

С развитием интернета постоянно росли и усовершенствовались возможности социальной коммуникации. Небольшие сервисы обмена мгновенными сообщениями сменились крупными социальными сетями с большим количеством возможностей. На сегодняшний день число зарегистрированных пользователей в социальной сети Facebook превышает полтора миллиарда. Предприниматели и маркетологи давно пользуются этим для продвижения своих товаров и услуг среди целевой аудитории. Далее в этой статье разберемся, как социальные сигналы влияют на SEO и как их использовать в поисковом продвижении сайтов.

Социальные сигналы. Их роль в SEO

Социальные сигналы – любые публичные действия пользователей в социальных сетях. Например, это могут быть посты, репосты, лайки, просмотры, голоса и др. Логично предположить, что они оказывают влияние на поисковое продвижение сайта. Ведь один из основных факторов, которые учитывает Google – удовлетворенность пользователя. Соответственно, хорошие отзывы, лайки и репосты в социальных сетях должны положительно сказываться на поисковом ранжировании.

Долгое время об этом ничего не было известно, сотрудники Google не давали никаких комментариев. В последствии появлялось все больше догадок. Ведь если поисковой робот учитывает авторитетность сайта с внешними ссылками, то каким образом он может вычислить авторитетность пользователя, поделившегося ссылкой в социальной сети? Собираются ли его персональные данные для определения интересов? Учитывается ли контент со ссылкой на продвигаемый сайт, опубликованный в социальной сети?

Впервые ситуация прояснилась после того, как Мэтт Каттс, бывший глава отдела Google по борьбе со спамом, выложил в открытый доступ видео со своими комментариями. По его словам, поисковые роботы используют в качестве сигнала ранжирования ссылки из Facebook и Twitter. <https://www.youtube.com/watch?v=ofhwPC-5Ub4>

Спустя четыре года он опубликовал новое видеообращение, в котором отметил, что Google не считает ссылки из Facebook и Twitter фактором ранжирования. Страницы этих социальных сетей обрабатываются, как и любые другие. <https://www.youtube.com/watch?v=udqtSM-6QbQ>

В 2018 году SEO-эксперт Зак Рамдани совместно с коллегой провели эксперимент, чтобы на практике выяснить влияние социальных сигналов на продвижение сайта в SERP. В результате своей работы он пришел к выводу, что между социальной активностью пользователей и позицией сайта в поиске есть существенная корреляция. Ссылка на исследование - <https://blog.hootsuite.com/social-media-seo-experiment/>

Таким образом, мы возвращаемся к одному из главных факторов внутренней оптимизации сайта – создание качественного и полезного контента для конечного пользователя. И хотя, по словам представителя Google, репосты в социальных сетях не относятся к отдельным ссылкам, нужно помнить о корреляции. Популярный контент на страницах в соцсетях, лайки и другая социальная активность способна улучшить позиции сайта в SERP. Однако не стоит забывать, что это не прямой фактор ранжирования.

Влияние социальных сигналов на SEO

Ниже рассмотрим, как социальные сети и социальная активность пользователей могут напрямую повлиять на SEO-продвижение сайта.

Улучшение поведенческих факторов и естественное привлечение ссылок

В социальных сетях зарегистрировано огромное количество потенциальных клиентов. Это нужно использовать для продвижения своего сайта, используя различные методы привлечения пользователей на продвигаемый ресурс.

Согласно статистике, если несколько сайтов будут в ТОП поиска по определенному запросу, скорее всего пользователь перейдет на страницу с узнаваемым названием компании или бренда. Нужно позаботиться об увеличении индекса CTR. Узнавание компании существенно повышает вероятность перехода на продвигаемый домен. Правильная стратегия работы с социальными медиа – эффективный способ привлечения целевой аудитории и, соответственно, повышения позиции в поисковой выдаче.

Известно, что алгоритм Google учитывает поведение пользователя на сайте, в частности, их количество и время пребывания. Социальные сети могут послужить дополнительным инструментом мотивации для перехода на продвигаемый ресурс. Более того, если контент на странице полезный и интересный, пользователи будут делиться ссылками на него, что так же позволит повысить рейтинг.

Увеличение показателей качества сайта в социальных сетях

Таковыми являются, например, лайки и репосты. Повышать эти метрики полезно вдвойне. Во-первых, большое количество положительных показателей будет сигналом для поисковых роботов о том, что контент страницы является интересным и полезным. Во-вторых, размещение на странице сайта виджетов социальных сетей с отображением статистики – важный шаг для удержания пользователя и получения новых клиентов.

Положительная статистика мотивирует читателя более подробно изучить материал, поделиться ссылкой на страницу со своими знакомыми и будет доказательством ее полезности для людей.

Youtube в SEO

Сегодня Youtube занимает второе место в рейтинге популярности поисковых систем после Google. В процессе продвижения в данной соцсети нужно учитывать, что большинство поисковых запросов в ней – некоммерческие. Но это не значит, что использовать Youtube в SEO-продвижении неэффективно. Наоборот, создание интересных тематических видеороликов с упоминанием продвигаемого сайта позволит получить больше переходов не только с самих роликов, но и с органической выдачи Google.

Не следует пренебрегать творческим подходом к созданию роликов. Опыт показывает, что создание интересных роликов про своих услуги или товары позволяет привлечь больше трафика, чем сухое и четкое описание. Например, если речь идет об интернет-магазине, можно снимать краш-тесты своих товаров для придания роликам

привлекательности. Если сайт предоставляет услуги, можно описать преимущества с необыкновенной стороны.

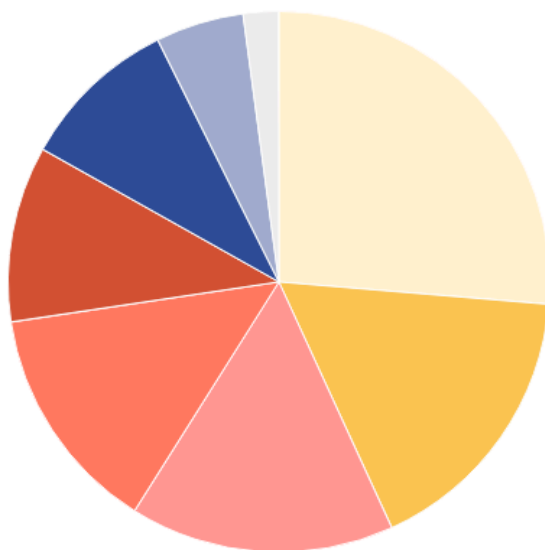
Правильная стратегия Youtube продвижения может сыграть важную роль в привлечении поискового трафика.

Google Local и Yelp для привлечения трафика

Чтобы повысить шансы на выдачу сайта в локальном поиске необходимо добавить свою компанию в список местных компаний для получения цитаты NAP. Вся предоставляемая информация должна быть правдивой и максимально точной. Сервисы Google Local и Yelp особенно подойдут для молодых, развивающихся, пока еще недостаточно известных компаний и магазинов.

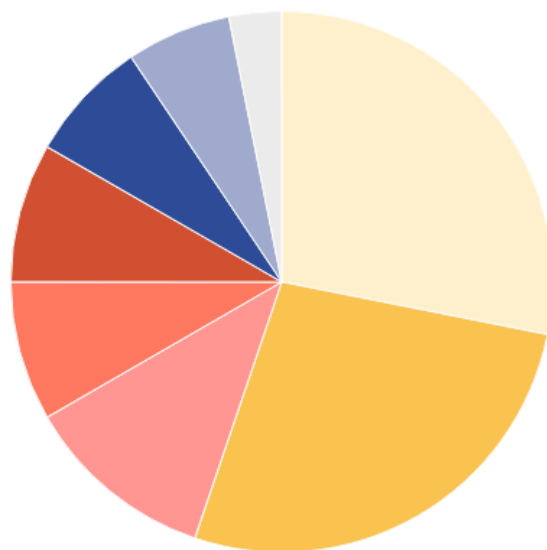
Наличие положительных отзывов в этих сервисах очень важно для Google. Согласно данным Moz за 2018 год, для локального поиска отзывы составляют 13 процентов от всех факторов ранжирования и 7 процентов – для общего поиска.

Local Pack/Finder Ranking Factors



1. **Google My Business Signals** (Proximity, categories, keyword in business title, etc.) **25.12%**
2. **Link Signals** (Inbound anchor text, linking domain authority, linking domain quantity, etc.) **16.53%**
3. **Review Signals** (Review quantity, review velocity, review diversity, etc.) **15.44%**
4. **On-Page Signals** (Presence of NAP, keywords in titles, domain authority, etc.) **13.82%**
5. **Citation Signals** (IYP/aggregator NAP consistency, citation volume, etc.) **10.82%**
6. **Behavioral Signals** (Click-through rate, mobile clicks to call, check-ins, etc.) **9.56%**
7. **Personalization** **5.88%**
8. **Social Signals** (Google engagement, Facebook engagement, Twitter engagement, etc.) **2.82%**

Localized Organic Ranking Factors



1. **Link Signals** (Inbound anchor text, linking domain authority, linking domain quantity, etc.) **27.94%**
2. **On-Page Signals** (Presence of NAP, keywords in titles, domain authority, etc.) **26.03%**
3. **Behavioral Signals** (Click-through rate, mobile clicks to call, check-ins, etc.) **11.5%**
4. **Google My Business Signals** (Proximity, categories, keyword in business title, etc.) **8.85%**
5. **Citation Signals** (IYP/aggregator NAP consistency, citation volume, etc.) **8.41%**
6. **Personalization** **7.32%**
7. **Review Signals** (Review quantity, review velocity, review diversity, etc.) **6.47%**
8. **Social Signals** (Google engagement, Facebook engagement, Twitter engagement, etc.) **3.47%**

Источник: <https://moz.com/local-search-ranking-factors>

Сейчас эти данные могут несколько отличаться, но для общего понимания их вполне достаточно.

Кроме того, отзывы с Facebook и Yelp будут отображены в поисковой выдаче. Для примера рассмотрим поисковой запрос ресторана в Нью-Йорке.

Google search results for "Le Bernardin new york".

About 1,130,000 results (0.72 seconds)

www.le-bernardin.com ▾
Le Bernardin by Eric Ripert | Home
 Le Bernardin, Zagat's top pick for 2012, and awarded the Michelin Guide's coveted 3-stars as well as The New York Times' highest rating of 4-stars, has ...
[Reservations](#) · [Dinner](#) · [Lunch](#) · [Le Bernardin Tasting](#)

en.wikipedia.org ▾
Le Bernardin - Wikipedia
 Le Bernardin is a French seafood restaurant in Midtown Manhattan in New York City. Gilbert Le Coze and his sister Maguy Le Coze started the restaurant in ...
 Head chef: [Éric Ripert](#) and Chris Muller Previous owner(s): [Gilbert Le Coze](#)
 Chef: [Eric Gestel](#) Owner(s): [Éric Ripert](#), [Maguy Le Coze](#)

People also ask

- How much does dinner at Le Bernardin cost? ▾
- Does Le Bernardin have a Michelin star? ▾
- Does Le Bernardin have a dress code? ▾
- How did Gilbert Le Coze die? ▾

[Feedback](#)

www.theworlds50best.com ▾
Le Bernardin | The World's 50 Best Restaurants 2019 | Ranked ...
 Le Bernardin. New York, USA. Fish-forward superlative French fine dining. What to order: [Le](#)

Le Bernardin
 Website · Directions · Save
 4.7 ★★★★★ 2,410 Google reviews
 \$\$\$\$ · Seafood restaurant

Elite French restaurant offers chef Eric Ripert's refined seafood, expert service & luxurious decor.
 ✕ Dine-in · ✓ Takeaway · ✕ Delivery

Address: 155 W 51st St, New York, NY 10019, United States
Hours: Closed · Opens 12PM ▾
Menu: le-bernardin.com
Order: ubereats.com
Phone: +1 212-554-1515

⚠ Hours or services may differ
[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

NAP, reviews

Google search results for "Le Bernardin new york".

www.yelp.com ▾ Restaurants ▾ French ▾

Le Bernardin - 6729 Photos & 2532 Reviews - French - 155 W ...
 2532 reviews of **Le Bernardin** "If you want an uber-trendy NYC dining ... Easily the best restaurant in **New York**, and by some rankings the best in the world, this ...
 ★★★★★ Rating: 4.5 - 2,532 reviews - Price range: Above \$61

Yelp

Как видно из картинок, Google удобно группирует поисковую выдачу и информацию о ресторане, чтобы пользователи сразу смогли посмотреть общую оценку, ознакомиться с отзывами, узнать время работы и контактные данные. Кроме того, ниже в поисковой выдаче доступна ссылка на Yelp, где каждый желающий может поделиться своими впечатлениями о компании, ознакомиться с мнениями других, а так же посмотреть доступные фотографии заведения.

Создание социальных сигналов

Нужно понимать, что для привлечения трафика на сайт с использованием социальных сетей нужно разработать план действий, который не будет противоречить

общей стратегии по SEO-продвижению. Далее пошагово рассмотрим действия, которые необходимо предпринять для получения выгоды от социальных сигналов.

1. Создание и оптимизация профилей в социальных сетях. Сначала нужно определиться, в каких именно социальных сетях планируется продвижение сайта. Далее следует создать образ компании, бренда. Он должен быть четким и последовательным на всех страницах. Сами страницы желательно оформить в похожих стилях для наглядности. Далее нужно позаботиться о наличии качественного описания, в котором будут раскрыты все конкурентные преимущества продвигаемого сайта.
2. Качественный контент и регулярные обновления. Тематический контент очень важен для привлечения пользователей. Нужно позаботиться о том, чтобы аудитория страницы получала полностью актуальную и качественную информацию, которая будет ей интересной. Стоит отметить, что слишком частое обновление контента может негативно отразиться на продвижении. Поэтому все обновления должны быть естественными и соответствующими текущему положению дел.
3. Оптимизация изображений. Изображения играют важную роль не только на страницах сайта, но и в социальных сетях. Приветствуется использование изображений в социальных публикациях в правильных местах текста и с правильным заполнением альтернативного тега. Они помогут пользователю легче ориентироваться в тексте и могут стать дополнительным источником органического трафика.
4. Измените внешний вид ссылки на сайт при публикации в социальных сетях. Это позволяет сделать протокол Open Graph. Заполняя специальные мета-теги, структурирующие информацию, можно легко контролировать внешний вид публикации. Это дает свой результат. Красивая ссылка бросается в глаза и увеличивает интерес пользователя перейти по ней.
5. Оптимизация страниц сайта. На страницах сайта обязательно должны присутствовать кнопки социальных сетей, чтобы пользователь без труда имел возможность поделиться информацией. Кроме того, если контент на сайте не будет интересен, то кнопки соцсетей не сыграют никакой роли. В первую очередь нужно заинтересовать пользователя и привлечь его внимание.
6. Создание вирусного контента. Вирусный контент уже много раз доказывал свою эффективность, но к его созданию нужно отнестись максимально творчески и нешаблонно. Главное – зацепить пользователя какой-либо интересной информацией. Причем это может быть не только вызывающий заголовок, сообщение, но и необычная яркая картинка, которая бросается в глаза.

После того, как все пункты были выполнены, следует рассмотреть общие правила привлечения аудитории в социальные сети. Необходимо постоянное взаимодействие со своими потенциальными клиентами для получения преимуществ в SEO-продвижении. Администратор страниц должен первым начинать общение и предлагать темы для обсуждения. Всегда можно провести опрос, поделиться недавними новостями или обсудить какую-либо интересную тему со своими подписчиками.

Комментарии в социальных сетях так же играют важную роль. Нужно позаботиться, чтобы ответы на комментарии к контенту были своевременными. Можно задавать уточняющие вопросы для продолжения диалога.

Сотрудничество с авторитетными пользователями будет дополнительным плюсом. Они могут помочь в привлечении аудитории и поднятии рейтинга. Главное – постоянное обновление контента и социальная активность. Периодически можно проводить акции и розыгрыши для повышения интереса потенциальных клиентов.

Опасность накрутки социальных сигналов

Социальные сети могут принести существенную пользу в процессе SEO-оптимизации сайта в том случае, если процесс продвижения происходит по заранее созданному плану. Однако часто возникает соблазн как можно быстрее собрать много подписчиков и социальных сигналов от них, чтобы это сказалось на позиции сайта в SERP. Резкое увеличение социальной активности может оказать негативное влияние на продвижение и привести к серьезным последствиям.

Не совсем легальные методы продвижения принято называть Black Hat. Такие стратегии могут принести кратковременную пользу, но, как правило, после пользы наступает крах. Рассмотрим некоторые из этих черных способов увеличения трафика:

1. Создание поддельных аккаунтов конкурентов. К такой махинации прибегают для получения положительных отзывов от прямых конкурентов либо для негативных отзывов в их сторону.
2. Покупка или накрутка социальных сигналов, в частности лайков. Кроме того, часто покупаются подписки живых людей либо пустых аккаунтов для накрутки популярности.
3. Проплаченные негативные отзывы о конкурентах.
4. Покупка положительных отзывов для продвижения своего ресурса.