

Екатерина Лебедева

**Поведенческие
факторы в Яндексе**

«Издательские решения»

Лебедева Е.

Поведенческие факторы в Яндексе / Е. Лебедева —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-908153-7

Что такое поведенческий фактор с точки зрения Яндекса и как его повысить? Можно ответить буквально одной строкой: сделать так, как желает Яндекс. Но это невероятно обобщенно и абсолютно невнятно, да и непонятно. Первоначально стоит разобраться, что такое поведенческий фактор и откуда у него «ноги растут»?

ISBN 978-5-44-908153-7

© Лебедева Е.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Конец ознакомительного фрагмента.	7

Поведенческие факторы в Яндексе

Екатерина Лебедева

© Екатерина Лебедева, 2019

ISBN 978-5-4490-8153-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Что такое поведенческий фактор с точки зрения Яндекса и как его повысить? Можно ответить буквально одной строкой: сделать так, как желает Яндекс. Но это невероятно обобщенно и абсолютно невнятно, да и непонятно.

Первоначально стоит разобраться, что такое поведенческий фактор и откуда у него «ноги растут»? Где-то полтора года назад этот термин стал прочно укореняться в среде оптимизаторов, особенно продвигающих в Яндексе. И хотя поисковые роботы постоянно пристально смотрят за поведением посетителей на страницах сайтов, только после запуска алгоритма MatrixNet, поведенческий фактор начал учитываться для формирования поисковой выдачи. Понятно, что поисковики борются за качественный материал и не желают видеть в топ 10 поисковой выдачи сплошные непопулярные сайты, или просто с некачественным контентом. Хотя и в этом алгоритме есть пробелы, и в выдаче также присутствует непонятный хлам, но это уже скорее исключение, чем правило.

Интересен факт, что поисковый запрос уже формирует алгоритм расчета поведенческого фактора. Например, «фанклуб пупкина». Поисковик будет учитывать и время и глубину просмотра, так как запрос весьма обобщенный и для участия в этом фанклубе пользователю придется поближе с ним познакомиться, а значит узнать побольше различной информации, характеризующей этот клуб. ПС будет еще учитывать вернулся ли посетитель еще раз на этот сайт в течении месяца.

А вот при запросе «фанклуб пупкина в Хрязьме расписание» поисковик не станет дожидаться подробного изучения страниц ресурса, понятно, что пользователя интересует всего одна страница, на которой размещена интересующая его информация. Он ее получил и ушел. И если нашел быстро, значит, страница действительно содержала нужную информацию, значит ее место в выдаче. А если еще и вернулся (в течении все того же месяца), то просто дополнительный бонус к расчетам.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.