



Ищем концепцию для продвижения своего сайта. Скажите, какие методы продвижения в Интернете считаются неэтичными?

Отвечает Эдуард Зварич, руководитель интернет-студии «Майер»:

— Да, конечно, сейчас существуют приемы интернет-рекламы, которые противоречат сетевой этике. Мы рекомендуем нашим клиентам по возможности не прибегать к этим методам. Однако знание данных неэтичных инструментов продвижения в сети необходимо, так как это может помочь более эффективно противостоять им. Давайте разберем самые распространенные.

1. Спам. Все давно уже в курсе, что стоит за этим словом. И также в курсе, как большинство пользователей к нему относится. Однако к спамерам обращаются за помощью в продвижении и порой добиваются некой сомнительной эффективности. Действительно, для ряда специализированных товарных категорий спам дает высокую отдачу (медицинские, транспортные и туристические услуги; полиграфия и расходные материалы для офиса; товары и услуги общего потребления). Однако чрезмерное использование спама способно нанести серьезный ущерб имиджу компании. Именно поэтому в ряде случаев спам применяют для дискредитации конкурентов — недоброжелатели рассылают его от лица компании-жертвы.

2. Обман поисковых систем. Использование неэтичных приемов для подобного обмана поисковиков в широком смысле называется спамдексингом. Основные приемы — размещение на сайте текста, невидимого пользователю, ввод на страницу большого количества ключевых слов, не имеющих отношения к тематике сайта, клоакинг, дорвеи и свопинг. Клоакинг применительно к поисковой оптимизации подразумевает предъявление обычным пользователям и поисковым роботам различной информации. Дорвеи, или страницы входа, представляют собой специально разработанные страницы для более высокого позиционирования по конкретным запросам в поисковых системах. Посетители,

заходящие на такие страницы, перенаправляются на нужный сайт. Аналогичная технология используется при создании гейтвеев — страниц, содержащих активные ссылки на продвигаемый ресурс. При использовании свопинга страницы сайта оптимизируются для достижения верхних позиций в поисковых системах. После того как нужное положение достигается, страницы полностью заменяют (либо их содержимое значительно изменяется).

В результате использования данных методов ваш сайт некоторое время может занимать высокие места в поисковых системах по ключевым запросам. Затем его, скорее всего, занесут в черный список, или так называемый «бан», и удалят из базы. В большинстве случаев основная причина обращения заказчиков к «черным оптимизаторам» — очень низкая цена и короткие сроки по сравнению с профессиональной оптимизацией.

3. Накрутка счетчиков. Существует множество компьютерных программ, благодаря которым можно накручивать счетчики посещаемости сайтов. Они в той или иной степени имитируют поведение реальных посетителей. Однако модераторы за подобные действия могут исключить такие сайты из рейтингов. Но куда более печально, если вас «застукают» ваши рекламодатели. В Рунете уже было по этому поводу несколько крупных скандалов...

Чтобы снизить подозрения рекламодателей о возможной накрутке, можно открыто предоставлять информацию о посещаемости на сайте.

4. Всплывающие окна. Это дополнительные окна браузера (как правило, меньшего размера), которые появляются при загрузке определенных страниц некоторых сайтов. У большинства пользователей это вызывает лишь раздражение. Однако, по мнению некоторых экспертов, они обладают куда большей эффективностью, чем баннеры. Если вы все же решите использовать данный метод, то следует делать это с большой осторожностью.

5. Тайпсквоттинг. Или захват доменов, похожих на домены известных компаний. Он основан на том, что пользователи при наборе часто совершают опечатки. Как правило, тайпсквоттеры гонятся за высокой посещаемостью сайтов. Но есть и другая сторона: часто данный метод используется для сознательного ухудшения имиджа известных интернет-проектов. Что характерно, например, для политрекламы.

В итоге тайпсквоттинг становится причиной судебных разбирательств. По нашему мнению, это один из наиболее непорядочных приемов интернет-продвижения.



Эдуард Зварич,
руководитель интернет-студии «Майер»

Образование:

высшее экономическое.
В рекламе с 2000 года. Первое самостоятельно созданное рекламное агентство — РИА «РЭК-Тайм». Последние шесть лет управляет рекламным агентством «Майер», в которое входят VTL-агентство, event-агентство, интернет-студия и типография. В Санкт-Петербурге находятся два офиса компании. Среди клиентов — крупнейшие компании Петербурга и всей России. Кроме того, «Майер» активно сотрудничает с иностранными компаниями.

Ответ искала Ольга Белихина