

Рекомендации для веб-мастеров

Уважаемый веб-мастер, если у вас возникли проблемы с ранжированием, индексированием, продвижением вашего сайта настоятельно рекомендуем изучить этот документ.

Эти рекомендации составлены на основе политик, правил, рекомендаций Google и личного

опыта ведущих / активных участников  [Справочного форума для веб-мастеров](#).

Если вы не нашли ответа на свой вопрос, воспользуйтесь поиском по форуму. В большинстве случаев ситуация аналогичная вашей уже рассматривалась и обсуждалась. Если и поиск по форуму не дал вам нужных результатов создайте новую тему максимально подробно описав суть проблемы, указав url сайта и скриншоты.

Q: Как связаться с техподдержкой Google?

А: Техподдержка веб-мастеров в Google отсутствует. Единственный способ получить ответ от сотрудника Google по вашему сайту - задать вопрос на Справочном форуме для вебмастеров. Сотрудник Google вам ответит в двух случаях - у него есть на это время; о вашей ситуации ему сообщили Ведущие участники форума.

Возможно часть вопросов отпадет, если вы прочтете - [Десять популярных SEO – мифов о продвижении в Google](#).

Если в созданной на форуме теме вы не указали ссылку на сайт, о котором идет речь:

Прочитайте [Правила форума](#).

Для того, чтобы помочь Вам в данной ситуации, необходимо знать, какие шаги по устранению неполадки Вы уже сделали самостоятельно. В Справочном центре, есть [специальный раздел](#), в котором описаны сценарии с распространенными ошибками и предоставлены шаги для их устранения. Для начала воспользуйтесь инструкциями в статьях:

[Объем трафика резко меняется или не соответствует реальности.](#)

[Мой сайт взломан](#)

[Вредоносное или нежелательное ПО](#)

Если они не помогут, ответьте в теме. При этом, по максимуму опишите суть проблемы, укажите url сайта, предоставьте скриншоты.

Q: На сайте резкий спад (нет) трафика, выпадение из выдачи.

А: Для начала нужно исключить возможные технические проблемы:

- В коде сайта (страницы) присутствует мета-тег `<meta name='robots' content='noindex,follow' />` или в настройках темы установлен запрет на индексацию сайта поисковыми системами.
- Проблемы в работе хостинга.
- Не настроена основная версия сайта (сайт доступен для поиска с www и без www). Зачастую поисковые роботы находят версии страниц с www и без, а это замедляет процесс индексации. Наличие дубликатов также приводит к "распылению" авторитета конкретных страниц. Без настройки 301 редиректа на основную версию Google считает версии с www и без разными сайтами.

- Проверьте корректность перехода сайта с протокола http на https. Возможно на сайте остались HTTP-ресурсы, из-за которых смешанный контент может негативно повлиять на безопасность и отображение некоторых элементов при просмотре вашего сайта через защищенное соединение. Ошибки, связанные со смешанным контентом, возникают, если основной HTML-контент веб-страницы загружается через защищенное соединение HTTPS, а дополнительные элементы (изображения, видео, таблицы стилей, скрипты) – через незащищенный протокол HTTP. Это повышает уязвимость блога и делает его менее удобным для пользователей. Проверьте, добавлена ли версия https в Search Console. Будьте готовы при переходе сайта с протокола http на https к **временному** падению трафика. Разработчики веб-браузера Google Chrome обещают пометить веб-сайты, которые используют простое HTTP-подключение с клиентом как небезопасные и предлагают всем другим веб-приложениям (User Agent) сделать то же самое. Таким образом, пользователям хотят дать понять, что это простое подключение не обеспечивает необходимого уровня безопасности при передаче данных. Предполагается, что теперь сам браузер будет различать типы безопасности подключения к серверу для уведомления об этом клиента: безопасное (Secure), сомнительное (Dubious) и небезопасное (Non-secure).

[Проверьте](#) доступность сайта.

Проверьте наличие [мер, принятых вручную](#). Добавьте ваш сайт с www и без www в Google [Search Console](#). Войдите в учетную запись вашего сайта в Search Console и проверьте информацию в подразделе “Меры, принятые вручную” раздела “Поисковый трафик”. При наличии мер, принятых вручную, следуйте указанным в сообщении рекомендациям, воспользуйтесь поиском по форуму.

Дополнительно [читайте](#) “Ошибки веб-мастеров при запросах на повторную проверку сайта в Google”.

Если причиной проблемы **не являются** технические неполадки в работе или ошибки в настройке сайта и/или меры, принятые вручную отсутствуют, вероятно воздействие одного или нескольких алгоритмов Google по отношению к вашему сайту за спам, не уникальный, бесполезный контент. Следует обратить внимание на то, что меры, принятые вручную, могут быть применены к сайту одновременно с воздействием соответствующих алгоритмов. По **этому отмена мер не всегда является полным решением проблемы**.

“При любом нарушении наших требований к качеству, мы можем принять меры, в том числе удаление из нашего индекса, в целях поддержания качества результатов поиска наших пользователей”.

Chris Nelson, Google Search Quality Team

Если сайт исчез из индекса, проверьте, нет ли в Search Console сообщения:

“На сайте [...] серьезные проблемы со спамом”

Это означает, что Ваш сайт настолько выходит за рамки Рекомендаций Google для веб-мастеров (<https://goo.gl/7JYbv6>), что только радикальные, крупномасштабные изменения на нём позволяют рассчитывать на успешный запрос на повторную проверку. Мы не рекомендуем Вам подавать следующий запрос на повторную проверку, пока Вы не внесете на сайт принципиальные и существенные изменения. В противном случае, маловероятно, что Ваш запрос приведет к включению сайта в индекс. Если данной информации Вам недостаточно, Вы можете обратиться за советом к экспертам на нашем форуме для веб-мастеров .

Еще одна причина - наличие жалоб правообладателей за незаконное использование объектов авторских прав. Если у вас на сайте есть такой контент, проверьте есть ли внизу страниц поисковой выдачи сообщения от [Chilling Effects](#) о наличии жалоб. **Google с августа 2012 года**

учитывает в качестве сигнала ранжирования количество действительных уведомлений о нарушении авторских прав. Сайты с большим количеством таких уведомлений могут оказаться ниже в результатах поиска. [Обучающая статья>](#)

Андрей Липатцев - видео ответ на вопрос [Почему мой сайт не индексируется?](#)

Q: Сайт очень плохо ранжируется в результатах поиска.

A: Для начала ознакомьтесь с рекомендациями Андрея Липатцева — [Почему мой сайт не в ТОПе](#). Также читайте [почему у сайта низкий рейтинг](#) в результатах поиска.

Позиции сайта не присваиваются ему раз и навсегда. В первое время страницы нового сайта могут ранжироваться без учета некоторых факторов, которые для этого сайта еще не выяснены. Могут быть не сразу определены полные и нечеткие дубликаты страниц, контент, скопированный с других сайтов, слабо наполненные страницы, некачественные тексты и другие недостатки сайта. Но в дальнейшем они скажутся и сайт теряет первоначальные позиции.

Также играет роль "ссылочное окружение": кто ссылается на Вас и на кого ссылаетесь Вы. **Неестественность ссылок, не естественная динамика** их изменения также могут повлиять на позиции страниц сайта в выдаче.

Главное, что необходимо помнить: задача поисковой системы – поиск информации по запросам пользователей. Поисковая система стремится выдать разнообразную информацию, соответствующую запросу, а не повторы одного текста. Поэтому при прочих равных условиях шанс на высокие позиции есть у сайта с оригинальным контентом. Если сайт наполнен текстами, которые уже не раз были размещены в сети, удержать высокие позиции в поиске очень сложно.

Могут быть временные изменения выдачи, связанные с обработкой поисковой системой больших объемов информации. Поисковый индекс постоянно меняется, поэтому **потеря позиций на день-два – еще не повод для паники. Время от времени корректируются алгоритмы поиска и ранжирования, что также приводит к неизбежному перераспределению позиций сайтов в выдаче.**

Сделайте анализ конкурентов, используйте их уникальные запросы для создания актуального и полезного контента на своем сайте.

Воспользуйтесь для этого сервисами:

[Serpstat](#)

[SEMrush](#) (видео обзор на [русском языке](#))

[Ahrefs.com](#)

[Majestic.com](#)

[Netpeak Spider](#)

Проанализируйте выдачу по вашим запросам. Если нужно, используйте парсинг результатов как из SERP, так и из указанных выше сервисов. **Сохраните результаты в Excel. Далее можете его загрузить в [answerminer.com](#) для дальнейшего анализа показателей.**

Рекомендуем воспользоваться сервисом [webceo.com](#) Система подтягивает данные по домену из Google Search Console, Google Analytics, Majestic SEO, SEMrush. Можно провести бесплатный SEO и технический анализ. В платной версии возможности намного больше.

Тематическая статья [Как подобрать ключевые слова](#)

Скорость загрузки сайта очень важна. По [информации](#) Google, 93% ведущих маркетологов считают, что **улучшение скорости для мобильных сайтов и приложений помогает повысить показатели удовлетворенности клиентов.**

Оптимизированный сайт должен загружаться меньше, чем за 3 секунды. Рекомендуется [проверять тут](#). The New York Times утверждает, что достаточно разницы в 0,25 секунды при загрузке, чтобы люди предпочли один сайт другому. [Как ускорить загрузку страницы](#) (howto для вебмастера).

Дополнительно читайте статью на Хабре — [Некоторые особенности продвижения сайтов в Google](#).

Не забывайте о том, что **основной тренд Google - мобильность**. В Украине проникновение смартфонов составляет 28%, при этом среднегодовой процент роста количества смартфонов достигает 38%. И от квартала к кварталу в Google наблюдают рост мобильного трафика на 15%. Почти 40% трафика в Украине сегодня приходят с мобильных устройств. **Поэтому если у компании нет приложения или мобильной версии сайта, она теряет 25% клиентов.** Такие цифры на конференции iForum 2016 озвучил директор Google Ukraine Дмитрий Шоломко. Когда у людей есть негативный взаимодействия с брендом на мобильных устройствах, вероятность приобрести что-то у этого бренда в будущем [на 60% меньше](#).

[Проверьте ваш сайт](#). [Инструмент от Google](#). Сервис [автоматического сжатия](#) изображений сразу на всем сайте. Важную роль играет удобство пользования сайтом. Проверьте уровень [веб-доступности](#).

[Qualys SSL Labs](#) - позволяет оценить ваш сайт в отношении безопасности SSL-сертификата. Предоставляет очень подробную техническую информацию. Советуем системным администраторам, аудиторам, инженерам по интернет-безопасности для выявления и наладки “слабых” параметров.

Полезные инструменты Ahrefs:

- Unlinked Domains - это отличная возможность найти новые платформы для построения ссылок через запрос к Content Explorer;
- Keyword Ranking History позволяет просматривать историю любого ключевика в отчете Organic Keywords Site Explorer-a;
- Competing domains и Competing pages покажут сайты (страницы), с которыми у вас есть общий поисковый трафик.
- Content gap поможет найти ключи, по которым в гугле есть ваши конкуренты, но не вы.
- Link-intersect - покажет сайты, которые ссылаются на ваших конкурентов, но не ссылаются на ваш.

Q: Почему микроразметка не отображается (не полностью отображается) в результатах поиска

После того как вы разметили содержание вашего сайта, вы можете проверить его с помощью инструмента проверки структурированных данных - [Structured Data Testing Tool](#). Google обнаружит разметку при следующем сканировании вашего сайта (это может занять некоторое время). Когда алгоритмы Google обнаружат технически правильную разметку на странице, используются различные сигналы для определения необходимости показа расширенного

описания, включая [Webmaster Quality Guidelines](#) and [Structured Data Policies](#). В результате, правильно размеченное содержание не всегда может вызвать расширенные описания в результатах поиска.

Наш первый приоритет в Google - помочь нашим пользователям найти релевантные ответы на их поисковые запросы. Высокое качество структурированных данных не должно вводить в заблуждение пользователей.

Структурированные данные должны точно отражать тему и содержание на странице, например текст, изображения и видео. Например: Страница о рецептах ужина может использовать структурированные данные для описания рецепта, список ингредиентов, описания приготовления.

Мы выполняем алгоритмические и ручные проверки качества для обеспечения соответствия стандартам релевантности структурированных данных. В тех случаях, где мы видим структурированные данные, которые не соответствуют этим стандартам мы **оставляем за собой право принимать ручные меры** (например, отключить расширенный снипет для сайта) ...

Принятые в отношении сайта меры влияют только на неотображение расширенных описаний в выдаче. Размеченный контент должен быть виден пользователю. Нельзя просто так разметить скрытый от пользователя текст, как Вам удобно.

Это никак не отразится на позициях Ваших страниц в результатах Google, но в таком виде мы не будем использовать структурированную разметку на Вашем сайте для формирования расширенных описаний.

Андрей Липатцев (Google)

"Звёздочки" в частности и расширенные описания в целом не показываются для сайтов, где обнаружены приемы, выходящие за рамки рекомендаций по обеспечению качества, как например покупка ссылок, а также для страниц ниже определенного [порога качества](#). В данном случае я бы прежде всего продолжил работу по удалению когда-то купленных ссылок и ждал обновления со стороны Google.

Андрей Липатцев (Google)

Для начала стоит отметить, что технические оповещения, которые Вы видите в инструменте тестирования не имеют отношения к уведомлению о принятых в отношении расширенных описаний Вашего сайта мерах в ручную. Эти меры принимаются в том числе при наличии на странице размеченных рейтингов или отзывов, но невозможности их добавить, или при использовании разметки совокупного рейтинга на страницах категорий. Устранив такого рода нарушения, Вы можете отправить запрос на повторную проверку из Search Console. Одновременно с этим, я бы рекомендовал Вам заняться удалением ведущих на сайт покупных ссылок, так как при их наличии показ расширенных описаний может быть отключён автоматически, и простого их отклонения может оказаться недостаточно.

Андрей Липатцев (Google)

*После очередной регулярной переоценки сайта он оказался несколько ниже того порога, над которым для страниц сайтов отображаются расширенные описания. Какой-то одной причины или даже комбинации причин для смены оценки я привести не могу. Такие переоценки происходят постоянно и для всех сайтов. Учитывая что **показ расширенных описаний ни в коем случае не гарантируется**, я бы просто продолжал работать над*

сайтом, как и раньше, предоставив Google производить свои оценки и принимать соответствующие решения.

Замечу, что по запросу *site: расширенные описания могут и отображаться, так как для него действуют особые критерии.*

Андрей Липатцев (Google)

Разметку для отзывов в сниппеты главной страницы следует добавлять только в тех случаях, когда основная тема страницы – конкретный продукт или услуга. Обычно использование микроразметки на главной странице к указанным случаям не относится.

Gary Illyes, аналитик и инженер отдела качества поиска Google

Q: Учитывает ли Google поведенческие факторы для целей ранжирования?

А.: Нет, не учитывает. Смотрите видео ответ Андрея Липатцева.

<https://www.youtube.com/watch?v=wnZKO8n13C8&feature=29m00s>

Дополнительно читайте:

John Mueller - I wouldn't assume it [user behavior] is something that #Google would pick up as a #ranking factor. <https://goo.gl/PrM6nE> - [@SeoTelegraph](#)

Использование кликов напрямую в ранжировании не будет иметь смысла из-за шума - Gary Illyes. - [Блоггер](#)

"Мы не учитываем данные, предоставляемые через Google Analytics при ранжировании. "Накликивание" на ссылки в выдаче через псевдо-сервисы, подобные юзератору и иже с ним, – бесполезная трата ресурсов для веб-мастеров, которые могли бы с большей пользой употребить их другим образом". "Мэтт Катс - такие показатели, как CTR и показатель отказов не принимаются во внимание в алгоритме ранжирования".

[Андрей Липатцев](#)

Q: Сайт получил меры за маскировку и скрытую переадресацию. Что делать?

А.: Рекомендуемые действия

Для начала ознакомьтесь с рекомендациями Google для веб-мастеров в отношении [маскировки](#) и [скрытой переадресации](#).

Затем устраните нарушения на своем сайте, выполнив следующие действия:

1. Воспользуйтесь инструментом [Просмотреть как Googlebot](#) в Search Console, чтобы найти страницы с нарушениями.
2. Сравните контент, который видит наш робот, с тем, что видит пользователь (то есть вы) при посещении сайта.
3. Если есть разница, то найдите и удалите контент, который не совпадает. Для этого необходимо просмотреть код сайта на сервере.
4. Проверьте, есть ли на сайте URL, которые перенаправляют пользователя не на те страницы, куда нужно.

Совет: Не забывайте проверить наличие подобных редиректов в мобильной версии сайта.

5. Проверьте, нет ли на сайте URL, которые перенаправляют по условию (например, только пользователей, которые перешли на сайт со страницы поиска Google, или посетителей с определенными IP-адресами).
6. Если на вашем сайте используются такие перенаправления, устраните их. Для этого необходимо просмотреть код сайта на сервере.

Совет: такие элементы кода чаще всего написаны на JavaScript или помещены в файл .htaccess. Также можно проверить систему управления контентом и плагины.

WAP-Click Black list

Неофициальный список некачественных партнёров.

(собиран по отзывам с форумов)

Замечены неоднократно:

onadvert.ru (<http://server-rotation.ru/>)

advagava.ru

viddirect.ru

richpays.com

bobook.ru

advmaker.net

Сайты *.bogacams.*

ads.exoclick.com - *мобильный редирект

myadcash.com, adcash.com - Malware

Подозрения у людей:

peoplegroup.su

www.directadvert.ru

rotaban.ru

soloway.su

cityads.com

energet.su

whitewap.ru

elevenmoney.com

sportbets.su

doublepimp.com

dditscdn.com

[Обсуждение сомнительных партнеров](#)

[Как обнаружить и устранить скрытую переадресацию для мобильных устройств](#)

Проверьте ваш сайт сканерами:

<http://sitecheck.sucuri.net/scanner/>

<https://rescan.pro/>

<http://secu.ru/online-services/redirect>

<http://www.web-malware-removal.com/website-malware-virus-scanner/>

<http://www.urlquery.net/index.php>

<https://aw-snap.info/file-viewer/>

<https://quttera.com/website-malware-scanner>

Результаты проверки сканерами можно получить быстрее, [используя эту форму](#).

Точка зрения Яндекс изложена в [Блоге для вебмастеров](#).

Сейчас многие вебмастера получают от Яндекса такие сообщения:

“Поисковый спам на Вашем сайте 30.06.2015

Здравствуйте!

Автоматическая проверка одного из Ваших сайтов показала, что на нём используются технологии, которые Яндекс считает поисковым спамом. Пользователи мобильных устройств, переходящие на него из результатов поиска, рискуют получить совсем не тот контент, который был проиндексирован поисковым роботом.

Ранее мы уже предупреждали вебмастеров о недопустимости использования таких приёмов на своих площадках. Недобросовестное поведение в отношении посетителей сайта может привести к понижению его позиций или исключению из Поиска.

Мы настоятельно рекомендуем Вам отказаться от поискового спама на своих сайтах.

Подробнее о других нарушениях и технологиях, которые Яндекс считает недопустимыми, читайте в Помощи.

--

Команда Яндекс.Поиска”

Q: Какие сроки рассмотрения/подачи запросов на повторную проверку?

A: Результат проверки запроса - **до двух недель**. Нужно понимать, что ваш сайт не один такой и специалистам нужно время.

Не спешите подавать запрос на пересмотр! Устраните все нарушения. Если на рушение за меры в отношении маскировки или скрытой переадресации - подавайте запрос не ранее, чем через месяц. При повторном нарушении - подавайте запрос не ранее, чем через 90 дней.

В отношении сроков отмены мер за вап-клик:

*“Обратил внимание, что на нашем форуме довольно часто стали появляться вопросы от веб-мастеров ресурсов, попавшихся на **маскировке или перенаправлении пользователей на мобильных устройствах**: “Редиректы снял(а). Когда пустят обратно в индекс? И почему пока не пускают?”.*

Если у кого-то из вас или ваших знакомых возникнет подобный вопрос, то полезно знать, что в команде по борьбе с веб-спамом (<https://goo.gl/bYQyc3>) работают, вопреки бытующим мнениям, не роботы, а специалисты, хорошо разбирающиеся в рынке и его тонкостях. Играть в игры по принципу: “поставил редирект, получил бан, снял редирект, вернулся, поставил редирект” мои коллеги не будут.

*Для того, чтобы восстановить доверие к ресурсу, один раз подорвавшему его **таким вопиющим образом, могут понадобиться многие недели и месяцы** - всё зависит от конкретной ситуации. Так что, тем, кого это затронуло, рекомендую взять отпуск, отдохнуть какое-то время и подумать о том, как дальше работать с пользователями без нарушения наших рекомендаций”.*

Андрей Липатцев, Google

[Источник](#)

*“Мы **повторно изучили** Ваш сайт и обнаружили несоответствия рекомендациям для веб-мастеров. Чтобы мы отменили ограничения, устраните проблемы и снова отправьте запрос. Замечание от специалиста, проверявшего Ваш сайт:*

*Мы обратили внимание, что Вы **уже не впервые** обращаетесь с запросом на повторную проверку. При этом, **меры в отношении Вашего сайта также принимаются не впервые.***

В ситуациях, **когда мы повторно выявляем** на сайтах содержание или механизмы, способные нанести вред или ущерб пользователям, нам **требуется дополнительное время** чтобы убедиться в подлинности и постоянстве действий, предпринятых для устранения такого содержания и механизмов. Мы рекомендуем Вам **взять некоторое время (не менее месяца)** на продолжение работы с сайтом и вновь обратиться к нам с предложением рассмотреть возможность его показа нашим пользователям по истечении этого времени. **Во многих случаях данная ситуация связана с мерами в отношении маскировки или скрытой переадресации.** Более подробно об этих проблемах в нашей справке: <https://goo.gl/nMd8pj>. Эта тема также обсуждается в нашем сообществе для веб-мастеров: <https://goo.gl/2KK03b>."

"Мы обратили внимание, что Вы **уже не впервые** обращаетесь с запросом на повторную проверку. При этом, **меры в отношении Вашего сайта также принимаются не впервые.** В ситуациях, когда мы повторно выявляем на сайтах содержание или механизмы, способные нанести вред или ущерб пользователям, нам требуется дополнительное время чтобы убедиться в подлинности и постоянстве действий, предпринятых для устранения такого содержания и механизмов. **Мы рекомендуем Вам взять некоторое время (не менее 90 дней)** на продолжение работы с сайтом и вновь обратиться к нам с предложением рассмотреть возможность его показа нашим пользователям по истечении этого времени. **Во многих случаях данная ситуация связана с мерами в отношении маскировки или скрытой переадресации.** Более подробно об этих проблемах в нашей справке: <https://goo.gl/nMd8pj>, а также в нашем блоге: <http://goo.gl/zr3eHn>. Эта тема также обсуждается в нашем сообществе для веб-мастеров: <https://goo.gl/2KK03b>."

Q: Как узнать попал ли мой сайт под “фильтр” (воздействие алгоритма) Google?

А: «Не знаю, смогу ли я дать вам конкретный совет. **Мы стараемся не делать этого [подтверждать воздействие] по отношению к сайтам, которые были затронуты алгоритмами.** По крайней мере, если это не какие-либо очевидные нарушения, на которые мы можем указать. Например, скрытый текст на странице и т.п. **Что касается поисковых алгоритмов, здесь мы, обычно, не можем дать какого-либо конкретного совета.** У нас есть различные инструменты для диагностики того, что происходит в поисковой выдаче. Это позволяет нам осуществлять двухуровневую проверку работы алгоритмов».

Джон Мюллер (John Mueller)

Лучший способ увидеть, избежал ли сайт воздействия алгоритма, - отслеживать органический трафик с помощью аналитики, обращая внимание на большие перепады. Затем следует проверить, подтвердили ли специалисты Google обновления.

Тематические статьи наших ВУ:

[У вашего сайта проблемы с Google?](#)

[Запросы на повторную проверку - типичные ошибки](#)

Q: Влияет ли ошибка 404 на ранжирование сайта?

А: Гэри Илш предельно чётко пояснил позицию Google: «Мнение, что ошибки 404 влекут за собой какие-ли наказания для сайта, в корне неверно».

«Веб изменчив, старые ссылки могут вести вникуда. Гуглоботу такие ссылки безразличны (читай, не влияют ни на какие показатели). Если вдруг вы найдете битые ссылки, то просто исправьте их, чтобы посетители могли нормально пользоваться сайтом. **Я бы не**

рассматривал эту проблему, как что-то важное с точки зрения SEO. Это просто часть работы по поддержке сайта - следить, чтобы ссылки были в актуальном состоянии».
Google's John Mueller

**Q: К сайту применены меры за бесполезное и не информативное содержание.
Как исправить ситуацию?**

A: Для начала несколько советов что такое полезный и информативный контент.

Текст (контент) должен быть:

- а) полезным;
- б) интересным;
- в) соответствующим тематическому профилю;
- г) актуальным для значимой части нашей аудитории.

Полезный — значит, что текст или даёт понятные ответы на какие-либо вопросы (как сделать, как работает, зачем нужно и пр.), или заставляет задуматься над какой-то проблемой (например, отраслевая публицистика, размышления о рынке и т. д.).

Интересный — текст легко читать, он написан без „воды“, псевдокрасивостей и витиеватостей, не перегружен канцеляритом. В общем, за мыслью автора следить легко и интересно.

Соответствие тематическому профилю.

Актуальный для аудитории — потенциальное количество читателей текста должно составлять какую-то значимую величину.

Тематические статьи ВУ нашего форума:

[Как убрать меры за неинформативное бесполезное содержание](#)
[Как Google определяет качество контента?](#)

[Справка](#) по неинформативному и бесполезному содержанию

После устранения нарушений отправьте запрос на повторную проверку.

[Запросы на повторную проверку - типичные ошибки](#)