

Путенихина Екатерина Николаевна

студентка

Институт сервиса и отраслевого управления
ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»

г. Тюмень, Тюменская область

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ САЙТА

***Аннотация:** в статье рассмотрены поведенческие факторы при продвижении сайта. Особое внимание уделяется отрицательным аспектам использования поведенческого фактора.*

***Ключевые слова:** поведенческие факторы, поисковая система, страница выдачи, SEO-продвижение, ранжирование.*

Поведенческие факторы – набор факторов, с помощью которых поисковая система присваивает позиции на странице выдачи.

Поисковая система замеряет такие данные с сайта, как время пребывания на сайте, страницу входа, страницу выхода, количество просмотренных страниц.

Вся эта совокупность данных составляет поведенческие факторы, иными словами, чем дольше пользователь находится на сайте и получает полезную информацию, тем полезнее Ваш сайт и тем выше у него поведенческие факторы, соответственно он заслуживает более высоких позиций в поисковой выдаче на основе именно поведенческих факторов.

Накрутка поведенческого фактора относятся к дешёвому методу SEO-продвижения.

В 2018 году Яндекс анонсировал о начале применения алгоритма по отлову пользователей, накручивающих поведенческий фактор. Существуют специальные программы для накрутки поведенческого фактора, которые позволяют совершать накрутку автоматически. Этот метод продвижения сайта стоит относительно недорого.

Как работают такие программы? Некие роботы заходят на сайт и совершают определенные имитации действий на сайте. До недавнего времени Яндекс не мог

определить искусственную накрутку, результатом таких накруток становилось то, что сайт резко поднимался в топ на странице выдачи при том, что владелец сайта совершил небольшие финансовые вложения. Особенность заключается в том, что Яндекс гораздо хуже ранжирует ссылки чем поведенческий фактор.

Принцип работы алгоритма отлова роботов от Яндекса (от 2018 года). Отлов осуществлялся по «мискликам», то есть когда робот промахивался по кнопкам. Алгоритм отыскивал таких пользователей и проверял насколько часто и периодически производиться накрутка, учитывая то, что это возможно делали конкуренты и банили сайт.

За накрутку поведенческого фактора Яндекс выдает «бан» (фильтр) на целых 8 месяцев, для бизнеса это равносильно катастрофе, даже если восстановить сайт через 8 месяцев, возможно бизнес уже прекратил свое существование.

Существует еще один вид накрутки поведенческого фактора, когда накрутку осуществляет не робот, а человек так называемая SEO-тусовка.

Как это работает? Владелец сайта просит пользователя найти сайт в Яндексе, ввести поисковый запрос, после перехода на сайт сделать определенный заказ. Этот человек должен оценить удобство использования сайта. Пользователь совершает определенные действия на сайте и уходит. Таким образом этот поведенческий фактор не сделан роботом и Яндекс ничего не может с этим сделать. За счет этого данный сервис дешевый, существует и позволяет зарабатывать студентам, позволяет продвигать сайты за копейки, так как достаточно купить 100–200 таких визитов и владелец сайта получает продвинутый сайт в Яндексе за небольшие деньги.

Многие SEO-студии стали таким образом продвигать сайты. Но это чревато последствиями. В конце 2018 года Яндекс анонсировал новый фильтр «Андромеда». Фильтр предназначен для отлова таких пользователей из SEO-тусовки и Яндекс в любом случае борется с подобным методом продвижения.

Яндекс выделяет 4 ключевых показателя для продвижения сайта:

- время пользователя на сайте;
- количество просмотренных страниц;

- страница входа;
- страница выхода.

Оценка сессий всех пользователей их идентичность и вариативностью схожесть для вашего типа сайта и вашего типа бизнеса определяет эффективный был визит или нет.

В Google поведенческий фактор хоть и является важным фактором в ранжировании, но как показала практика, его накрутка никак не влияет на позиции. Google умеет отличать сессию случайного пользователя, от накрученного пользователя и робота.

Был замечен такой факт, что все пользователи, которые заходят в браузер без истории просмотров, допустим с удаленной истории или с инкогнито, ни оказывают никакого влияния на поведенческий фактор.

В чем же заключается опасность накрутки поведенческих факторов? Используя такие методы нарушается лицензионное соглашение Яндекса. В поисковой системе есть свои требования, создавая и запуская сайт владелец негласно подписывается под этими условиями, обязуется и должен выполнять требования, которые устанавливает поисковая система. Если мы играем с сайтом не по правилам поисковой системы, то попадаем в зону риска и сайт может быть наказан. Каким образом наказываются сайты? Страницы могут быть понижены в поиске либо вовсе исключены, и, чтобы исключить результаты этого наказания, потребуется очень много усилий и времени для того, чтобы переписываться с технической поддержкой Яндекса и постепенно восстанавливать его в поиске.

Пользоваться накруткой поведенческих факторов или нет, каждый для себя решает сам. Стоит помнить о существующих методах накрутки, как работают эти факторы, как поисковые системы их учитывают и в чем опасность манипуляции с поведенческими факторами сайта.

Список литературы

1. ConvertMonster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://convertmonster.ru/blog/seo-blog/povedencheskie-factory-ranzhirovaniya/> (дата обращения: 20.01.2020).

2. -UMI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://umi.ru/blog/nakrutka_povedencheskih_faktorov/ (дата обращения: 18.01.2020). – Текст: электронный.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5-е изд. – М.: Вильямс, 2016. – 752 с.