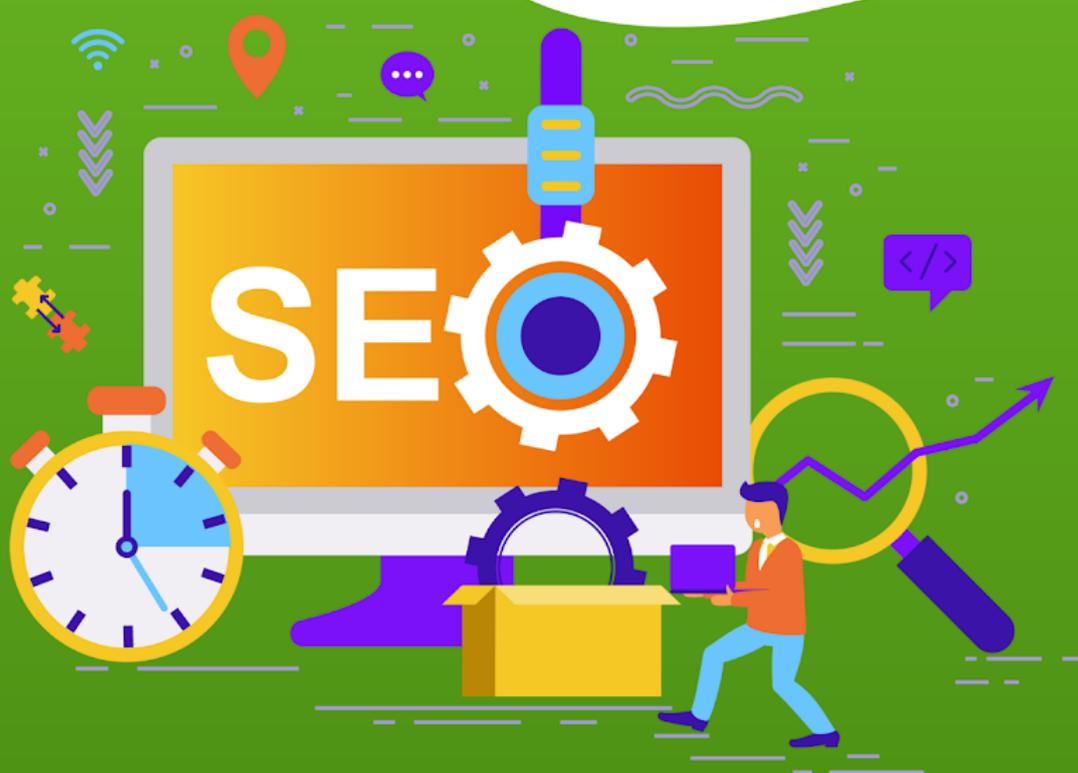


ПРОДВИЖЕНИЕ И ЗАРАБОТОК НА САЙТЕ БЕЗ БЮДЖЕТА



ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ОСНОВЫ SEO-ОПТИМИЗАЦИИ	4
ЧТО ТАКОЕ SEO?	4
ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ SEO	5
ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ	6
ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ	7
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ	9
ОБЗОР СЕРВИСОВ ДЛЯ SEO-ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ	10
ССЫЛОЧНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ	14
КРАУД-МАРКЕТИНГ	14
БИРЖИ АРЕНДНЫХ ССЫЛОК	18
СЕРВИСЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ВЕЧНЫХ ССЫЛОК	20
ОПТИМИЗАЦИЯ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ	22
РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА	22
ГРУППЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	23
ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ	26
КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА САЙТЕ	29
БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА	29
КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА	29
ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ	31
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	35

ВВЕДЕНИЕ

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

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 выдачу.

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

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 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 выстроить план продвижения, внедрить полученные методики и начать зарабатывать.

ОСНОВЫ SEO-ОПТИМИЗАЦИИ

ЧТО ТАКОЕ SEO?

SEO-оптимизация – одна из самых распространенных сфер деятельности в Интернете. Именно благодаря ей ресурсы оказываются на первых позициях в поисковиках.

В расшифровке аббревиатура SEO обозначает Search Engine Optimization. В переводе с английского языка – «оптимизация под поисковые системы» или просто «поисковая оптимизация».

Что же понимают под этим термином? Говоря простыми словами, это *организация контента сайта таким образом, чтобы все, чем располагает ресурс, выдавалось поисковыми системами по определенным ключевым запросам.*

В теории все очень просто. Если, например, вы продаете услуги по стрижке собак в Хабаровске, то, задав в поиске «прически для собак», житель этого города на первой же странице увидит 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 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: поисковые системы начинают распознавать все страницы ресурса. Это очень важно для дальнейшего продвижения.

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.

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 – аббревиатура 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.

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.

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 для читателей. 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 запихнуть все ключевики на одну страницу. Лучше, если *каждая страница будет продвигаться по небольшому количеству ключевых слов* – это 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 ключ. 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 – 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>....). Особое внимание стоит уделить таким специальным тега, как <title>, <alt> и <description>. Title – это заголовок страницы. От него зависит, выберет ли пользователь ее среди других по запросу. Поисковики анализируют содержимое тега и вычисляют релевантность страницы. Наличие ключей в заголовке положительно повлияет на позицию сайта.

Ссылки. *Наличие ссылок на другие страницы ресурса обязательно.* Поставив ссылки, вы облегчите пользователям поиск требуемой страницы и поможете поисковикам создать доступ ко всем страницам ресурса.

Стоит знать, что роботы игнорируют ссылки, сделанные с помощью JavaScript. Если изменить эти ссылки 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 дублиями одной и той же.

Если надо опубликовать статью, размещенную на вашем сайте, на других ресурсах, сначала разместите ее у себя, добавьте в «Оригинальные тексты» в Яндекс.Вебмастере 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 суммируют ссылки, а принимают во внимание еще и авторитетность тех ресурсов, которые на сайт ссылаются.

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, большое влияние имеет авторитетность ресурса, который ссылается на ваш сайт. Также важно не переусердствовать с «ключами», размещать ссылки нужно с естественными анкерами, органично вписывая в текст.

Как же правильно произвести внешнюю SEO-оптимизацию ресурса?

Все чаще поисковые системы обращают внимание на качество ссылочного профиля, а не на его количество. Ссылочный обмен по принципу «ты – мне», «я – тебе» достаточно эффективен и при честном соблюдении договоренности весьма приемлем для повышения авторитетности обменивающихся ресурсов. Но с линкообменом надо быть осторожными и тщательно проверять ссылочных доноров, иначе от продвижения ссылками можно получить отрицательный результат.

Под ссылками понимаются различные виды размещения информации на сторонних ресурсах:

- *арендные ссылки;*
- *публикация статей;*
- *крауд-маркетинг (публикации на форумах, в комментариях).*

Через биржи ссылок можно решить как задачи SEO, так и лидогинерации. Это лишь инструмент, которым нужно уметь правильно пользоваться. Владельцы ресурсов, могут таким образом монетизировать свой проект.

После ряда фильтров от поисковых систем, таких как [Гугл Пингвин](#) и «[Минусинск](#)» все хором говорили, что биржи перестанут быть актуальными и аргументировали тем, что ссылки больше не работают. Некоторые и сейчас так считают.

Но биржи ссылок все еще на плаву. Они пережили этот кризис и снова работают в штатном режиме. Главное понимать – биржа это инструмент, который нужно уметь правильно использовать.

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 . Именно по ним мы кликаем, чтобы перейти на нужную страницу. Чем разнообразнее анкорные тексты, тем лучше для сайта. Не стоит включать туда только ключевые слова, необходимо разбавлять безанкорными ссылками, включающими только URL сайта, а также различными общими фразами: «здесь», «тут», «по ссылке» и т.д.

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, и 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 выигрывают 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» поисковикам? 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.

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 СЕРВИСОВ ДЛЯ SEO-ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ

Понимание важности SEO-оптимизации и развитие соответствующего рынка услуг предопределили и появление сервисов, занимающихся автоматическим продвижением сайтов. Их называют также seo-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. Однако, продвижение на ссылочных биржах не следует рассматривать как единственный способ внешнего продвижения, сейчас это скорее дополнительные ресурсы для seo-оптимизатора.

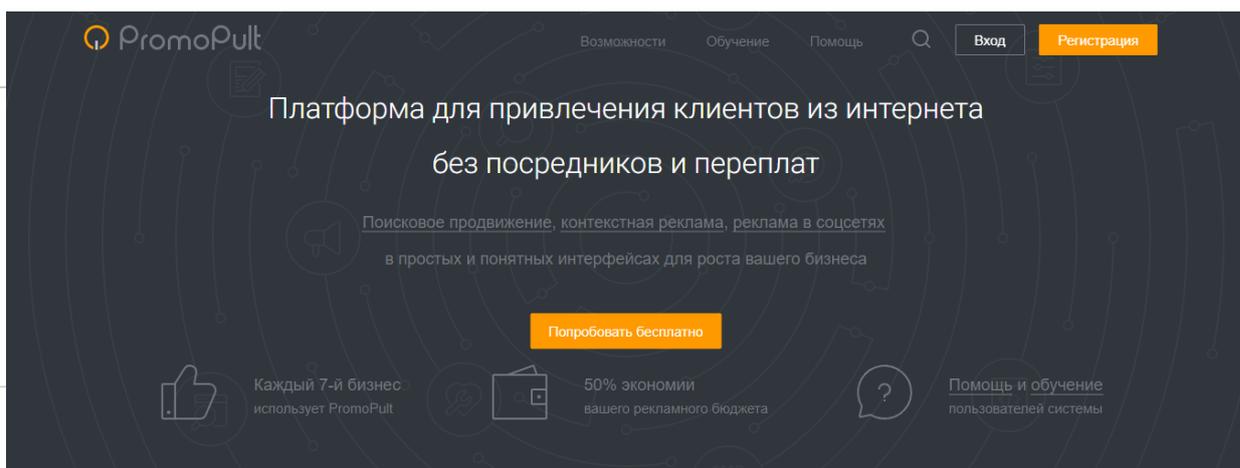
Среди seo-агрегаторов наибольшей популярностью пользуются пять сервисов:

- Promopult
- Serpstat
- KeyCollector
- Топвизор
- SE Ranking.

Promopult – ресурс, предлагающий удобные инструменты для комплексного продвижения сайта в Интернете. Работа с поисковыми системами, контекстная реклама и таргетинг в соцсетях – сервис поддерживает все актуальные каналы раскрутки.

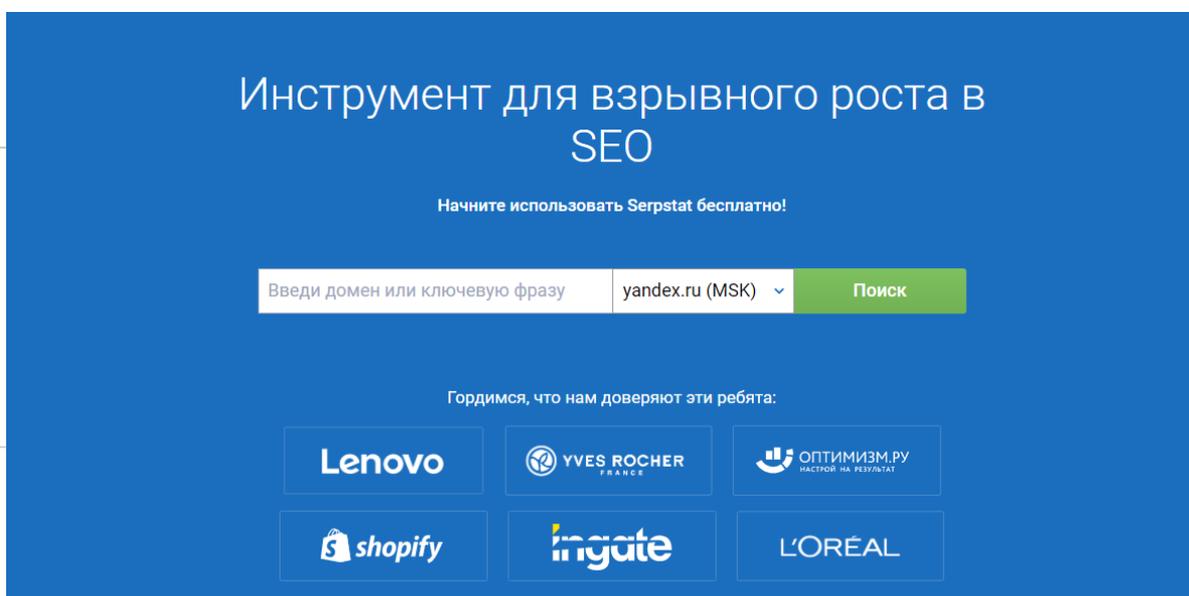
Вы сможете автоматизировать любой этап продвижения – от подбора запросов до составления аналитики. Кроме того, система предложит вам уже готовый комплекс мер по продвижению, исходя из направления вашего ресурса. Вы получите доступ к единому кабинету, из которого сможете одновременно управлять кампаниями в Яндекс.Директ и Google Adwords.

Promopult сам подберет набор ключевых слов, основываясь на уже имеющемся контенте сайта. Кроме того, он выявит ваших основных конкурентов из топа выдачи и позаимствует их ключи для выстраивания уже вашей уникальной стратегии продвижения.

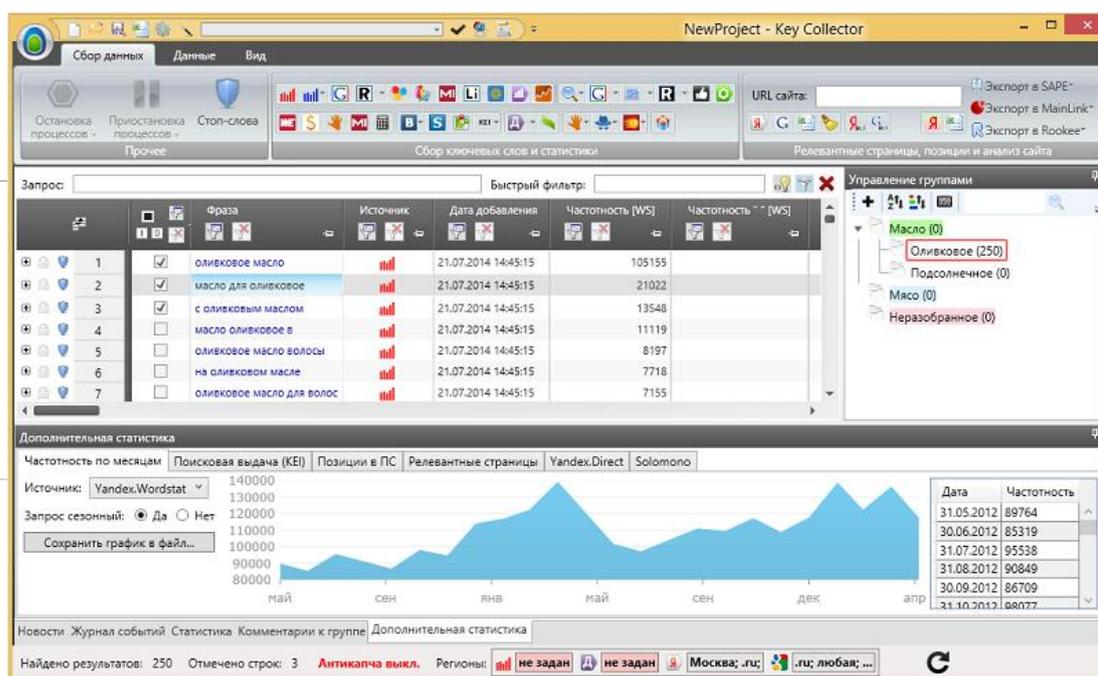


Serpstat – многофункциональная SEO-платформа, в основе работы которой лежит определение релевантных конкурентов сайта и составление плана продвижения на основе этой аналитики. Сервис предоставит полный список ключевых слов каждого конкурента и отсортирует их по позиции домена в результатах поиска. Это позволит вам узнать самые эффективные ключевые слова, по которым стоит продвигать страницы в топ.

Serpstat имеет уникальные инструменты – кластеризацию ключевых слов и анализ текста – на основе искусственного интеллекта. Кроме того, вы сможете провести аудит своего сайта как полностью, так и постранично.

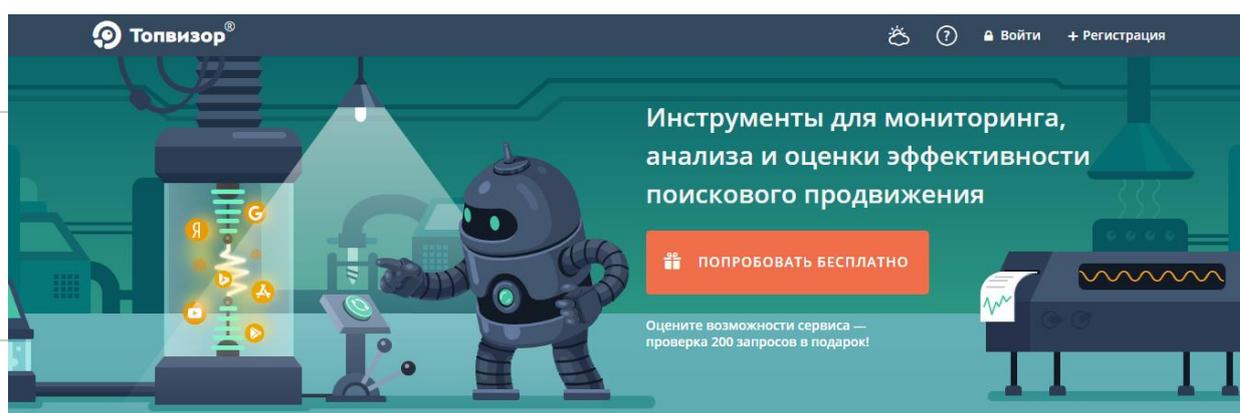


KeyCollector – простая и удобная программа для самостоятельного продвижения интернет-ресурса. Позволяет быстро составить семантическое ядро и провести экспресс-анализ сайта на соответствие ему. С помощью Key Collector можно проверить текущие позиции сайта в выдаче поисковых систем и разбить запросы на группы. Программа также поможет определить стоимость продвижения, основываясь на данные из ссылочных агрегаторов.



Топвизор ещё один веб-ресурс для интернет-маркетинга, который включает инструменты для мониторинга, анализа и планирования продвижения в сети. Помимо стандартного подбора ключевых слов, ресурс поддерживает возможность отображения динамики изменений в позициях вашего сайта в выдаче самых популярных поисковиков. Кроме того Топвизор может показывать и тот трафик, который вы получили по каждому конкретному запросу в тот или иной день.

Сервис предлагает автоматическое управление ставками в Яндекс.Директ для удержания рекламных объявлений на позициях без вылета. Как и в Serpstat поддерживается кластеризация запросов – алгоритм Топвизора объединит ключевые слова в полноценную структуру сайта, разбитую на группы (кластеры).



SE Ranking также комплексно подходит к вопросам оптимизации сайтов. Агрегатор поможет расширить семантическое ядро с помощью поисковых подсказок, а также автоматически распределит запросы по группам на основе сведений о ТОП-10 страниц из выбранной поисковой системы.

Сервис также предлагает готовые и проверенные планы внутреннего и внешнего продвижения в зависимости от направленности вашей деятельности. Для новичков будет предоставлено подробное пошаговое руководство.

SE Ranking быстро проанализирует сайт на наличие ошибок, а также произведет сео-аудит отдельных страниц – так вы сможете убедиться, что они оптимизированы под нужный запрос. Дополнительно сервис поддерживает возможность автопостинга и аналитики в соцсетях (ВКонтакте, Facebook, Twitter).

Все SEO-инструменты на одной платформе

Попробовать бесплатно Демо-аккаунт

Онлайн поддержка

WEBSITES	STATUS	LAST UPDATE	INDEX	SEARCH	INDEXED	STATUS
TELEMARKETING	OK	18.06.2020	100	100	100	OK
KEY SCANNER	OK	18.06.2020	100	100	100	OK
SEO NEWS	OK	18.06.2020	100	100	100	OK

Как видим, все сервисы обладают схожим набором инструментов – выберите тот, который покажется вам наиболее приемлемым и удобным. Надо заметить, ведущие веб-мастера пользуются ими для решения вполне конкретных задач, не прощаясь с «ручной работой» по продвижению сайтов.

ССЫЛОЧНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

Теперь несколько слов о том, как работать со ссылками на сторонних ресурсах и повышать авторитетность страниц за счёт сотрудничества с другими сайтами. Мы уже упоминали три основных пути – крауд-маркетинг, арендные и вечные ссылки. Пройдемся по каждому из способов чуть подробнее.

КРАУД-МАРКЕТИНГ

Крауд-маркетингом называют процесс привлечения внимания аудитории на различных площадках вроде форумов и отзывов. Главный инструмент при этом – экспертный комментарий. Пользователь попадает на сайт по определенному запросу и получает ненавязчивый и максимально естественный отзыв о продукте от такого же пользователя, как и он сам. Вы же получаете ссылки на свой продукт на популярных интернет-площадках.

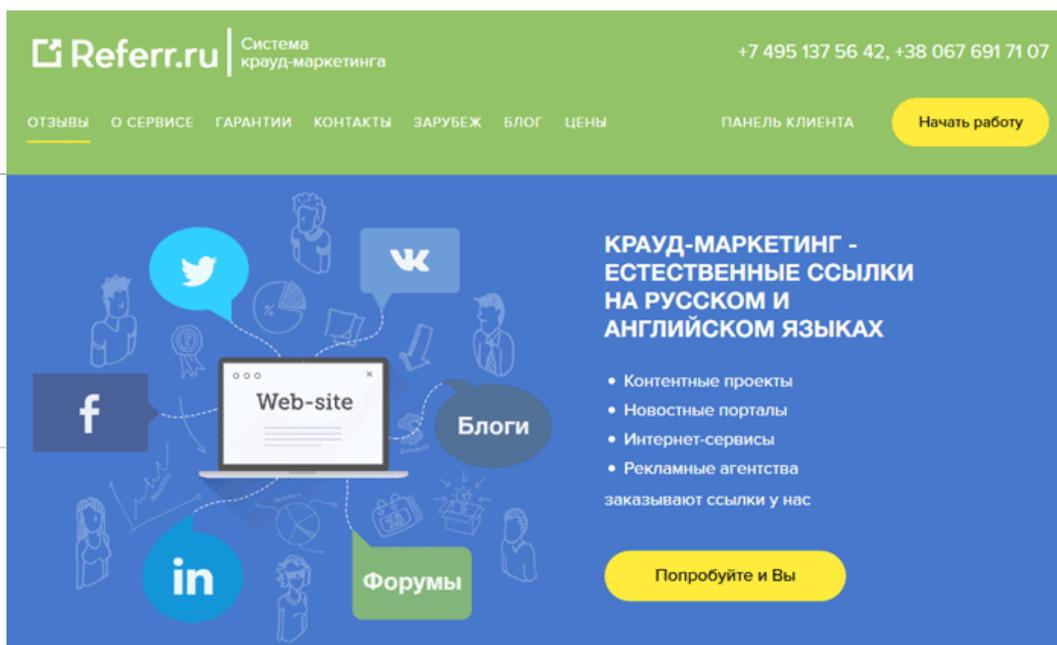
В интернете можно найти десятки систем крауд-маркетинга, которые выступают посредниками между заказчиками и исполнителями, которые пишут отзывы и комментарии на другие сайты. Остановимся на самых популярных из них.

● [Referr](#)

Одна из первых появившихся систем крауд-маркетинга. Сервис проставляет ссылки на форумах, в блогах, в социальных сетях и под статьями с возможностью комментирования. Referr уникален тем, что захватывает не только российские, но и зарубежные ресурсы.

Все, что потребуется для оформления заказа, – это составить подробное ТЗ, прописав URL-адреса и поисковые запросы для продвижения. Также необходимо перечислить преимущества и уникальные «фишки» товаров/услуг, чтобы исполнители знали, о чем писать в отзывах.

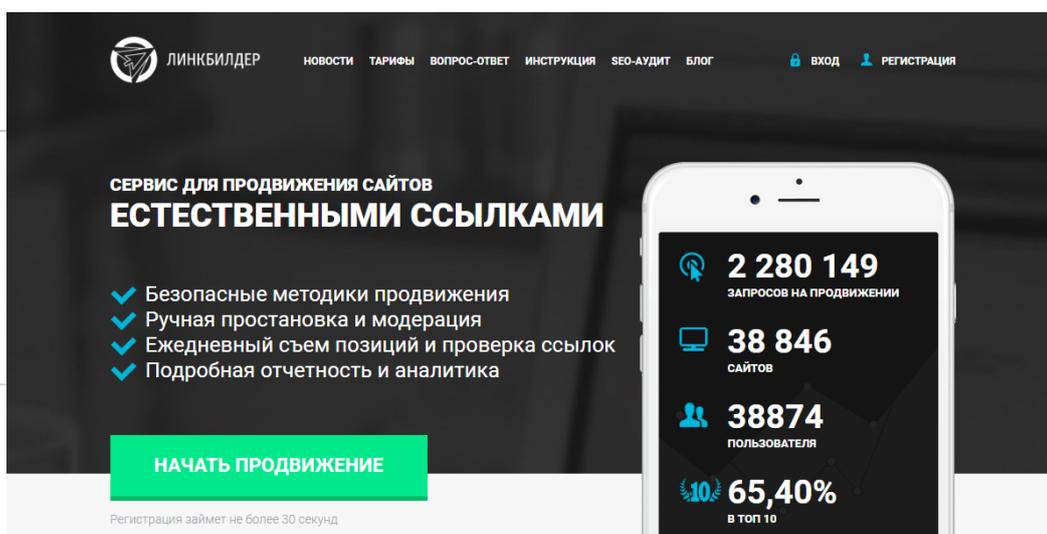
Вы получаете гарантию на добавление ссылки в 1 месяц. Если они пропадут с выбранного ресурса в течение этого срока, исполнители ставят новую (за свой счет). Если вас не устроит содержание поста или непосредственно площадка, где он опубликован, – вы сможете отправить заказ на доработку.



● [Linkbuilder](#)

Линкбилдер размещает качественные и естественные ссылки в тематических обсуждениях на форумах и блогах, в комментариях к статьям в профильных СМИ, а также на сайтах с отзывами и рекомендациями. Ссылки размещаются строго в рамках контекста обсуждения, а посты в положительном ключе представляют деятельность вашей компании. Возможно сравнение с конкурентами в вашу пользу.

Важно, что сервис позволяет работать с несколькими сайтами сразу. Помимо крауд-ссылок линкбилдер предлагает услуги по проведению seo-аудита и аналитики позиций, что делает его «облегченной» версией seo-агрегаторов, которых мы рассматривали в предыдущем пункте. Запустить продвижение сайта может даже неподготовленный пользователь. Достаточно указать домен и регион, все остальное система сделает сама.



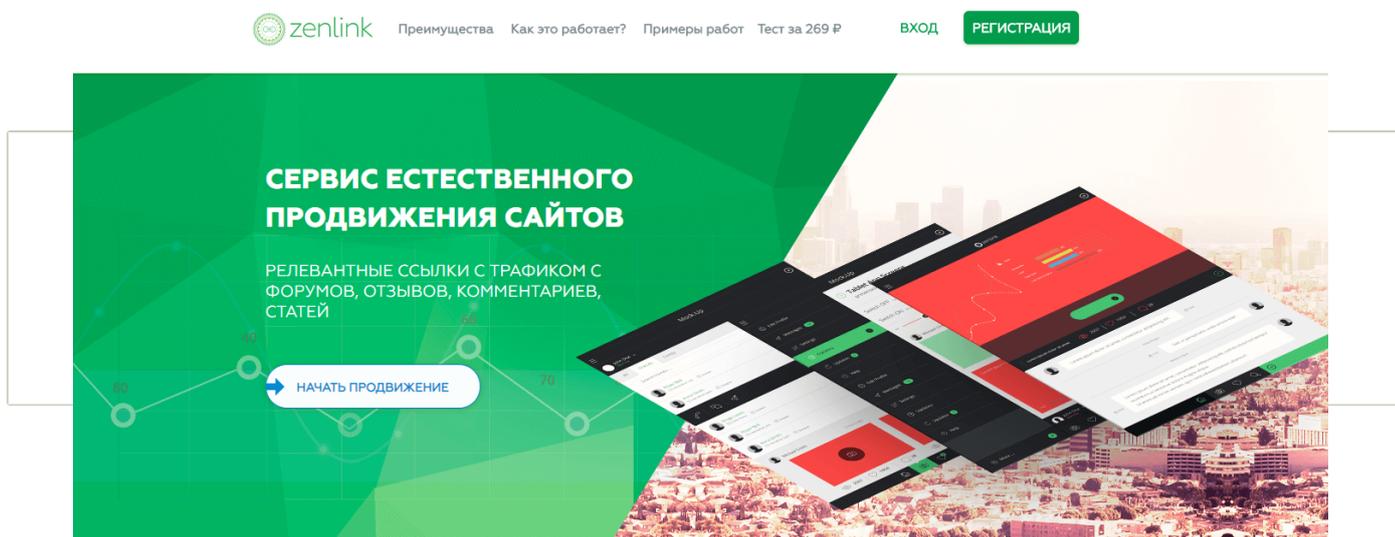
● [Zenlink](#)

Специализируется на размещении ссылок на форумах, отзывах, в соцсетях. Также их можно оставлять в рейтингах и комментариях под публикациями.

На площадке есть 2 ключевые фишки. Первая – массовая загрузка запросов. Вторая – добавление площадок в «черный список».

Принцип работы прост и понятен – сначала вы создаете учетную запись, добавляете сайт и вводите соответствующие настройки, в частности географию продвижения и тип необходимых ссылок – с анкором или без. Zenlink также работает с западным рынком – США, Великобритания, Австралия и Канада.

Сервис позволяет с легкостью получить релевантные ссылки с гарантией трафика. Трафик приходит посредством форумов, комментариев, статей, отзывов и так далее. Площадки проверяются вручную, пользователям предоставляется полная статистика, оплата за ссылки разовая, можно настроить параметры быстро, контролировать всё происходящее в онлайн-режиме.

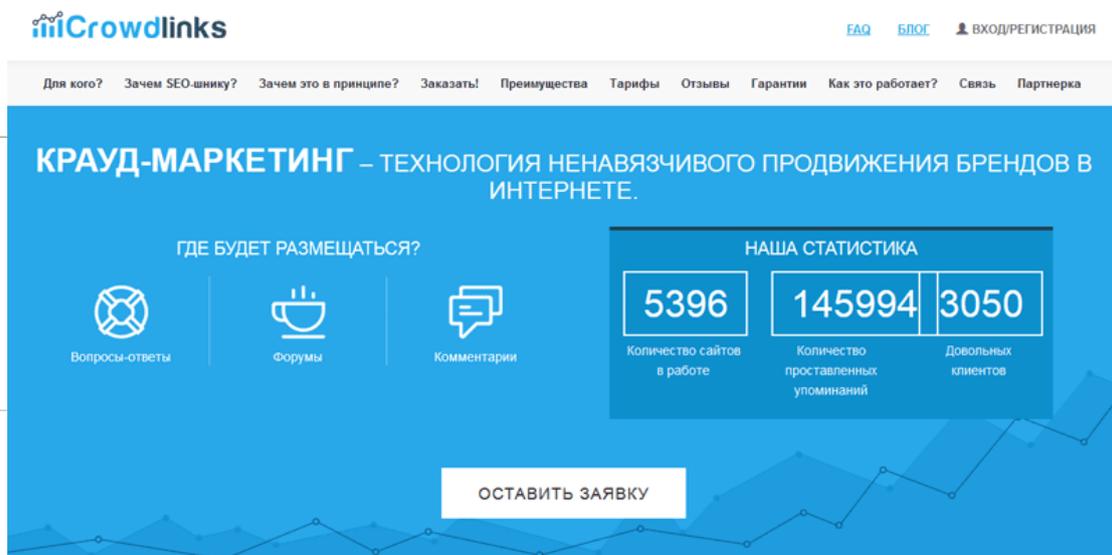


● [Crowdlinks](#)

Биржа размещает ссылки нескольких типов – кликабельные, неактивные (просто ваш URL), брендовые (употребление названия вашей организации), ссылки из соцсетей и википедийные (со страниц интернет-энциклопедии).

Для оформления заказа вам также как и в предыдущих случаях понадобится указать адрес сайта и подобрать запросы в зависимости от тематики вашей деятельности. За вашим проектом закрепляется менеджер, с которым вы совместно будете выстраивать стратегию продвижения на различных площадках.

Специалисты сервиса на основе предоставленной вами информации подбирают площадки по тематике, популярности и активности аудитории, после – размещают рекомендательные ссылки в обсуждениях, комментариях, ответах на вопросы посетителей ресурсов.

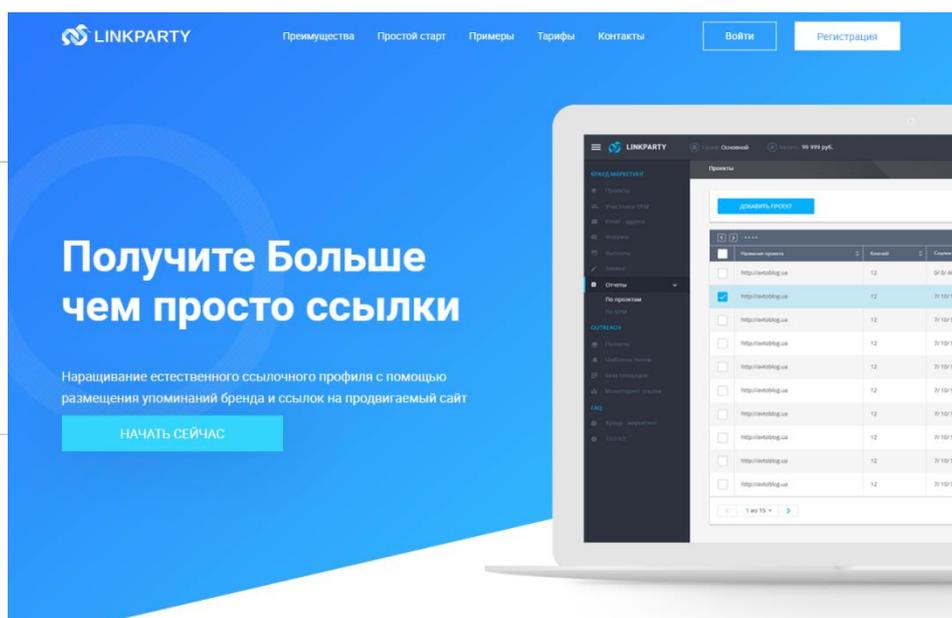


● [Linkparty](#)

Сервис предусматривает возможность контролировать и анализировать проставление ссылок на форумах, в комментариях на блогах и площадках вопросов/ответов, а также упрощает работу по размещению вечных ссылок. Отбор площадок происходит по заданным критериям из выдачи поисковых систем Яндекс и Google (ТИЦ, индексация страниц в Яндексе, Alexa, LinkPad, наличие в Яндекс Каталоге, наличие в биржах ссылок).

Линкпати открывает доступ к Outreach – стратегии, цель которой – договориться с владельцами сайтов о размещении статьи или ссылки на их ресурсе.

Плюс в том, что биржа формирует базы площадок, на которых сложно добавить ссылки, и откуда они систематически удаляются.



БИРЖИ АРЕНДНЫХ ССЫЛОК

Особенность этих площадок в том, что они предлагают размещение ссылок с помесячной оплатой. После реклама будет удалена. Подобный тип ссылок подходит для продвижения сезонных акций или временных проектов. Бирж, которые предлагали бы подобные услуги сейчас не так много, поэтому рассмотрим те, что ещё актуальны.

● [Sape](#)

Биржа Sape – одна из самых известных в сфере внешнего маркетинга. В настоящее время она продает как арендные, так и вечные и крауд-ссылки. Для получения доступа вам нужно пройти процесс регистрации, создать проект (вы можете управлять сразу несколькими) и указать запросы, по которым планируете продвигаться. Сервис работает в ручном, автоматическом и полуавтоматическом режимах. Последний вариант отличается тем, что закупка ссылок происходит автоматически, а площадки отбираются вручную оптимизатором.

Sape – комплексный инструмент для продвижения и заработка в интернете

Выберите действие

- Продвинуть сайт
- Монетизировать сайт
- Улучшить сайт

В Sape можно продвинуть сайт в Яндекс и Google, заказать профессиональные рекомендации по улучшению сайта, статьи, медийную рекламу и рекламу у блогеров. В результате вы получите новых посетителей, повысите привлекательность сайта для людей и поисковых систем.

Все инструменты в одном аккаунте!

8 (495) 374-93-62

● [Mainlink](#)

Сервис купли-продажи ссылок, который включает инструменты как для рекламодателей, так и для владельцев сайтов. На площадке можно приобрести пакет как арендованных, так и вечных ссылок. Mainlink так же, как и Sape, поддерживает ручную и автоматическую покупку ссылок. Владельцы сайтов могут сами назначать цены за размещение на их ресурсах – вы сможете выбрать для себя более выгодные варианты. Ведется учет «белых» и «черных» сайтов, то есть ресурсов, на которых продвижение наиболее и наименее эффективно. Уникальной для Mainlink является возможность скупки всех мест на главной странице.

MainLink
сервис купли-продажи ссылок

Продвижение сайтов с помощью текстовых ссылок
Получение дохода от продажи ссылок на сайтах

О нас Рекламодателю Вебмастеру Клубы

Купить ссылки

- Новый удобный интерфейс
- Автоматическое и ручное продвижение сайта
-
-
- Оценка бюджета продвижения
- Удобная система персональных настроек
- Различные формы оплаты
- Белые и черные списки сайтов и страниц
- Отзывчивые и ответственные менеджеры

[Регистрация для покупки](#)

Продать ссылки

- Новый удобный интерфейс
- Размещение ссылок руками или скриптом
-
- Стабильный и постоянный доход
- Модерация, стоп-слова и словари
- Черные и белые списки
- Круглосуточная служба поддержки
- Любые формы вывода средств
- Свои ссылки на своих сайтах бесплатно
- Помощь в установке кода

[Регистрация для продажи](#)

● [Setlinks](#)

Биржа торгует ссылками с посуточной оплатой и вечными ссылками. Как и Mainlink, привлекает к сотрудничеству вебмастеров. Сервис специализируется на качественном и полезном материале, который будет интересен читателям. Такие статьи могут добавляться как в ручном, так и в авторежиме. Контент проходит обязательную проверку на уникальность и релевантность. Система предоставляет возможность премодерации статей – это значит, что ссылка не будет оплачиваться, пока вы не одобрите размещение окончательно.

SETLINKS
БИРЖА ССЫЛОК И СТАТЕЙ

Гарантированный доход с размещения прямых SEO ссылок для вебмастеров.
Большое количество качественных площадок для оптимизаторов.

СЕРВИСЫ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ ВЕЧНЫХ ССЫЛОК

Вечной принято называть ссылку, которая оплачивается разово и размещается на сайте на весь период его существования. Как правило, такая ссылка появляется в развернутых качественных текстах, которые больше привлекают «живую» аудиторию. Все сервисы, перечисленные выше, предоставляют возможность размещения вечных ссылок на выбранных ресурсах, добавим к ним ещё пару неплохих бирж.

● [Miralinks](#)

Miralinks – самая крупная биржа статейного маркетинга. Размещая заказ на этом сервисе, вы можете быть уверены, что ссылка на ваш продукт окажется на проверенном и надёжном сайте. База Miralinks включает более 13 тысяч площадок с высокой посещаемостью. Все статьи размещаются вручную. Вы указываете свои пожелания при составлении заказа, а текст пишет не генератор, а профессиональный копирайтер. Ресурс предоставляет 100% гарантии размещения благодаря грамотно встроенному алгоритму страхования статей от выпадения и неиндексации.

miralinks

ЛИДИРУЮЩАЯ СИСТЕМА
СТАТЕЙНОГО МАРКЕТИНГА

Настало время естественного продвижения.
Что может быть важнее для сайта, чем статья о нём
на самых авторитетных тематических ресурсах?

Логин

Пароль [Восстановить](#)

Запомнить меня на этом устройстве

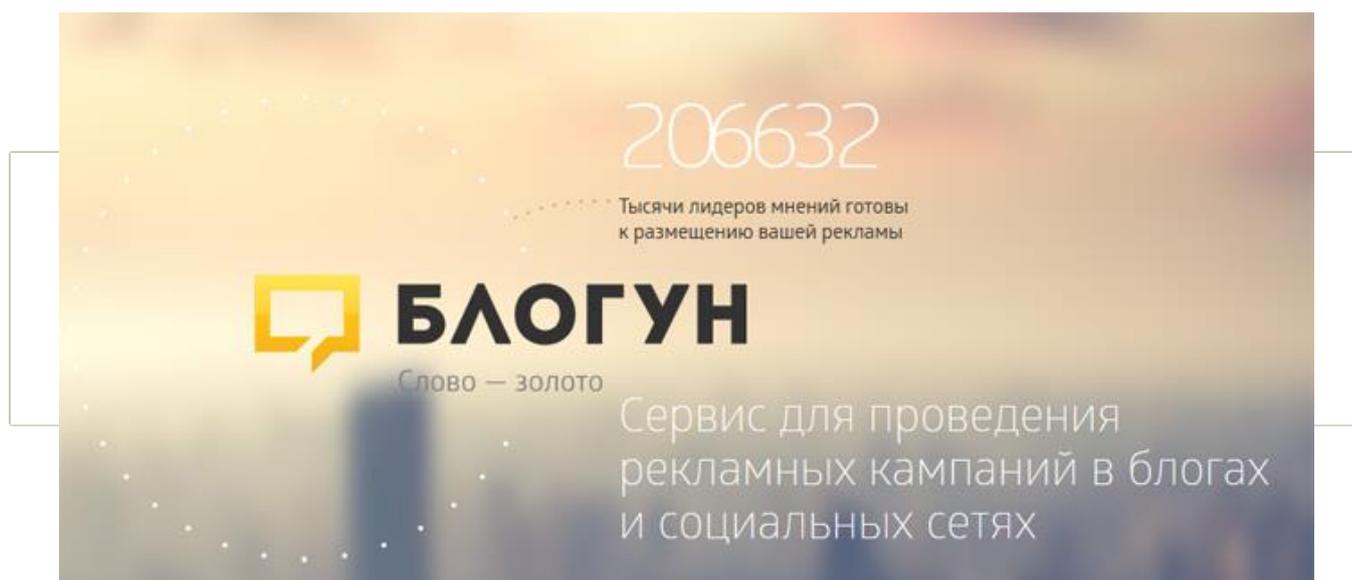
[ВОЙТИ](#)

[ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ](#)
И УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

Всего площадок	В Яндекс.Каталоге	В DMOZ	Пользователей системы
13 430	3 507	2 336	232 717

● [Blogun](#)

Blogun специализируется на размещении естественной, ненавязчивой рекламы в блогах и профилях в социальных сетях. На ваш выбор более 400 000 площадок, большая часть из которых имеет среднюю суточную посещаемость в 1 000 человек. Среди них LiveInternet, LiveJournal, Blogpost, профили и паблики ВКонтакте, на Facebook, YouTube-каналы и другие авторские сайты. Blogun предлагает три варианта размещения – подробный и краткий обзоры и простая ссылка.



Разумеется, все эти сервисы предлагают свои услуги не бесплатно. Изучите тарифы на указанных сайтах и выберите инструменты, которые подходят под ваш бюджет.

ОПТИМИЗАЦИЯ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА

Важнейший сегмент интернет-продвижения – взаимодействие с аудиторией социальных сетей. Существует даже специальный термин – Social Media Optimization или коротко SMO.

SMO – это оптимизация сайта под социальные сети, размещение на сайте блоков, которые привлекут внимание пользователей социальных сетей. Вам нужно дать пользователям возможность поделиться информацией, которую они получили на вашем сайте. Для этого разместите кнопку «Мне нравится» или «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 поместить ссылку на контент на своей странице. В этом случае появится краткое описание ссылки.

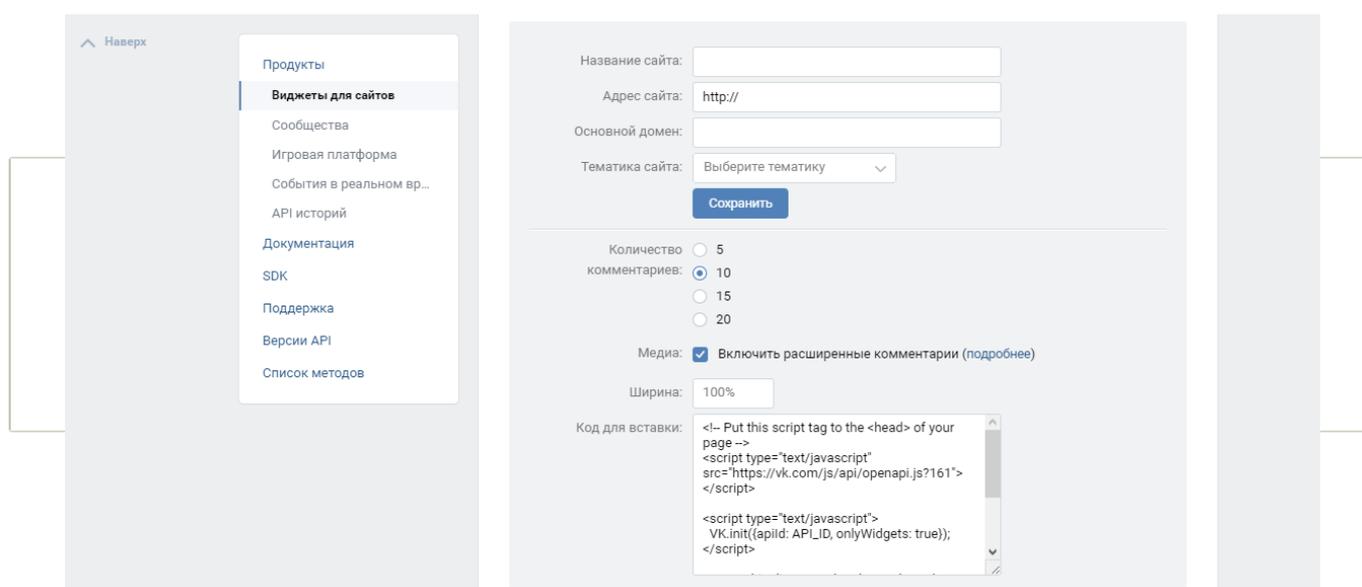
Добавить кнопки в код – очень просто. Можете воспользоваться бесплатным онлайн-конструктором uSocial [по этой ссылке](#). Сервис позволяет в автоматическом режиме сгенерировать код для размещения кнопок соцсетей на вашей веб-странице. Просто укажите тип нужной кнопки, отметьте интересующие вас площадки (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Twitter и другие), настройте внешний вид значков – и готово. Вам останется лишь скопировать получившийся код и использовать его в верстку сайта.

The screenshot shows the uSocial website interface for generating social sharing buttons. The main heading is "Кнопки 'Поделиться'" (Share buttons). Below it, there is a navigation link "Вернуться к выбору сервиса" (Return to service selection). The interface features a large blue preview window on the left showing a set of social sharing icons (VK, Odnoklassniki, Facebook, Email, Star) on a light blue background. Below the preview, there is a color selection option: "цвет фона окна предпросмотра" (preview window background color). To the right of the preview, there is a list of social media services with their respective icons: Twitter, LiveJournal, Tumblr, Telegram, Мой Мир, LinkedIn, Pinterest, Спойлер, and Печать (Print). Below this list, there is a section titled "ФОРМА И СТИЛЬ ИКОНОК" (Icon shape and style) with a dropdown menu set to "Квадратные иконки с закругленными краями" (Square icons with rounded corners). At the bottom, there is a row of selected social media icons (VK, Facebook, Twitter, Google+, Odnoklassniki, Email, Telegram, Pinterest) and a "Задать вопрос" (Ask question) button.

Не нагромождайте кнопки всех известных Вам соцсетей в одну кучу. Это выглядит не эстетично и будет отвлекать посетителя от остальных элементов, снижая привлекательность сайта. Отбирайте лишь те площадки, на которых обитает ваша реальная целевая аудитория.

Ещё один способ подключить пользователей соцсетей – добавить после статьи виджет «Комментарии». Популярные площадки предусматривают возможность упрощенного размещения блока с комментариями на других ресурсах. Пользователи смогут комментировать ваши материалы без дополнительной регистрации, а вам не придётся разрабатывать собственный дизайн этого блока.

Так, например, чтобы добавить на сайт комментарии из ВКонтакте, вам нужно заполнить табличку на этой странице – <https://vk.com/dev/Comments>. При желании, каждый оставленный комментарий может транслироваться на страницу пользователя ВКонтакте со ссылкой на исходную статью.



Добавляя подобный элемент в структуру своего сайта, помните о его модерации. Отвечайте на вопросы и старайтесь поддерживать активность.

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

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.

Придумано немало средств для раскрутки групп и пабликов, в том числе профессиональные сервисы таргетированной рекламы. Мы же рассмотрим три самых простых и бюджетных способа привлечения людей.

Конкурсы

Пользователи обожают всевозможные конкурсы. Возможность получить что-то бесплатно или приобрести что-то с выгодой мало кого оставит равнодушным. В качестве приза не обязательно должно быть дорогостоящее. Вы можете предложить победителю получить ваши услуги/продукты бесплатно или с хорошей скидкой. Структуру и тематику конкурса вы выбираете сами. Она может быть как универсальная, так и привязанная к направлению вашей деятельности.

Вы можете попросить людей выполнить какие-то несложные действия, например, оставить отзыв в стихах или прикрепить к комментарию тематическое фото. Такого рода конкурсы, как правило, предполагают определение победителя вручную. Им становится тот, кто подошёл к выполнению задания с большим креативом и самоотдачей.

Однако сейчас наибольшей популярностью пользуются конкурсы репостов. Вы предлагаете пользователю приз просто за то, что он поделится записью на своей странице. Такие розыгрыши привлекают гораздо больше людей. Победитель при этом выбирается случайно. Существуют даже специальные сервисы, которые помогают определить счастливого. Один из таких – <https://randstuff.ru/vkwin/>

Игры

Все любят общение. А если превратить общение в игру, то любовь приобретёт невероятные размеры. Запустите в группе несколько тем с текстовыми играми. Это могут быть классические «Угадай фильм по кадру», «Назови город на последнюю букву» или «Разгадай загадку». Можете также придумать уникальную игру, которая будет связана с деятельностью вашей организации.

Участники группы будут знакомиться между собой, возможно, находить товарищей по интересам, а, следовательно, чаще заглядывать на вашу страничку и проявлять там больше активности.

«Приманка»

Этот немного «хитрый» метод используют почти все успешные паблики. Суть его – в особой подаче информации. Для реализации способа вам понадобится связаться с администрацией другого паблика и заключить с ними договор. На стене этой группы должен будет появиться пост с интригующей информацией, привлекающей внимание читателя. Как правило, это уникальные цепляющие истории, познавательные факты или короткие юмористические рассказы. В конце отрывка, вместо ожидаемого финального «вау» должна быть размещена ссылка на вашу группу. Подписавшись, пользователь получит желаемое.

Взяв на вооружение эти три способа, вы сможете бюджетно раскрутить свою группу в любой соцсети. Но не стоит на этом останавливаться. Не забывайте о том, что привлечь пользователя мало, его нужно удержать. Пополняйте группу свежим уникальным контентом ежедневно, рассказывайте о своей деятельности в занимательном ключе и держите руку на пульсе актуальных событий в стране и в мире.

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.

Самый популярный в настоящее время способ подобной раскрутки – это крауд-маркетинг. Выше мы уже писали о платных сервисах, которые помогут ссылкам на ваш сайт оказаться в «нужное время в нужном месте». Однако, если вы не желаете тратить драгоценный бюджет на посредников, вы можете начать «партизанскую кампанию» своими силами. Правда, чтобы самостоятельно заниматься крауд-маркетингом, нужно хорошо понимать суть этого явления.

Крауд-маркетинг – это размещение информации о вашей организации на тематических форумах, в соцсетях, блогах, на сайтах с опросниками и отзывами, а также на сервисах ответов. На эти сайты приходят заинтересованные пользователи, которые хотят пообщаться с единомышленниками, получить полезный совет, решить какой-то вопрос.

Им на помощь приходите вы, предлагая свой товар или услугу, представляя в образе точно такого же рядового пользователя. В том, что и как вы рассказываете о себе, должно быть максимум естественности и ненавязчивости. Иными словами, вы формируете представление о вашем бренде от лица довольного клиента.

Популярность вашего сайта повышается естественным путем: наращивается количество упоминаний ресурса, его цитируемость и другие полезные факторы

Первый и важнейший этап крауд-маркетинга – тщательный анализ целевой аудитории. Вы должны хорошо знать, кто ваш клиент и на каких площадках его искать. Ориентируйтесь на направление вашей деятельности, ищите сообщества и нужные темы по ключевым словам.

Рассмотрим особенности площадок для крауд-маркетинга чуть подробнее.

Сайты-отзовики

Название говорит само за себя – на этих сайтах люди делятся впечатлениями от товаров, услуг, брендов, но и даже от концертов, путешествий и прочих событий. Самые популярные сейчас – otzovik.com, irecommend.ru, vseotzyvy.ru. Многие пользователи на постоянной основе обращаются к этим ресурсам, желая найти для себя надёжный и более выгодный вариант.

Эти сайты не имеют конкретной тематики и посвящены всему. Все рекомендации рассортированы по тематическим категориям, поэтому найти свой вариант вам не составит труда. Вы также можете поискать и более узконаправленные отзовики (например, только о косметике, туризме, автомобилях, музыке и т.д.).

Ваша цель – создать аккаунт и оставить подробный и информативный отзыв о своем бренде, выявив сильные стороны. Главное следить за естественностью и избегать явной рекламности.

Вы можете не ограничиваться и добавить несколько отзывов. Главное помнить: один аккаунт – одно упоминание вашей компании. Отзывы следует размещать в разные

дни с различных IP адресов, так как этот фактор отслеживается и посты с одинаковых адресов просто удаляются. Для больше убедительности можете оставить отзывы на другие товары и услуги, чтобы у «реальных» посетителей было больше доверия к вашему аккаунту.

Тематические форумы

Форумы – это основные центры общения, объединяющие людей по интересам. 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.

Чтобы быстро найти форум нужной тематики нужно набрать в поиске самый популярный ключ и фразу `inurl:forum`. Ссылки на авторитетных форумах доступны для индексации, поэтому 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. Проверить это вы можете сами, например, с помощью бесплатного расширения для браузера SEOquake., поэтому они могут ускорить индексацию нового продвигаемого сайта.

The screenshot shows a Google search for "спортивный форум" (sports forum). The search results are displayed with the SEOquake extension overlay on the left. The extension shows various metrics for the top three search results:

- 1. Петербургский спортивный форум** (spbforum.ru):
 - DS: 0, TS: 0
 - L: 51, LD: 68, I: 4, Rank: n/a, Age: 2017|07|01
 - Adv Disp Ads: 0, Pub Disp Ads: 0
- 2. Спортивный форум** (forumspor.ru):
 - L: 988, LD: 8,62K, I: 510, Rank: 4,09M, Age: 2004|08|16
 - Adv Disp Ads: 0, Pub Disp Ads: 229
- 3. Форум про спорт. Спортивный форум: футбол, хоккей, биатлон ...** (forumprosport.ru):
 - Обсуждение последних новостей, слухов и сплетен из мира футбола, хоккея и других видов спорта.

Однако стоит понимать, что этот метод продвижения требует максимальной «включенности». Чтобы заинтересовать людей, придется активно с ними общаться, а также долго и упорно работать. Как и в случае с отзывками, ваш аккаунт должен быть зарегистрирован раньше, чем вы оставите сообщение или сами заведете тему, где будете рассказывать о своем бренде. Слишком рекламные сообщения могут быть без предупреждения удалены модераторами. Обязательно участие и в других обсуждениях.

В качестве альтернативного варианта, вы можете договориться о сотрудничестве с популярным форумчанином – человеком, чьи темы собирают много просмотров и чей аккаунт имеет высокий авторитетный рейтинг. Он может напрямую

порекомендовать вас в каком-либо тематическом обсуждении, создать тему сам или просто разместить ссылку на вас в своём профиле.

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.

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА САЙТЕ

БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА

Если ваш сайт уже неплохо раскрутился и ежедневно привлекает немало заинтересованных посетителей, вы можете заработать на баннерной рекламе. Суть в том, что на страницах своего сайта вы оставляете место под рекламу и «сдаете» его в аренду под графические объявления.

Каждый баннер представляет собой уникальное рекламное сообщение, которое может выглядеть как статичное изображение или анимация. При нажатии на него происходит переход на сайт рекламодателя. Он получает необходимый трафик и потенциальных покупателей, а вы – оплату за «аренду» рекламного места. Она может быть фиксированной за весь период размещения, за количество показов и за клик. Для вас более выгодным будет первый вариант.

Стандартный формат статичных баннеров – PNG, динамических – GIF. Размеры будут зависеть от дизайна вашего сайта, а также от требований поисковых систем. Актуальные варианты можете посмотреть на [этом сайте](#).

Искать рекламодателей напрямую – трудоёмкая задача. Именно поэтому существуют специальные биржи, с которыми вы можете начать сотрудничество.

Одна из самых популярных бирж – [Rotaban](#). Здесь вы сможете зарегистрироваться в качестве вебмастера и получать 85% стоимости, остальное – комиссия биржи.

Если решите заниматься продажами баннеров напрямую, разместите на сайте всю необходимую информацию.

- *Предоставьте схему размещения баннеров.* Сделайте скриншот страницы сайта с обозначением рекламных мест и их размеров в пикселях.
- *Составьте прайс.* Цены должны соответствовать статистике вашего сайта.
- *Продемонстрируйте статистику сайта.* Укажите количество уникальных посетителей и просмотров страниц за день и месяц (желательно напрямую со счётчиком), а также характеристики аудитории – регион, возраст, пол.

Главное помните, что слишком большое количество разномастных баннеров будет отвлекать посетителей от основной информации на странице, и это плохо скажется на посещаемости.

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

Бывает, ищешь в интернете статью о сиамских кошках, а на глаза попадают объявления о продаже котят или выставках кошек в вашем городе. Знакомо? Это все работа контекстной рекламы.

В приведённом примере вариант поисковой контекстной рекламы. т.е. реклама, которая размещается в системах Яндекс, Google и т.д., и зависит от текста, введенного 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.

Вы можете заработать деньги за размещение контекстной рекламы на своем ресурсе. Специальные службы 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.

Самые популярные сервисы для этого вида рекламы – Яндекс.Директ и Google Adwords. Познакомимся с ними чуть ближе

Рекламная сеть Яндекса

РСЯ — система контекстной рекламы от Яндекса. С ее помощью вы сможете показывать объявления аудитории самого популярного поисковика в регионе. По правилам Рекламной сети Яндекса размещать на сайте контекстную рекламу может любой сайт, который соответствуем трем условиям:

- *сайт должен размещаться исключительно на платном хостинге;*
- *сайт должен быть полезным.*

Подробнее ознакомиться с условиями участия можно [на сайте](#).

Модерирование претендентов на размещение рекламы от Яндекса осуществляется вручную, поэтому некачественный сайт (неуникальный контент или его отсутствие, плохое, откровенно устаревшее юзабилити) не имеет шансов начать сотрудничество.

Чтобы подключиться к РСЯ, нужно войти в свой аккаунт или создать его, а после нажать на пункт меню «Рекламная сеть». Вам будет предложено заполнить анкету партнера, в которой нужно указать адрес страницы, предоставить данные для отслеживания статистики, оставить контактные данные и платежные реквизиты. После этого определитесь с типом размещаемой рекламы (поисковой или контекстной) и нажмите на кнопку «Отправить».

После одобрения вашего сайта, вам нужно будет отрегулировать параметры отображения рекламы на вашем сайте. Выберите пункт «Настроить блоки Директа» и назначьте формат, вид и оформление рекламного блока. Этот важный этап влияет на эффективность показываемой рекламы, а значит, на уровень ваших заработков.

После настройки блоков вам будет предоставлен фрагмент кода, который нужно просто вставить в верстку вашего сайта. Следует только позаботиться о том, чтобы реклама Яндекса размещалась в доступном месте, вписывалась в существующую разметку странички, была хорошо заметной и при этом не портила впечатление от имеющегося дизайна.

Google AdSense

AdSense – это один из самых простых и удобных способов монетизации сайта для новичков. Данная рекламная сеть принимает абсолютно любые сайты, на любом движке, с любым дизайном, на любом хостинге. Главное – ресурс не должен содержать противоправный контент.

Google автоматически просканирует сайт для получения более полной информации о его страницах и содержимом. Это поможет AdSense показывать более подходящую рекламу для вашего сайта. К примеру, если вы любите вести блоги об обуви, роботы Google воспримут это как подсказку и будут размещать на вашем сайте рекламу относящуюся к обуви и одежде.

Подробнее ознакомиться с условиями участия в партнерке от Гугл можете [здесь](#).

Принцип работы тот же, что и в Яндекс.Директе. Зарегистрируйте аккаунт и подайте заявку. После ее одобрения нажмите «Мои объявления» и создайте «Новый рекламный блок». Подберите оптимальные параметры отображения рекламы и сохраните результат. Полученный код вставьте в верстку веб-страницы – и готово.

При желании вы можете работать сразу с обоими сервисами, однако, важный совет, как и в случае с баннерной рекламой – не засоряйте страницу посторонним контентом.

ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ

Желаете дополнительно монетизировать сайт? Попробуйте силы в партнёрской программе!

Партнерский маркетинг предполагает долгосрочное сотрудничество с более крупной организацией и продвижение их товаров, услуг, бренда на своих ресурсах с получением вознаграждения. Для владельцев сайтов с хорошим трафиком – это, пожалуй, самый удачный способ непыльного заработка.

Ничего сложного делать не придется – вы размещаете предоставленные рекламные материалы на своем сайте, заинтересованные посетители переходят по ссылкам, а вы получаете бонус за сделки, которые были совершены с вашей подачи.

Все рекламодатели и партнёрки различаются по условиям сотрудничества. Далеко не каждая программа подойдет вам. Например, рекламные вставки с рекомендациями о покупке автозапчастей будут выглядеть странно на сайте для молодых мамочек. Подбирайте партнера, чьи услуги будут полезными для вашей аудитории. Чем больше заинтересованных людей – тем больше вы получаете.

Важную роль в выборе партнера играют условия оплаты. Выделяют 4 основных варианта.

1. **Оплата за клики.** Вы получаете оговоренную сумму за каждый переход по партнерской ссылке, независимо от того, была ли совершена покупка.
2. **Оплата за показы.** Вы получаете деньги за количество показов рекламных материалов. Традиционно оплачивается каждая тысяча показов. Количество

переходов по ссылке не имеет значения и не учитывается для формирования вознаграждения.

3. **Оплата за продажу.** Вы получаете процент с каждой покупки, совершенной по переходу с вашей ссылки.
4. **Оплата за действия.** Вы получаете вознаграждение за выполнение вашими пользователями определенных действий на сайте рекламодателя (регистрация, скачивание, просмотр видео, заполнение анкет).

Выбирайте только надежные организации с хорошей репутацией, обходя стороной букмекерские компании, онлайн-казино и финансовые пирамиды, которых на рынке партнерских программ очень много. Искать партнеров можно самостоятельно или воспользоваться услугами бирж.

Одной из самых надежных, проверенных и выгодных партнерок рунета можно назвать партнерскую программу от компании AMS Software. Это один из крупнейших в России разработчиков софта для обработки фото и видео. На рынке уже более 15 лет. Ключевые особенности партнерки — высокий процент с продаж и гарантия постоянных выплат. Кроме того, сотрудничая с AMS, вы можете быть уверены, что рекламируете качественные и полезные продукты, которые знают и любят сотни тысяч людей по всему миру.

Информацию об условиях участия, принципах работы и системе выплат вы найдете в следующем пункте.

AMS SOFTWARE: ПАРТНЕРСКАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ ВСЕХ

[Партнерская программа AMS Software](#) успешно функционирует с 2013 года и постоянно пополняется новыми участниками. Вступив в программу, вы будете продвигать отечественный лицензионный софт и тем самым не только получать прибыль, но и способствовать борьбе с пиратством. Никаких сложных действий выполнять не придется — вам нужно лишь размещать ссылки на программы разработчика в Интернете и вы будете получать процент с каждой покупки по вашей ссылке.

В партнерской программе участвует не один продукт, а сразу 10 программ различной направленности – фото- и видеоредакторы, конвертер, софт для захвата экрана, а также приложение для оптимизации работы ПК. Такие продукты будут интересны широкой аудитории, а, значит, среди посетителей вашего ресурса точно найдется немало желающих воспользоваться этими программами.

Тем не менее, заводить для рекламы свой сайт вовсе не обязательно — стать участником партнерки от AMS может любой желающий. Всё, что вам потребуется для заработка, — доступ в Интернет и энтузиазм.

Условия участия в программе

1. Партнером может стать любой человек, достигший 18 лет.
2. Участие в партнерской программе — бесплатное и не ограниченное по времени.
3. Размещать партнерские ссылки разрешено на любых сайтах, кроме тех, что нарушают российское и международное законодательство.
4. Запрещено продвигать продукты с помощью контекстной рекламы, содержащей название программ AMS и сам бренд разработчика.
5. Процент с продажи одной программы составляет **50%**.
6. Участник программы имеет постоянный доступ к достоверной статистике скачиваний и установок по своим ссылкам в Личном кабинете.
7. Участник программы не получает процент с продажи программ самому себе.
8. Выплаты производятся по запросу участника, не чаще 4 раз в месяц.

AMS Software не ограничивает партнеров в выборе способа и площадки для продвижения. Единственное условие — соблюдение законодательства. Хотите — просто поделитесь ссылкой с друзьями в соцсети, а хотите — подготовьте целую статью с описанием преимуществ софта. Вы также можете привлекать для участия в программе других партнёров и получать 20% с их дохода без ограничений по времени.

Принципы работы партнерской программы

1. Зарегистрируйтесь на сайте

Для регистрации вам нужно просто ввести свой e-mail в специальное поле. После регистрации вы получите электронное письмо с доступом к Личному кабинету на сайте партнерской программы.

2. Изучите Личный кабинет

В Личном кабинете вы найдете все необходимое для старта продвижения и даже больше. Во—первых, в первой же вкладке будут доступны ваши партнерские ссылки. Их вам и предстоит распространять. Вам не придется тратить время на изучение преимуществ программ, которые вы будете рекламировать, — вся информация о них есть в Личном кабинете. Там же вы найдете уже готовые статьи, тексты рассылок и графику, которые сможете свободно использовать на своих ресурсах. Достаточно просто скопировать их html-код.

3. Разместите ссылку

Добавьте партнерскую ссылку на свой сайт или на любой другой ресурс, не противоречащий правилам. Старайтесь выбирать страницы, на которые потенциально заходит большое количество людей. Как правило, это соцсети, форумы, тематические сайты, отзывы и т.д. Ваши посетители будут переходить по этим ссылкам и скачивать программу. Как только пользователь, скачавший софт по вашей ссылке, купит её, вы получите 50% от стоимости продукта.

4. Отслеживайте свои успехи в Личном кабинете

В Личном кабинете можно в любое время просматривать число переходов по вашим ссылкам, число скачиваний и количество оплаченных заказов. Как только на вашем счету накопится необходимая вам сумма, вы сможете вывести деньги на свой кошелек WebMoney или Яндекс.Деньги.

Преимущества партнерской программы AMS Software

- *надежность и стабильная работа;*
- *высокий процент выплат – 50 % (для сравнения средний процент других партнерок 5–10%);*
- *продвижение качественных и актуальных цифровых продуктов;*
- *широкая аудитория;*
- *почти полное отсутствие ограничений в способах и ресурсах продвижения;*
- *помощь в продвижении в виде готовых материалов и подсказок.*

Продавая софт компании AMS Software, вы будете получать 50% от их стоимости. Учитывая то, что стоимость программ варьируется от 690 до 3000 рублей, вы сможете сделать заработок на этой партнерке один из своих основных. Общая сумма выплат, разумеется, зависит во многом от площадок, которые вы выбираете, и от того, как именно вы рекламируете софт в окоссылочном тексте. При малой активности вы можете зарабатывать до 5000 в месяц. Однако, если подойти к вопросу серьезнее и находить трастовые тематические площадки с большим числом потенциальных клиентов, то на партнерке AMS можно зарабатывать до 30 тысяч рублей в месяц!



Чтобы стать партнером компании AMS Software зарегистрируйтесь на сайте – <http://ams-partner.ru>

Подробнее ознакомиться с условиями участия можно по этой ссылке – <http://ams-partner.ru/article/conditions>.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Миллионы людей всего мира, создав свои ресурсы и позаботившись об их продвижении, зарабатывают себе на довольно-таки безбедную жизнь. Когда сайт уже раскручен, он 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 уже их.

Конечно же, хорошо ощущаемая прибыль идет только с популярных и посещаемых веб-страниц. Поэтому не забывайте о строгой последовательности. Первый этап – создание, продвижение и раскрутка ресурса, и только потом второй, – реализация возможностей заработка.

Раскрутка сайта – это искусство затрагивающее 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.