

# Внутренняя перелинковка: ее роль в росте позиций сайта

Удобная навигация ресурса и распределение веса ключевых слов достигается с помощью внутренней перелинковки сайта. Юзабилити пользователей и лучшая индексация страниц поисковыми ботами – это две основных причины для ее применения. Грамотная перелинковка способствует лучшему продвижению ресурса по ключевым запросам. Под этим подразумевается не только правильность написания слов, но также техническая реализация задачи.





Результатом применения гиперссылок должно быть следующее:

- настроена поисковая навигация;
- достигнуто юзабилити для пользователей;
- повышена конверсия за счет применения ссылок с призывом.

Скрытой целью перелинковки может быть желание продвинуть страницу X, а не ту, что выберет поисковый бот. Достигается это применением специальных схем.

## Автоматическая перелинковка

В общих случаях ресурсы имеют собственные карты сайта. Наличие такого объекта облегчает внутреннюю навигацию. Одновременно с этим PR распределяться равномерно по страницам

площадки. Получается циклическая обратная связь между каждой отдельно взятой страницей ресурса и картой сайта.

Когда добавляется новая статья, она также должна быть задействована в перелинковке. В автоматической модели, ориентируясь по snippetу и alt, которые задаются во время публикации, система сама выбирает релевантные страницы и организует вывод ссылок на них. Плюс метода – в высокой оптимизации процесса, но минус – создается нагрузка на сервер.

Для автоматической перелинковки могут использоваться внутренние ссылки с ключевыми анкерами, размещаемыми в статьях. Этот метод считается приоритетным для продвижения сайта по ключевым запросам.

Метод «хлебные крошки» актуален, когда имеется высокая вложенность страниц. Если сделать видимым путь к главной странице ресурса: переходы по категориям, подкатегориям, - пользователю будет удобно. Где каждый шаг – ссылка. При этом поисковые системы также одобрительно воспринимают подобные схемы. В результате чего ссылки хорошо индексируются и приносят свой вклад в «вес» страниц.

## Ручная перелинковка

Один из важных принципов такого метода - обеспечить выполнения следующего: новые документы ссылаются на старые. Из всех существующих схем перелинковки наиболее популярными считаются кольцевая и карусельная.

Отличаются они способом передачи веса. В первом случае он передается от одной странице к другой, и каждая ссылается на главную. При этом количество колец может увеличиваться.

При карусельном варианте, наоборот, с главной страницы идут ссылки на категории, подкатегории и т.д.

Выбор метода перелинковки зависит от структуры сайта, а также стратегии продвижения. Одной из перспективных возможностей считается рост позиций по низкочастотным запросам.

## Доноры: основные представления о них

Каждая страница сайта обладает авторитетностью, чаще «весом». Этот параметр зависит от числа ссылок с внешних ресурсов. Наиболее значимый объект берут в качестве донора, чтобы передать часть «веса» другим, менее авторитетным страницам сайта (вместо главной). Ожидается их лучшее ранжирование в поисковых выдачах.

При этом возникает логичный вопрос, как много ссылок можно размещать. Ведь передавая часть «веса» акцепторам уменьшается доля значимости того, что передается каждому из них. В итоге приоритетная страница может недополучить той нагрузки, которую ей необходимо передать.

Но даже, если нет предпочтительного акцептора, результат от перелинковки будет «смазанным» с размещением более, чем 100 бэклинков. Эта цифра взята из отчетов Гугл, большее количество обнаруженных ссылок специфичным образом отсекается системой. Еще одна причина, чтобы не превышать этот лимит – читабельность объекта в целом. Перенасыщение линками негативно воспринимается пользователями.

Выбирая донора учитывают наличие уже существующих ссылок. С одной страницы на другую допускается лишь одна ссылка. Остается только определить наиболее значимые объекты.

# Инструменты для определения «веса» страниц

Для выполнения конкретно поставленной задачи могут использоваться всевозможные приложения, функционирующие в рамках аналитического софта.

Сразу два бесплатных инструмента: Google Search Console и Google Analytics. Для использования каждого из них достаточно зарегистрироваться в системе и подключить к ним сайт. Работа этих сервисов сегодня прозрачна, в аккаунте пользователи найдут нужные подсказки, а также видеоролики, что позволяет быстро получать требующуюся информацию.

Удобен в использовании платный SemRush. Свободная версия имеет функциональные ограничения. Инструмент позволяет определять органический трафик. Для донорства выбирают страницы с хорошей видимостью по ключевым словам. Учитывают генерацию трафика, чем выше, тем более подходящий объект.

Ahrefs для поставленной цели предлагает расширенный функционал:

1. Есть отчет посещаемости для каждой страницы.
2. Видно количество ссылок с доменов –доноров для каждого объекта.

В остальном сервис также удобен, как предыдущие. Понятный интерфейс и навигация. Фильтрация позволяет анализировать только значимые параметры для конкретных целей.

Последний инструмент, о котором будет упомянуто в изложении – SerpStat (платный). Он также позволяет определять трафикогенерирующие страницы.

Составив список доноров следует определиться с акцепторами.

## Перелинковка: куда и по каким ключам?

Принцип отбора формулируется двумя пунктами:

- низкий трафик;
- нулевое или слабое относительно других страниц сайта продвижение по ключевым запросам.

Отобрать подобные объекты поможет любой из перечисленных ранее инструментов. Только теперь вместо «наибольший», «лучший», «Лидер», придется переключиться на «худший», «минимальный» и т.д. Подход такой же, как при поиске доноров используются предлагаемые сервисами фильтры.

Для роста позиций по ключевым запросам берутся страницы из выдачи Гугл ниже ТОП 10. При условии удачной выбранной схемы перелинковки и правильной ее реализации можно добиться попадания в первые десять позиций SERP. Требуется уточнения тот факт, что этот механизм действенен для НЧ запросов.

## Продвижения по низкочастотным запросам

Этот метод эффективен в условиях применения к внутренним страницам сайта. Наиболее часто используется для интернет-магазинов. Используется кольцевая схема перелинковки. При этом для индексирования оставляют открытыми только ссылки ведущие к следующей ступени сайта (главная – раздел-подраздел). Все переходы на каждом из этапов замыкают в кольцо. Лишние ссылки или ведущие не к тому объекту закрывают с помощью тега .Для определения низкочастотных запросов

можно использовать все инструменты, описанные выше (есть и другие). С Google Search Console, например, можно получить НЧ запросы и позиции по ним. Для продвижения интересны ключевые фразы, с которыми сайты занимают места с 11 по 20. Их и используют для продвижения, передавая трафик от донора (например, главной) к акцептору (разделам или подразделам ресурса). На свои аналогичные по релевантности страницы дают ссылки.

## Текст анкоров для перелинковки

Релевантность – одно из основных требований. Суть продвижения по НЧ запросам не упирается исключительно в угождении поисковикам. Необходимо получить поведенческую отдачу клиентов. Поэтому фразы должны быть естественными, понятными.

Переходе по ссылке пользователь должен получать то, что ему обещано. Анкоры на сайте не должны полностью повторяться. Одинаковые «склеиваются» и никакой выгоды из этого не будет. Слова в анкорах можно не только склонять, но также разбавлять, менять местами и т.д.

Если имеются ссылки в виде картинок, но это нежелательно, изображение закрывают для индексации. Примерно также избавляются от большого числа ссылок. Но последнее время стали говорить о том, что `rel="nofollow"`, `< noindex >` и JavaScript - не дают ожидаемого результата. Ссылка закрывается, но вес не остается прежним. Для решения используются ручные скрипты. С их помощью добиваются восприятия анкора, как обычного текста. Тогда вес сохраняется.

## Подведем кратко итоги

После всех проделанных манипуляций возникает вопрос о том, когда станет заметен результат. Под этим конечно, подразумевается перевод сайта со второй страницы поиска на первую. На это может уйти от одного до двух месяцев. Но в своих отчетах заметить изменения в лучшую сторону удастся в течение недели. Для этого надо сделать вывод результатов ежедневным.

---