

# Линкбилдинг – «проклятье» сеошника: откровение специалиста

В работе IT и SEO специалистов есть сложности, о которых просто не любят говорить. Научить в трех словах нельзя. Даже после детального изучения остается вероятность получения на практике непредвиденного результата. Для SEO-шников такой трудностью считается продвижение сайтов посредством ссылок – линкбилдинг, если сказать короче.





Издание Search Engine Land опубликовало откровенное интервью американки Джули Джойс, имеющей собственный опыт в этой области. Seo-специалист поделилась своими впечатлениями от общения с клиентами и донорами площадок, где размещались ссылки для продвижения.

## Проблематика вопроса

SEO-специалист, приступая к работе должен ознакомиться детально с продвигаемым проектом. Определить навскидку даже примерно количество требующихся ссылок и невозможно. Аналогично этому при поверхностном взгляде нельзя определить вероятное влияние ссылок со страниц донора.

Желание клиента продвинуть сайта строится на том, что конкурент имеет больше мест в ТОП выдачах Гугл или Яндекс. Анализируя два похожих ресурса, часто приходится видеть, что проигрывающая сторона имеет в десятки раз меньше линков. Поэтому кажется логичным

посоветовать заказчику увеличить ссылочную массу. Это все, что может сделать сеошник при беглом знакомстве с ресурсом.

Однако сегодня все чаще приходится слышать о качестве ссылок и это не пустые слова. Сеошники в лице Джули Джойс не в восторге от ситуаций, когда сайты, выстраивающие правильные отношения с поисковыми системами, оказываются в хвосте выдач. Тогда, как технически гораздо худшие ресурсы занимают первые позиции.

Но эти же факты заставляют серьезнее относиться к линкбилдингу, воспринимая его, как целый комплекс мероприятий, о котором стоит узнать подробнее.

## Длительность поиска подходящих ссылок

Несмотря на существование всевозможных агрегаторов ссылок предпочтение отдается ручному поиску подходящих доноров. На это может затрачиваться абсолютно разное время: от 30 минут до 40 часов. При этом появившийся в 2012 Google Penguin существенно увеличил качество результатов, но также и длительность работ. Инструмент определяет сайты, использующие спам-техники обратных ссылок.

Но несмотря на надежность механизма от Гугл, поиски подходящих площадок могут затягиваться на месяцы. При этом довольно часто приходится вступать в переговорный процесс с владельцами донорских ресурсов. Но ситуация усложняется не идентифицированным фактом общения. О вас не знают и за выходные уже забыли. Но площадка все еще нужна и спустя время переговорный процесс о размещении бэклинков возобновляется.

Стремясь сформировать качественную ссылочную массу, много времени уделяется именно поиску

доноров, отвечающих требованиям: техническим, тематическим, прочим. Сеошнику приходится прорабатывать по 100 страниц, чтобы извлечь из всего потока хотя бы 2-3 удачных площадки.

## Чудеса в решетке или, когда линкбилдинг – спасательный жилет

Владельцы бизнеса часто отказываются осознавать, что они располагают посредственным сайтом, продуктом или услугой. Репутация ресурса, бренда тоже бывает далекой от идеальной или хотя бы просто положительной. Но даже в ситуации, когда проект заслуживает внимания и одобрения, продвижение посредством линкбилдинг не кажется легким.

Основные трудности заключаются в настроении доноров площадок. Сегодня владелец такого сайта хочет поместить ссылку, завтра – нет. Причем ситуация в корне меняется даже, когда уже достигнуты договоренности о размещении линка. Возможно когда-нибудь этот процесс станет регулируемым и вероятные штрафы за несоблюдение условий появятся. Но пока понятие «неустойка» для интернет-порталов не рассматривается.

Между тем, сеошник не может отвечать за действия владельца площадки донора. Однако объяснить заказчику, в чем собственно проблема довольно трудно. Как результат, у клиента складывается впечатление, что к его проекту отнеслись недостаточно серьезно. И это несмотря на затраченные усилия со стороны специалистов.

## Что не так с площадками донорами?

Зачастую веб мастера достойных ресурсов не так уж готовы сотрудничать. Исключение составляют лишь хорошо сделанные ссылки, ведущие на сайты с подобранной тематикой и качественным контентом.

В остальных случаях, ссылки становятся головной болью сеошника. Среди популярных технических трудностей такие:

- нерабочая ссылка;
- переход по ссылке ведет не на ту страницу, о которой договаривались;
- анкор окружен отпугивающим фоном;
- прочие неурядицы более серьезного масштаба.

Чтобы внести изменения вновь приходится писать веб мастерам и договариваться заново о внесении соответствующих изменений. Утешает только факт, что возникающие проблемы – это результат технического сбоя или недосмотра. Поэтому пусть долго, но добиться появления ссылки на площадке донора в подходящем виде все-таки можно.

## 404 долой из виртуальной жизни

Ошибка, которая мало кого радует. Причем она невыгодна обеим сторонам, как вебмастеру, так и клиенту, заказавшему продвижение по ссылкам.

Сама Джули Джойс – опытный сеошник и высказалась по поводу линкбилдинга однозначно: это «проклятье» для конкретной профессии, редко дающее удовлетворение результатом. Старание - почти всегда недооцененное заказчиком.

