перехода между страницами одного сайта на данный индекс цитирования никак не влияют.

Важно знать, что тИЦ пересчитывается каждую неделю, и неумелые попытки повысить этот показатель искусственно могут иметь следствием его обнуление.

**Ссылочное ранжирование** активизируется в тот момент, когда на одном сайте появляется текстовая ссылка на страницы другого. Иными словами, размещая текстовые ссылки с ключевыми словами на страницах других сайтов, можно существенно повысить показатели релевантности. Это правило практически не будет иметь исключений, если речь идет о «честном» размещении ссылок, и здесь, как и в случае с тИЦ, большое влияние имеет авторитетность ресурса, который ссылается на ваш сайт. В Google показателем ссылочного ранжирования является PageRank, а в Яндексe – это вИЦ, то есть взвешенный индекс цитирования.

Как же правильно произвести внешнюю SEO-оптимизацию ресурса? Наиболее популярные из абсолютно законных мер следующие.

**Регистрация в каталогах поисковых систем.** С нее, пожалуй, и надо начинать. Поисковые системы по понятным причинам с наибольшим доверием относятся к собственным каталогам.

В особенности это касается Яндекс-каталога, представляющего собой коллекцию сайтов с аннотациями и скриншотами и имеющего удобную рубрикацию (<http://yaca.yandex.ua/>)

Стоит разместить ресурс и в авторитетном DMOZ –каталоге (<http://www.dmoz.org>), поскольку в этом случае вы получите не только важную ссылку с него, но и несколько линков с наиболее близких по тематике ресурсов. Регистрация в этом каталоге бесплатна.

Правда, попасть в эти каталоги порой бывает непросто. Можно месяцами дожидаться своей очереди и в итоге отчаяться. Расстраиваться не стоит: регистрация в данных каталогах желательна, но не обязательна. Многие успешные ресурсы продвинулись и без них.

**Регистрация в тематических каталогах (самбит)** способствует росту индекса цитирования, но лишь в том случае, если выбирать качественные каталоги с безупречной репутацией. Важно выяснить, модерируется ли размещаемая в каталоге информация. Если нет, регистрация смысла не имеет.

Еще один нюанс: реально ценными будут только каталоги, размещающие прямую HTML -ссылку на ваш сайт. Ссылки, поставленные через разные скрипты, как мы уже говорили выше, поисковики не понимают. А значит, отдачи от регистрации не будет.

Помните: эффективен только ручной или полуавтоматический самбит. Если выпустить этот процесс из-под профессионального контроля, эффект может оказаться нулевым.

**Обмен ссылками и их приобретение.** Ссылочный обмен по принципу «ты – мне», «я – тебе» очень эффективен и при честном соблюдении договоренности весьма приемлем для повышения авторитетности обменивающихся ресурсов. Но с линкообменом надо быть осторожными, мошенников в этой узкой нише достаточно. Время от времени проверяйте наличие своих ссылок на сайтах, с которыми достигнута договоренность.

Можно также приобрести ссылки, что, естественно, требует вложений. Есть определенные правила покупки ссылок, на которых мы подробнее остановимся далее.

Стоит обратить внимание и на качество ссылочного текста, поскольку ему придается серьезное значение при ранжировании результатов поиска.

Текст ссылки (анкорный текст) – это те слова, которые размещаются между тегами - <A> и </A>. Именно по ним мы кликаем, чтобы перейти на нужную страницу. Если в ссылочном тексте содержатся нужные ключевые слова, поисковик воспримет это как подтверждение, что на сайте имеется ценная информация по теме запроса.

Важно помнить, что внешним факторам при оптимизации сайта отводится все же второстепенная роль. Высокие показатели авторитетности будут только временными и ничего вам не принесут, если внутренние факторы оптимизации не окажутся на самом высоком уровне. Они оказываются решающими, лишь тогда, когда идет честная конкурентная борьба между ресурсами, по внутренней оптимизации одинаково достойными занимать ведущие позиции в поисковиках.

## Поведенческие факторы

Поведенческие факторы – это вся совокупность действий посетителей сайта. Имеется в виду способ входа на сайт (по ссылкам, по рекламе, из поисковых систем и так далее), время пребывания на нем, просмотр страниц, переход по ссылкам, возвращение на сайт.

Надо заметить, важность поведенческих факторов возрастает, их учет поисковыми машинами совершенствуется, а значит, без их анализа SEO-оптимизация будет неполной. В настоящее время и Яндекс, Google при формировании алгоритма ранжирования отдают предпочтение поведенческим факторам. То есть при соблюдении всех прочих требований к оптимизации, сайты с хорошей посещаемостью и постоянным привлечением новых пользователей непременно выиграют конкуренцию.

Поведенческие факторы тесно связаны с юзабилити ресурса, его привлекательностью для пользователя, подробной статистикой посещений, а также отказов от визитов на сайт.

Отказ означает, что пользователь, едва оказавшись на сайте, моментально закрывает окно, не желая смотреть содержание. Так происходит, когда сайт не соответствует запросу, имеет низкое качество или на нем нет новой информации. Если отказов будет более 60%, это неблагоприятно скажется на позиции ресурса в выдаче. Время пребывания посетителя на сайте – самый весомый поведенческий фактор для поисковых систем.

Важна также кликабельность сниппета (ctr), то есть того фрагмента текста, который выдается поисковиком в качестве описания ресурса и который мы видим непосредственно над ссылкой на сайт. Если кликов долгое время не было, то, скорее всего, ваш ресурс является непривлекательным для пользователей и в итоге отодвинется подальше в выдаче поисковика.

Стоит обращать также внимание на количество пролистанных страниц, косвенно влияющее на ctr сайтов.

Как же задержать посетителя на сайте, чтобы его поведение точно «понравилось» поисковику? Стоит сразу отметить, что работа с поведенческими факторами – одно из самых сложных и самых интересных направлений Интернет-маркетинга. Оно включает в себя и психологические, и социологические критерии, и анализ запросов целевой аудитории, и мониторинг ресурсов конкурентов. Поисковые системы, в свою очередь, постоянно дополняются технологиями, позволяющими учитывать поведенческие факторы как можно точнее.

Поэтому манипулировать поисковиками становится все сложнее, и стоит направить усилия на создание качественного интернет-продукта и реализацию разноплановых идей, позволяющих пользователю оставаться на сайте как можно дольше.

## Обзор популярных сервисов SEO-продвижения сайтов

Понимание важности SEO-оптимизации и развитие соответствующего рынка услуг предопределили и появление сервисов, занимающихся автоматическим продвижением сайтов. Их называют также сео-агрегаторами. В основе их работы лежит «оптовая» закупка ссылочной массы, позволяющей вывести ресурс на передовые позиции в поисковой системе. Такие известные ссылочные биржи, как Sape и MainLink, с которых и началась массовая торговля ссылками, стали своеобразными прародителями автоматических систем продвижения сайтов.

Среди сео-агрегаторов наибольшей популярностью пользуются пять сервисов:

- SeoPult,
- WebEffector,
- Rookee,
- MegaIndex,
- Maremoto

У каждого из них имеются свои достоинства и свои недостатки. Остановимся на них подробнее.

**SeoPult** успешно удерживает лидирующую позицию на рынке сео-оптимизации, несмотря на снизившийся в последние пару лет коэффициент полезного действия. Он остается по-прежнему самым популярным у пользователей, желающих продвинуть ресурс в Гугле. Сео-агрегатор выбирает самые релевантные страницы сайта для продвижения по ключевым запросам. Разобраться в его работе несложно даже новичку – интерфейс сайта очень удобен и понятен: все, как говорится, на поверхности.

Зарегистрировавшись на сервисе, надо подобрать ключевые слова, определиться с конкретной целью продвижения и пополнить счет на сайте. Остальное ресурс уже делает самостоятельно. Правда, лучше всего он справляется лишь с продвижением низкочастотных запросов. С высокочастотными запросами все обстоит несколько сложнее. Стоимость продвижения зависит от конкурентности запроса.

Правда, тесты ссылок SeoPult выдает не очень-то качественные. За этим надо следить и переделывать при необходимости. Впрочем, опытные сеошники умеют подчинить SeoPult, самостоятельно выбирая страницы для продвижения. Сервис хорош тем, что способен работать с огромным количеством ссылок. Точное их число опять-таки зависит от запроса. Этот сервис считается лучшим для продвижения сайтов в Google. С Яндексом он тоже взаимодействует, но все намного сложнее.

**WebEffector** – довольно-таки серьезный конкурент SeoPult, работающий по тому же принципу с тем лишь отличием, что взаимодействует напрямую с дампами ссылок без посредничества ссылочных бирж. Интерфейс у WebEffector похуже, чем у «Пульта», но зато запустить продвижение можно прямо с главной страницы в соответствии с довольно-таки несложной инструкцией. Приобретение ссылок на этом сайте обойдется несколько дешевле, чем у SeoPult, а эффективность продвижения в Яндексе может оказаться даже выше. Правда, баги в системе тоже встречаются – как говорится, доверяйте, но проверяйте.

**Rookee** – это сео-агрегатор, обладающий приличным набором инструментов для выбора сайтов-доноров и располагающий системой «закрытых сценариев». Каскадные фильтры для работы с линкофермами, равно, как и другие виды настройки производятся профессиональными сеошниками вручную.

Здесь вам придется заплатить 10% от общей стоимости приобретенных ссылок, а также комиссии сервису и линкофермам. Вариант этот более дорогой, чем два предыдущих, но зато и более надежный.

Интерфейс сервиса весьма удобен, система работы не представляет большой сложности. Пользователь имеет возможность выбрать наиболее подходящие стратегии продвижения.

Сервис Rookee взаимодействует с девятью ссылочными биржами и, по словам его сотрудников, дает возможность продвигать не только низкочастотные и среднечастотные запросы, но и «высокочастотники».

**MegaIndex** – агрегатор, обладающий мощной статистической системой, что дает возможность «правильно» закупать ссылки, а потом контролировать их размещение и дальнейшую индексацию. В MegaIndex включены индекатор поисковой выдачи в рунете и площадки для размещения ссылок. Здесь также предусмотрен алгоритм определения тематики сайта, что облегчает выявление схожих доноров. Комиссия, правда, выше, чем у других агрегаторов – 20%.

**Maremoto** – агрегатор, который специализируется на выведении сайтов в ТОП поисковых систем по среднечастотным запросам и низкочастотникам. Система имеет довольно-таки мощный функционал и станет неплохим выбором при малобюджетном продвижении сайтов. Тем более, что оплатить можно по факту нахождения ресурса на передовых позициях в поисковике. Кроме того, здесь можно получить рекомендации по улучшению сайта для его более эффективного продвижения. Алгоритмы Maremoto соответствуют лицензии Яндекса. Как утверждают разработчики, они располагают технологиями, позволяющими не только занимать первые позиции в поисковиках, но и долго удерживаться на них. Интерфейс ресурса очень

незамысловат, с системой его работы несложно будет разобраться даже начинающему сеошнику.

Как видим, все сервисы обладают как преимуществами, так и недостатками. Надо заметить, ведущие веб-мастера пользуются ими для решения вполне конкретных задач, не прощаясь с «ручной работой» по продвижению сайтов.

Перечислим биржи ссылок, на которые стоит обратить внимание:

- Sape – самая крупная биржа ссылок, а также статей.
- LinkFeed,
- MainLink,
- Trustlink – биржа ссылок от создателей SeoPult,
- Xap,
- SetLinks,
- ProPage.

Кстати, приблизительную стоимость ссылочного бюджета тоже можно рассчитать при помощи специальных сервисов, позволяющих, к тому же, оптимизировать закупки ссылок. Самые популярные из них следующие:

**SEOBudget** – сервис, предоставляющий возможность оценить стоимость поискового продвижения. Кроме того, SEOBudget позволяет собрать обратные ссылки на конкурентов для анализа и предлагает множество разнообразных инструментов для оптимизатора и веб-мастера. Один из самых удобных сервисов для всестороннего анализа поведенческих факторов. На SEOBudget можно произвести аудит сайта в режиме онлайн.

**Seolib** – сервис, позволяющий оценить текущее состояние сайта и выявить возможности его дальнейшей оптимизации. При этом первичный анализ сайта можно произвести даже без регистрации. Ресурс дает возможность просчитать стоимость разных вариантов поискового продвижения и содержит много полезной информации для сеошников.

**DriveLink** – ресурс, предлагающий в автоматическом режиме проверить и приобрести ссылки в SAPE, MainLink, LinkFeed и SetLinks. Довольно-таки удобный сервис, позволяющий реально сэкономить на продвижении сайта.

**CS Yazzle** – очень неплохой инструмент для начинающего оптимизатора, позволяющий оценить стоимость продвижения сайта, проконтролировать его эффективность и всегда иметь в распоряжении последние данные об активности конкурентов.

В распоряжении сеошников имеется огромное количество других сервисов, существенно помогающих в работе, и, по большому счету, каждый профессионал имеет свой набор ресурсов, на которых можно продвинуть сайт или получить всю необходимую информацию. Ежегодно создается

большое количество новых сервисов, призванных помогать сеошникам за умеренную плату. Но прежде чем оплачивать ту или иную программу, важно понять, столь ли она необходима, и нет ли бесплатных аналогов.

# Оптимизация для социальных сетей

## Распространение контента

Вы уже знакомы с понятием Social Media Optimization (SMO)? Если нет, то знакомьтесь! SMO – оптимизация сайта под социальные сети. Т.е. это размещение на сайте блоков, которые привлекут внимание пользователей социальных сетей.

Оптимизация является одним из важных элементов при создании сайта или блога. В наш век информации люди хотят делиться этой информацией, а значит нужно дать им эту возможность. А кем является большинство интернет-пользователей? Активными пользователями социальных сетей. И Вам надо подготовить Ваше детище к посетителям.

Вам не надо рекламировать сайт в twitter'e или Facebook'e. Этим занимается Social Media Marketing (SMM).

Здесь, скорее, обратный процесс. На своём сайте Вы будете рекламировать социальные сети. Как? Всё очень просто. На сайте или блоге размещается кнопка «мне нравится» или кнопка «поделиться» той социальной сети, чья аудитория Вас интересует.

Кнопки «мне нравится» различаются на частные и общие. В первом случае отметку получает контент, а во втором - сам сайт. Размещение кнопок зависит от вашей фантазии. Однако, принято общие «лайки» ставить либо внизу страницы, либо с правой стороны в виде постоянного блока.

Кнопки «поделиться» необходимы для того, чтобы пользователь мог разместить ссылку на контент на своей странице. В этом случае появится краткое описание ссылки.

На примере twitter это может быть кнопка «ретвит», нажав которую пользователь сообщает своим фолловерам (подписчикам) о замечательном сайте, на который он наткнулся.

Для того, чтобы добавить эту кнопку к себе в блог достаточно пройти по вот этой ссылке <https://twitter.com/about/resources/buttons#tweet>. Там всё очень понятно и доступно описано. Найти подобные кнопки для остальных социальных сетей не составит труда.

### **ВАЖНОЕ ЗАМЕЧАНИЕ!**

Не нагромождайте кнопки всех известных Вам соцсетей в одну кучу. Это выглядит не эстетично и будет отвлекать посетителя от остальных элементов и статей, снижая привлекательность сайта. А вам это не нужно.

Есть вариант с размещением после статей виджета «комментарии», что избавляет Вас от необходимости придумывать дизайн собственного подобного блока. В тоже время это позволяет пользователю моментально разместить своё мнение с добавлением его к себе на стену. **ОТВЕЧАЙТЕ на комментарии! Живое обсуждение всегда интересно!**

Если у Вашего сайта имеется публичная страница в социальных сетях, то непременно разместите кнопку «подписаться».



Чтобы нули под кнопками не выглядели уныло, попросите своих друзей «лайкнуть» или поделиться каким-либо контентом со своих страниц. Им это ничего не будет стоить, а для вас принесёт первую рекламу в соцсетях.

Каждый раз, когда посетитель будет нажимать «мне нравится» или «поделиться», все его друзья смогут увидеть это в новостной ленте. А значит, количество людей, знающих о вашем сайте, будет расти не по дням, а по часам.

Социальные сети стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Используйте все возможные средства, которые были описаны выше, и посещаемость сайта вырастет в несколько раз.

## Группы в социальных сетях.

*Как использовать группы и привлекать подписчиков?*

Представьте, у вас есть сайт, который требует повышения трафика посещения. Что вы сделаете в этом случае? Создайте группу в социальной сети! Сделано? Отлично! Но вас никто ещё не знает и посещаемость группы в таком же удручающем состоянии, как и посещаемость сайта. Значит, Ваша цель – привлечь подписчиков.

*Как сделать так, чтобы посещаемость группы увеличилась?*

Придумано немало средств для раскрутки групп и пабликов. И ежедневно появляются десятки новых способов. Конечно, можно усердно стучать в «личку» каждому пользователю социалки. Но в таком случае у вас есть шанс попасть в чёрный список и вашу страницу заморозят. Вам это нужно? Сомневаюсь. Чтобы не идти в разрез с политикой и правилами социальных сетей, предлагаю, поближе познакомится с тремя самыми распространёнными на сегодняшний день средствами привлечения подписчиков в группы.

Если у вас есть бюджет, то обязательно выделите в нём строку под конкурсы. Все любят конкурсы! Любовь эта происходит из желания человека получить хоть что-то бесплатно. Вы не должны обещать iPad или автомобиль. Для начала хватит голосов на счёт странички социальной сети или n-ой суммы на телефон.

*Какие могут быть конкурсы?*

Разберём пример.

На стене паблика вывешивается сообщения о времени проведения конкурса. Занявшему первое место обещают зачисление голосов на счёт. Затем вы размещаете задание. В нём говорится, что победителем станет тот, кто наберёт большее количество «репостов» данной записи со своей страницы. Доказательства в виде скриншота должны быть загружены в определённый альбом («пруф заливать сюда»). После подведения итогов конкурса сразу же зачислите голоса на счёт победителя. И дабы никто не сомневался в вашей честности, сделайте скриншот и разместите его на стене. Пообещайте в следующем конкурсе увеличить объём призового фонда или сделать большее количество призовых мест.

Поняли, как это работает?

Участники, желая получить приз, нажимают кнопку «поделиться» и просят своих друзей сделать то же самое. В результате о конкурсе и о вашей группе узнаёт всё больше людей. А обещание увеличить фонд привлекает новых посетителей.

Начав с малого, вы можете двигаться к специальным призам в виде футболок и кепок с символикой. А там уже рукой подать до iPad'a и автомобиля.

*Чем занять посетителей между конкурсами?*

Все любят общение. А если превратить общение в игру, то любовь приобретёт невероятные размеры. Достаточно открыть в группе пару-тройку

тем с текстовыми играми. Что это такое? Давайте в качестве примера рассмотрим игру «Вопрос на вопрос». Правила на удивление просты. Суть заключается в общении, построенном исключительно на вопросах.

Пример.

- Как дела?
- Это Вы у меня спрашиваете?
- Вы ещё кого-то здесь видите?
- Уловили суть?

В любой группе с большим количеством подписчиков можно найти подобные игры. Но советую вам не лениться, придумайте что-то эксклюзивное. Однообразие, знаете ли, надоедает.

Помимо текстовых игр существуют игры, основанные на медиаконтенте. В качестве примера приведу игру «Хочу увидеть».

Первый участник загружает в специально отведённый альбом фотографию или картинку, а в описании указывает то, что он хотел бы увидеть. Следующий участник обязан удовлетворить запрос и загрузить изображение, подписав под ним своё желание. И так до бесконечности.

Два способа мы уже рассмотрели. Не терпится узнать о третьем? Не станем вас томить.

Способ называемый «Приманка» или «Наживка». Его используют все успешные паблики, которые хотят привлечь новую аудиторию. Он основан на особой подаче информации. Догадываетесь о чём речь?

Для этого способа вам понадобится связаться с администрацией другого паблика и заключить с ними договор. На стене этой группы будет размещаться часть интригующей информации, привлекающей внимание читателя и обращённое к его воображению. В конце отрывка размещается ссылка на вашу группу, где пользователя ждёт развязка. Это может быть трогательная история любви или познавательная статья по квантовой физике. Всё зависит от тематики групп. ПОМНИТЕ! Пользователи встречают сотни «приманок» во время просмотра новостной ленты и лишь единицы удостоивают своего внимания. И Вы уже понимаете, что упор надо делать на уникальность текста.

Взяв на вооружение эти три способа, вы непременно привлечёте большое количество подписчиков. Но не стоит на этом останавливаться. Придумывайте свои собственные методы. Возможно, один из них станет классикой, и его упомянут в пособии по Social media marketing. И не забывайте своих посетителей. Они тратят время на просмотр новостей вашей группы. Потратьте время, чтобы удовлетворить их спрос. Находите уникальные фотографии, добавляйте качественный аудио и видео контент, публикуйте фантастические факты, пишите захватывающие истории или статьи. Сделайте так, чтобы каждое посещение вашей группы приносило удовольствие.

## Использование графики, аудио и видео.

Трафик посещений не растёт?

Но интернетом пользуются миллионы людей! Где же они?!

Ответ прост и очевиден: социальные сети!

А что может заставить пользователя ВК зайти на ваш сайт? Он искал себе картинку на аватар, а наткнулся на коллекцию замечательных рисунков или фотографий, которые (о, чудо!) располагаются на Вашем сайте. Так или иначе, пользователь посещает вашу страничку, заходит в галерею, просматривает картинки... посещаемость растёт.

*Как правильно подобрать галерею?*

Самым главным и ключевым пунктом в подборе картинок является УНИКАЛЬНОСТЬ. Никаких проблем с авторским правом и минимум совпадений на других сайтах и блогах. Обязательно ставьте водяные знаки на картинки. Это делается двумя кликами в любом простейшем графическом редакторе. И даёт вам преимущество, если изображение будет использовано на стороннем ресурсе.

Не используйте галереи на javascript с предпросмотром! Почему? Подобные «изыски» мешают поисковым системам находить картинки. Не станем вдаваться в технические подробности этой проблемы, просто поверьте, так оно и есть.

Отдавайте предпочтение картинкам с расширением jpg. Оно является самым распространённым и популярным форматом по всему миру. Картинки с расширением png могут быть расценены поисковой системой как элемент сайта.

Подумайте над использованием атрибутов «alt» и «title», которые поисковые машины учитывают при выполнении запросов. Первый задаёт альтернативное имя изображения, которое увидит пользователь, если картинка не загрузится по каким-либо причинам. Второй - текст контекстной подсказки, всплывающей при наведении курсора на изображение. Плюсом будет продублировать название статьи в этих атрибутах. Специалисты рекомендуют использовать сервис Google AdWords для подбора ключевых слов. Попробуйте добавлять в название картинок названия социальных сетей.

Пример.

```

```

Критерии для аудио или видео на сайте будут теми же.

**ПОМНИТЕ!** Если ваш сайт посвящён электроинструментам, не стоит размещать на нём видео с котиками. Весь материал на сайте должен быть тематическим. Дрели отдельно, котики отдельно. Хотя никто не запрещает вам вставить видео с названием «Кот-шуруповёрт». Посещаемость будет зашкаливать.

Представьте, что вы захотели купить шуруповёрт, и решили сделать это, сидя на кресле! Открыли браузер, набрали в поиске "шуруповёрт" и наткнулись на ссылку с таким видео. Вы заинтригованы? Ещё как! Клик!

Клик! Переходите по ссылке и смотрите видео. Настроение поднимается. Вы нажимаете «поделиться». Хм... а что это за сайт? О, да здесь можно заказать шуруповёрт! Рассказать друзьям!

Улавливаете суть? Заинтересуйте потенциального посетителя. Заинтересуйте его названием своего контента или статьи. Но НИКОГДА не обманывайте его надежд. Обман плохо скажется на репутации сайта.

**ПОМНИТЕ!** Содержание должно соответствовать названию!

Разместите кнопки «лайк» или «поделиться» под контентом. Добавьте виджет «комментарии». Используйте УНИКАЛЬНЫЙ контент, водяные знаки на изображениях, фирменный джингл в аудиозаписи и ключевые слова в атрибутах. Посетитель не замедлит воспользоваться шансом и поделится новостью, которая расползётся по просторам интернета, попутно разнося благую весть о появлении вашего «такого классного» сайта с «обалденными песнями/видео/картинками/новостями/статьями». Дайте пользователям возможность делиться редким и интересным контентом со своими друзьями в социалках, и эти пользователи отплатят Вам благодарностью. И большим количеством посещений.

## Партизанский маркетинг

Малобюджетный или, как его еще называют, партизанский маркетинг – прекрасный инструмент для недорогой, а то и бесплатной раскрутки сайта, если, конечно, знать его приемы и правильно ими пользоваться. В противном случае эффект может оказаться далеко не тем, который требуется, или же просто минимальным. Разберем два важнейших направления партизанского маркетинга.

### Комментарии в блогах

Размещение комментариев в тематических блогах необходимо, прежде всего, для наращивания ссылочной массы и обеспечения потока клиентов на ваш сайт. Бывали случаи, когда даже не проиндексированные поисковиками ресурсы оказывались весьма популярными благодаря именно комментариям в блогах. Но составлять такие тексты надо правильно, иначе вы будете просто модерированы.

Многие начинающие «партизаны» начинают размещать в блогах обычные рекламные объявления со ссылками на свой ресурс и делают, таким образом, грубейшую ошибку. Разница между вменяемым комментированием и спамом весьма существенна, и ее обязательно надо чувствовать. Спам в определенных ситуациях бывает полезен, но на кону стоит репутация ресурса и ваша тоже. Ею надо особенно дорожить. Необходимо действовать тоньше и проще одновременно.

Объять необъятное нельзя, равно, как и невозможно прокомментировать все блоги в популярных тематиках. Выберите десяток самых раскрученных и регулярно оставляйте комментарии. Стремитесь оказаться первыми и, что называется, задать тон в беседе. Первые комменты, как правило, читаются большинством посетителей, а ниже опускаются лишь самые заинтересованные из них. Поэтому следите за обновлениями на выбранных вами блогах. Кстати, это вам поможет также постоянно получать свежую информацию по своей тематике.

Сыграйте роль заинтересованного читателя, участвуйте в живых дискуссиях, поднимайте новые темы – в общем, поживите какое-то время жизнью блога. Если комментарий, сопровождающий ссылку на ваш сайт, будет интересным и написан по теме, вы сможете привлечь на свой сайт аудиторию блога. Автор в таком случае возражать не будет – принимая участие в обсуждении, вы, таким образом, продвигаете и его ресурс.

В комментариях, кроме своего мнения, делитесь полезной информацией. В этом случае будет больше вероятности, что за подробностями читатели отправятся к вам на сайт.

«Ссылочные следы», оставляемые вами в комментариях к блогам, будут способствовать раскрутке вашего сайта. Правда, эффективным такое продвижение станет лишь в том случае, если вы выбираете блоги, которые посещает именно ваша целевая аудитория. Иначе можно «промахнуться» и потратить время зря.

Стоит знать, что у многих автономных блогов ссылки в комментариях роботами не индексируются. Но привлечь посетителей, таким образом, всегда можно.

## Работа на форумах

Форумы – это основные центры общения, объединяющие людей по интересам, и ими грех не воспользоваться, продвигая свой ресурс. Для раскрутки сайта простое общение на форумах с людьми весьма полезно со всех точек зрения. Вы лучше узнаете целевую аудиторию и сможете правильно сформулировать предложение для нее.

Форумы привлекательны для посетителей тем, что на их страницах можно найти ответ на любой вопрос, который связан с тематикой сайта, а также получить много уникальной и интересной информации. Ваше дело – предоставить ее в ненавязчивом, разговорном стиле, поделившись заодно ссылкой или оставив ее в подписи.

Как же выбрать достойные форумы, чтобы не потратить зря время и даже деньги? Конечно же, форум должен быть по вашей тематике и при этом отлично раскрученным. Обратите внимание на показатели авторитетности PR и ТИЦ, активность посещаемости форума, условия работы на нем. Идеальны форумы с несколькими тысячами уникальных посетителей в сутки и постоянным присутствием онлайн хотя бы сотни человек. Прекрасно, если тематические форумы окажутся зарегистрированными в каталоге Яндекса и на сайте dmoz.org. Проверить это можно, воспользовавшись бесплатной программой Сайт Аудитор, сервисом Ve1, либо установив для браузера плагин SEOquake.

Найти тематические форумы несложно – любая поисковая система выдаст ссылки на них.

Непременно стоит изучить правила форума – их соблюдение не станет сложной задачей, а нарушение грозит неприятными санкциями.

Заводя свой аккаунт на форуме, продумайте, как вас будут воспринимать виртуальные собеседники. Большинство форумов приветствуют размещение ссылок на сайты посетителей в их профилях и воспринимают как норму их публикацию в профиле.

Однако стоит понимать, что этот метод продвижения сайта требует максимальной «включенности». Чтобы заинтересовать людей предлагаемой информацией, придется активно с ними общаться, а также долго и упорно работать. Многие для работы на форуме привлекают, в лучшем случае, фрилансеров-профессионалов, а в худшем, - своих знакомых. Это верный подход, но лишь в том случае, если они компетентны, станут заботиться о вашей репутации и ни в коем случае не начнут флудить, пускаясь во все тяжкие. Содержание сообщений очень важно, поскольку именно оно побуждает пройти по ссылке. Откровенной рекламы не должно быть ни в коем случае – за нее вам грозит модерация.



В отличие от комментариев в блогах, ссылки на авторитетных форумах доступны для индексации роботами поиска, поэтому они могут ускорить индексацию нового продвигаемого сайта. Информацию о том, открыты ли ссылки, можно получить в исходном коде страницы.

Общаясь на форумах, необходимо учитывать психологию большинства их посетителей и, так сказать, общий менталитет форума. Если вы входите в мужское сообщество, стоит понимать, что там может править «дедовщина». Участника с аккаунтом новичка, рискнувшего давать многословные советы, могут попросту «запинать».

В женском сообществе информация независимо от источника и его авторитета, распространяется очень быстро. Поэтому через форумы гораздо легче продвигать сайты для женщин, используя извечное женское любопытство.

И самое главное в продвижении сайта на форумах заключается в том, что необходимо активно участвовать в сообществе: обсуждать темы, интересующие участников, отвечать на вопросы иначе ваши усилия будут безрезультатны. Если же вы ограничитесь лишь рекламой своего сайта и проигнорируете общение, то вас обзовут злостным спамером и быстро «похоронят».

Поэтому стоит задуматься, так ли необходимо продвигать свой сайт через форумы и насколько соизмеримо количество посетителей, пришедших с них на сайт с потраченным на активное общение временем. Кроме того, форум – это не только информация, но и свалка разного рода флуда. Не каждому доставляет удовольствие ковыряние в словесном мусоре, да и свободное время не у всех имеется. В таком случае можно попробовать более эффективный способ привлечения посетителей – сообщества по единой тематике с рассылками.

Можно также купить ссылки в подписях на форуме. В этом случае они будут сопровождать посты модераторов или самых продвинутых пользователей. Для этого надо зайти на форум и найти посетителей с наибольшим рейтингом и хорошей репутацией, которым стоит сделать соответствующее предложение в личных сообщениях. Если вы выбрали форумчанина, который вам нужен, но в его подписи уже имеется ссылка, не смущайтесь. Для многих профессионалов форумного общения размещение ссылок в подписи является видом непыльного заработка. Когда заканчивается срок размещения одних ссылок, на их месте появляются другие.

Как показывает практика, можно существенно сэкономить, если самостоятельно предложить стоимость размещения ссылки в подписи (например, 10 у.е. в месяц), не давая форумчанину возможности заломить цену по западным меркам.

Лучше приобретать ссылки у форумчан, которые создали и ведут популярные, посещаемые темы, либо прикрепленные темы с PR3-5. Многие из таких тем занимают высокие позиции в поисковиках, что, конечно, нелишне проверить. Если тема в топе у поисковой системы, приобретать ссылки в подписи можно, не раздумывая. Посетители будут заходить на сайт прямо из поисковика.

В любом случае изучите посты человека, с которым вы намерены договариваться. Они должны быть качественными и не противоречить вашим представлениям о поднимаемой теме. Даже если у человека миллион сообщений, но в них сплошные смайлики и глупости, с ним лучше не связываться – ссылка на ваш сайт не будет восприниматься серьезно.

Не хотите тратить деньги – создайте и раскрутите на форуме свою тему, которая будет дискуссионной по сути и интересной пользователям. В этом случае посетителей на вашем сайте будет еще больше, поскольку и ваш образ, и ваши тексты, и ваш сайт будут абсолютно аутентичными.

Особое внимание надо уделить составлению текста ссылки. Он должен быть коротким, привлекательным и не откровенно рекламным. Можно придумать несколько вариантов и простым математическим методом оценить эффективность.

Надо заметить, продвижение через покупку ссылок в подписях является одним из самых дешевых способом раскрутки сайта. Но использования лишь его одного, разумеется, недостаточно.

Очень важно помнить и то, что не все форумы пригодны для приобретения ссылок. Если линки в подписях не прямые (с редиректом) или закрыты посредством noindex и nofollow, их приобретение для продвижения особого смысла не имеет. Проверить это несложно. Выделив ссылку, правой кнопкой мышки надо нажать на исходный код страницы. Там сразу будет видно, чист он или содержит ограничители.

Несомненным плюсом продвижения через форумы является то, что они дают преимущественно тематический трафик. По ссылкам в подписях в подавляющем большинстве случаев кликают живые люди, которых что-то заинтересовало, и они хотели бы узнать больше. Этот самый живой трафик при профессиональном подходе легко конвертируется в ядро аудитории. Далее остается дело за малым – удержать ее на сайте и заставить возвращаться на него еще не раз. Но это уже совсем другая важная задача.

## Открытые предложения.

Использование так называемых открытых предложений – надежный метод раскрутки сайта, позволяющий привлечь тематическую аудиторию и улучшить позиции ресурса в результатах поиска.

Самый распространенный и действенный способ – обмен ссылками с раскрученными тематическими ресурсами. Пока сайт новый, и контент на нем должным образом не оформлен, непросто договориться с владельцами топовых ресурсов об обмене – им это не особо выгодно. Но, тем не менее, даже если ссылка на ваш ресурс окажется не на самой востребованной странице, это очень полезно для повышения индекса цитирования, и пренебрегать такой возможностью не стоит.

Взаимный обмен ссылками между двумя сайтами по взаимной договоренности – это ручной обмен. Идеально, если на ваш сайт сошлется один ресурс, а вы сошлетесь на другой сайт того же владельца. Тогда поисковые системы не смогут отфильтровать прямой обмен, как это нередко бывает.

Кроме ручного, можно использовать так называемый кольцевой обмен, в котором будут принимать участие несколько сайтов. Суть метода заключается в том, что первый сайт делает ссылку на второй, который ссылается на третий и так по цепочке. Последний сайт ссылается на первый. Ранее этот метод считался весьма эффективным, но сейчас поисковые машины уже научились распознавать кольцевой обмен.

Если вы имеете не один сайт, можно принять участие в перекрестном обмене ссылками, который технически сложнее прямого и кольцевого и намного эффективнее. Этот обмен позволяет осуществлять неравноценный обмен ссылками. Например, более трастовый сайт меняется ссылками с менее трастовым. Принцип такой: одна ссылка обменивается на несколько.

Автоматический обмен ссылками (линкатор) существенно ускоряет и упрощает работу с другими сайтами по обмену ссылками. На сегодняшний день в Интернете имеется много линкаторов с различной степенью эффективности, и найти их не составит особого труда, однако уповать на высокую результативность не стоит. Ручная работа на сегодняшний день все же надежнее.

Привлечь большое количество посетителей на сайт можно, пригласив их на открытое обсуждение ресурса. Чтобы высказать свое мнение, сайт необходимо пристально изучить, а значит, поведенческие факторы уж точно «понравятся» поисковику. К тому же, в ходе обсуждения можно договориться о разных видах взаимовыгодного сотрудничества. Лояльность посетителей при этом обеспечивается самим открытым форматом мероприятия.

## Как зарабатывать на сайте.

### Баннерная реклама.

Хотите знать, как сделать деньги на рекламе в интернете?

Тогда прочитайте эту простейшую инструкцию по баннерной рекламе!

Наверняка, вам часто встречались навязчивые, порой, интригующие анимированные картинки. Рука сама наводит курсор на объект и... и вот вы уже перешли на сайт, о котором раньше и не знали.

Это и есть баннерная реклама.

*Что такое баннер?*

Это графический элемент сайта, который направлен на рекламу услуг или интернет-ресурса.

Все баннеры делятся на четыре основных типа:

1. Статичные. Изображения преимущественно формата jpeg.
2. Анимированные. Движущиеся изображения. Анимация на flash или формата gif.
3. RTF. Статичные блоки, содержащие текстовую информацию.
4. Интерактивные. Анимация на flash или javascript. Особенность этого типа баннеров является взаимодействие с пользователем.

Так, Вы хотите получать прибыль с баннерной рекламы?

Прежде чем заняться этим вплотную, разместите на сайте объявление типа «Место под рекламу». Затем вам понадобятся математические навыки для того, чтобы вычислить стоимость на размещение одного баннера. Чем больше среднесуточное число посетителей на вашем сайте, тем выше цена. Примерные расценки на большинстве порталов: 0.5\$ - один клик, 2\$ - тысяча показов и до 30\$ - месяц показов. Если ваш сайт не самое популярное место во всемирной паутине, то устанавливать заоблачные цены будет себе во вред.

Чтобы не оказаться обманутым рекламодателями воспользуйтесь услугами специальной биржи, занимающейся покупкой и продажей мест под рекламу. В качестве примера можно привести Местком ([www.mestkom.ru](http://www.mestkom.ru)). Основные четыре условия, которые вам необходимо выполнить, чтобы начать получать прибыль с рекламных мест:

1. Посещаемость сайта выше ста человек в сутки.
2. Регистрация на [www.mestkom.ru](http://www.mestkom.ru) или на любом другом аналогичном ресурсе.
3. Регистрация на Webmoney, куда будут выводиться деньги (в случае работы с «Местком», на других биржах могут работать с другими электронными кошельками).
4. Регистрация на Digiselle (в случае работы с «Местком»).

Теперь осталось дело за малым. Зайдите в личный кабинет на [mestkom.ru](http://mestkom.ru) или [digiseller.ru](http://digiseller.ru), там нажмите «добавить рекламное место». Укажите необходимые параметры баннера: тип, ЦА (целевую аудиторию), размеры, расположение и установите цену за место.

Размещайте рекламу на всех страницах сайта. Но не переусердствуйте! Большое количество разномастных баннеров будет отвлекать посетителей от основной информации на странице, и это плохо скажется на посещаемости.

**ПОМНИТЕ!** Накручивание показов или кликов может завершиться **СУДЕБНЫМ РАЗБИРАТЕЛЬСТВОМ!**

Обладая средними навыками по вёрстке и вышеуказанной инструкцией, вы способны начать зарабатывать в течение следующей недели. Так чего вы ждёте?

## Контекстная реклама.

Бывает, ищешь в интернете статью о сиамских кошках, а на глаза попадают объявления о продаже котят или выставках кошек в городе N. Так работает контекстная реклама.

В приведённом примере вариант поисковой контекстной рекламы. Т.е. реклама, которая размещается в системах Яндекс, Google и т.д., и зависит от текста, введённого в поисковую строку. Помимо этого, существует контекстная реклама на сайте. Она связана с тематикой просматриваемых страниц. А внешний вид напрямую зависит от вкуса и «кредитоспособности» клиента.

В последнее время этот метод интернет-рекламы стал очень популярен. И всё благодаря его высокой эффективности.

У вас есть желание заработать? А ещё у вас есть свой сайт? Отлично! Давайте разбираться, как это можно сделать.

Специальные службы контекстной рекламы будут показывать рекламные блоки, соответствующие тематике вашего сайта. Это может оказаться очень полезным для посетителей и для вас лично. Заработок рассчитывается с каждого клика. Ценовой разбег очень приличный. От нескольких центов до десятков долларов. Очень часто стоимость клика зависит от тематики сайта. Недвижимость, финансы и экономика, как правило, оцениваются выше всех.

Уже не терпится начать зарабатывать на контексте?

Тогда давайте рассмотрим самые популярные сервисы для этого вида рекламы.

*Яндекс. Директ*

Серьёзным минусом этого сервиса является работа с сайтами, чья посещаемость превышает 300 человек в сутки и высокие требования для сотрудничества. Но если ваш сайт уместается в заданные рамки, то сервис предоставит прекрасную возможность заработать. Заработанные деньги можно выводить как через Яндекс.Деньги, так и через Webmoney.

*Бегун*

Сервис, на котором нет жёстких рамок по посещаемости. Хорошая стоимость клика и лёгкость вывода денег через Webmoney. Отличный вариант для новичков в деле заработка на контексте.

*Google Adsense*

Никаких ограничений по посещаемости сайта. Высокая стоимость клика. Тематический подбор контекстов. Большое количество рекламодателей. Но есть одно «но»... Оплата производится чеком, выписанным на ваше имя, который предстоит дожидаться с другой стороны Земли. Если выводить деньги ежемесячно, то это практически не замечается, разве что на первом этапе. Для пользователей с территории России есть возможность вывести деньги с помощью почтового перевода через систему Rapida. Два или три дня ожидания и вы получаете своё заслуженное вознаграждение.

Для большей эффективности используйте сразу несколько сервисов. Но не засоряйте страницы рекламой, иначе рискуете потерять всех своих посетителей, а, следовательно, и доход.

Теперь дело за вами. Заходите на понравившийся сервис, читайте соглашение, регистрируйтесь и забирайте причитающееся.

## Партнёрские программы.

Желаете дополнительно монетизировать сайт? Тогда вам необходимо попробовать силы в партнёрской программе!

Максимальная эффективность и отдача. О такой рекламе можно только мечтать. Но зачем мечтать, если воспользоваться проверенным и действенным способом не составит большого труда? Компании, которые используют партнёрские программы, повышают продажи. А для среднестатистического владельца сайта это верный способ заработать денег в интернете. Оплата производится только за совершённое действие. Это может быть покупка товара, услуги или переход на определённую страницу. Вознаграждение может быть фиксировано или определяться процентом от совершённой сделки. Как видите, это уникальный метод. Зачем рисковать и вкладывать деньги в рекламу, которая может не окупиться, если можно воспользоваться методом, где оплата производится по факту?

Единственное, что требуется от пользователя, который решил на этом заработать - размещение ссылок с «рефератом» (уникальный ID партнёра программы). Если понадобится сопутствующий текст, то рекламодатель заранее об этом позаботится и предоставит необходимый материал (возможны исключения). Используя посещаемость своего блога или сайта можно зарабатывать приличные суммы. Но, чтобы заработок был достаточно высок, придется, как следует постараться и набраться опыта.

*У вас есть доступ в интернет, почему бы не заработать на этом?*

К сожалению, для компаний, они видят лишь «реферат» и заказ, который совершил новый посетитель. Часто остаётся загадкой, каким способом партнёр привлек посетителя на сайт. Для владельцев блогов и сайтов «по интересам» минусом окажется недобросовестность спонсоров, которые могут занижать количество переходов по ссылкам «реферала», а то и вовсе не засчитывать их. Кроме того, всегда есть шанс, что после вашей усердной и кропотливой работы, когда вы прошли по всем доступным вам ресурсам и разместили ссылки на партнёрский сайт, товар, так эффективно и эффектно рекламируемый вами, исключат из каталога интернет-магазина. Что это значит? Это значит, что потраченное вами время не окупится.

Если уж вы решили пользоваться «партнёркой», то избегайте запрещённых методов. Например, спама. В случае если «реферала» поймают за этим делом, рекламодатель вычёркивает участника программы из списка, лишая его возможности заработка.

Как вы уже поняли, подойти к выбору партнёрской программы следует с умом. Хорошим вариантом для начинающих и опытных вебмастеров может стать партнёрская программа от компании AMS Software. В данном случае в качестве товара выступают компьютерные программы, которые уже полюбили миллионы пользователей во всем мире. Преимуществами партнёрской программы AMS Software являются:

- Высокая комиссия. Вы получаете 50% стоимости каждой программы.



- Простая и понятная регистрация, не нужно разбираться в тонне лишней информации, регистрируйтесь и начинайте зарабатывать деньги.
- Полный набор рекламных материалов. Без поддержки вас, компания AMS Software не оставит. В вашем распоряжении будут продающие статьи для каждой программы, баннеры и другие рекламные материалы.
- Большой ассортимент программ на любой вкус фото и видео редакторы, программы для создания коллажей и т.д.
- Гарантированные выплаты. Компания AMS Software уже более 10 лет представлена на рынке программного обеспечения в 50 странах мира, и продает только лицензионные программы.

Для того, чтобы стать партнером компании AMS Software зарегистрируйтесь на сайте <http://ams-partner.ru>.

Пожалуй, это тот самый минимум, который следует знать о партнёрских программах, чтобы подумать о работе в них. Удачных вам вложений и добросовестных рекламодателей!

## Заключение.

Миллионы людей всего мира, создав свои ресурсы и заботясь об их продвижении, зарабатывают себе на довольно-таки безбедную жизнь. Когда сайт уже раскручен, от не требует постоянного пристального внимания – максимум час в день. Многие, заработав на сайте, первые деньги, нанимают для их поддержания помощников и переключаются на другие ресурсы, раскручивая их.

Таким образом, обеспечиваются качественные источники и активного, и пассивного дохода.

Конечно же, хорошо зарабатывать можно только на раскрученных и посещаемых веб-ресурсах. Поэтому не забывайте о строгой последовательности. Первый этап – создание, продвижение и раскрутка ресурса, и только потом второй, – реализация возможностей заработка.

Раскрутка сайта это искусство затрагивающие абсолютно разные аспекты мышления человека. Нужно уметь разбираться в психологии пользователей, уметь мыслить аналитически и творчески.

Изучив все премудрости и тонкости продвижения ресурсов в Интернете и, применив их на практике, вы, таким образом, приобретаете весьма востребованную профессию.

### **Партнёрская программа AMS Software – AMS Партнер.**

*Получайте 50% с продажи лицензионных программ!*

**Преимущества участия:**

- Простая и бесплатная [регистрация](#)
- Более 30 программ для дома и офиса
- Надёжный и легальный способ заработка
- Комиссия 50% + бонусы лучшим партнёрам

#### **Партнёрская программа AMS Software - это выгодно!**

Средний заказ составляет 1000 рублей. Высокое качество программ и широкий ассортимент позволяют получить хороший доход практически на любом ресурсе, где есть реальные посетители: от SEO-блога до городского форума.

#### **Надёжный и легальный способ получения дохода!**

Мы работаем с 2003 года и выпустили десятки успешных продуктов. Вы сможете получать партнёрское вознаграждение еженедельно без ограничений по минимальной сумме. В отличие от множества "серых" партнёрок, наша программа совершенно легальна.

Подробные условия смотрите: <http://ams-partner.ru/article/conditions>.