

А.ГРАНИНСКИЙ

ЧТО ТАКОЕ ЯНДЕКС.ДИРЕКТ И ЕГО ПРЕИМУЩЕСТВА

"A must-read for marketing." - G. Davins



ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГ

12+

Аркадий Владимирович Гранинский

Что такое Яндекс.Директ и его преимущества

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63382638

SelfPub; 2020

Аннотация

Яндекс.Директ представляет собой систему, которая размещает и целенаправленно показывает объявления о вашем товаре либо услуге в поисковике. Многие предприниматели либо начинающие директологи часто задаются вопросами: "Из чего состоит Яндекс.Директ? Как именно он работает? Выгодно ли рекламировать свой бизнес через него?". На все эти вопросы я постараюсь дать исчерпывающие ответы.

Содержание

История Яндекса	5
Почему Яндекс стал таким популярным в России?	7
В чем основные различия между Google и Яндексом?	9
Зачем оптимизировать сайт под Яндекс?	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Аркадий Гранинский

Что такое Яндекс.Директ и его преимущества

Яндекс – это название российской компании, основанной в 1990 году и специализирующейся на интернет-продуктах. Некоторые из них включают почтовые сервисы, онлайн-рекламу и аналитику приложений. Но больше всего фирма известна своей одноименной поисковой системой, созданной в 1997 году. Фактически, в 2019 году у Яндекса было примерно 49% акций рынка в нашей стране, по сравнению с 47,53% у Google.

История Яндекса

Yandex — это самая крупная и популярная поисковая система в России. На его долю приходится чуть менее 65% поисков, проводимых внутри страны и 1,7% всех поисковых запросов, размещаемых по всему миру.

Компания появилась еще в 1990 году, когда Аркадий Волож и Аркадий Борковский объединились для создания фирмы «Аркадия». В период с 1993 по 1996 год компания упорно работала над развитием созданной технологий поиска.

В 1993 году появилось название «Яндекс.» Это аббревиатура от слова «Языковой индекс». Веб-сайт Yandex.ru был запущен несколько лет спустя, в 1997 году. К 2000 году он стал самой посещаемой поисковой системой в России.

Сегодня Yandex.ru успешно зарабатывает на баннерной рекламе. Первый контекстный баннер был использован в 1998 году. Изначально такие рекламные объявления должны были предоставлять пользователю дополнительный результат поиска. В конечном итоге он стал основным источником дохода для группы компаний «Яндекс».

В 2000 году была создана система под названием «Яндекс.Директ», которая работает примерно так же, как и Google AdWords. Она позволяет практически любому человеку размещать свои текстовые объявления на веб-сайте

Yandex.ru.

В 2005 году компания расширила свою деятельность за пределами России и открыла филиал в Украине. Сейчас фирма также имеет офисы в Казахстане и Белоруссии.

В 2008 году Яндекс открыл «Школу анализа данных». Ее основная цель – это изучение разработки поисковых систем. ШАД помог Яндексу заполучить новые таланты, которые и по сей день работают в компании и улучшают поисковую систему. Так Yandex.ru изменился к лучшему с выпуском MatrixNet, это новый алгоритм поиска, с помощью которого можно построить очень длинную и сложную формулу ранжирования, она учитывает множество различных факторов и их комбинации.

Теперь результаты выдачи стали более точными, чем когда-либо, и это помогло еще больше укрепить позиции компании как ведущего поискового провайдера в России. В 2011 году фирма начала работать в своей первой стране, которая не говорит по-русски, а именно в Турции.

Яндекс работает так же, как и многие другие популярные поисковые системы, к которым мы привыкли нужно просто прописать запрос в поисковой строке и нажать Enter. После этого отобразится список результатов, сайты и веб-страницы. Видео и изображения также могут отображаться в зависимости от характера поисковых запросов.

Почему Яндекс стал таким популярным в России?

Существует целый ряд факторов, по которым Яндекс стал так популярен в России, обогнав Google – мирового лидера. Вот некоторые из них:

Во-первых, поисковая система рассчитана на русского пользователя. Создание поисковой системы с основным акцентом на русский язык позволяет Яндексу интерпретировать запросы русскоязычных людей лучше, чем любой другой поисковик.

Российские Android-смартфоны больше не предлагают Google в качестве «браузера по умолчанию» после заключения сделки в 2017 году. Теперь у пользователей есть выбор, и они могут сделать Яндекс основным поисковиком, если захотят.

Многие не доверяют американским компаниям. Проблемы между Россией и Америкой подтолкнули некоторых пользователей использовать Яндекс, а не Google. Это происходит или потому, что они не доверяют Google, либо вследствие того, что они предпочитают поддерживать продукт своей страны.

Из этого следует, популярность Яндекса стала расти, потому что он был разработан специально для русских пользо-

вателей. За прошедшие годы компания развивалась быстрыми темпами, в том числе заключила сделку с Google, чтобы использовать Android для других поисковых систем.

В чем основные различия между Google и Яндексом?

Хотя основной набор функции у Яндекс и Google не сильно отличается, между ними есть некоторые ключевые различия. Ниже мы рассмотрим семь наиболее ярких отличии:

Яндекс уделяет больше внимания региональному местоположению и локальному SEO, чем Google, выполняя гео-зависимый поиск, который выявляет только релевантные веб-сайты из определенного региона. Это означает, что людям, находящимся в разных местах, будут показаны разные результаты. Для оптимизаторов поисковых систем такой подход значительно упрощает ранжирование местных предприятий, но, с другой стороны, ранжирование сайта на национальном уровне может быть более трудным.

Просмотр результатов и улучшение рейтинга может занять больше времени. Это связано с тем, что веб-сайты, как правило, индексируются гораздо медленнее в Яндексе, чем в Google. Вы должны иметь это в виду, когда пытаетесь ранжировать сайт на Яндексе, и не расстраивайтесь, если это займет немного больше времени, чем ожидалось.

Поведение пользователя, например, время на странице является ключевым фактором ранжирования для Яндекса. Хотя Google также принимает это во внимание, поведение

пользователя – ключевой фактор, способствующий быстрому продвижению. Это делает оптимизацию для поисковиков и создание привлекательного контента чрезвычайно важными.

Создание ссылок больше не является значимым фактором ранжирования коммерческих запросов в Яндексе, как это происходит в других поисковых системах. Это не значит, что закупка ссылок теперь совсем не нужна. Вы все равно будете стремиться создавать ссылки, которые будут передавать релевантный трафик на ваш сайт, и именно это будет учитывать Яндекс.

Дата создания и возраст домена играют большую роль в ранжировании на Яндексе, по сравнению с Google. К сожалению, нет особого способа обойти это, кроме как потратить время на написание интересного контента. Яндекс фокусируется на новом, внутривстраничном контенте и воспринимает такие нарушения, как частый вброс ключевых слов, гораздо серьезнее, чем Google. Регулярное добавление нового ценного контента – это, безусловно, тактика, которая может принести пользу в продвижении на Яндексе.

У Яндекса меньше Инструментов для веб-мастеров, чем у Google, но у него и небольшая, более отзывчивая команда поддержки. Это полезно для решения любых проблем или штрафов, которые могли наложить на ваш сайт.

Зачем оптимизировать сайт под Яндекс?

Есть ряд причин, по которым вам следует изменить свою стратегию SEO, включив в нее Яндекс. Хотя это может показаться трудоемким процессом, особенно если вы только начинаете разбираться в SEO для Google, ниже приведены лишь некоторые из наиболее важных причин, по которым вам следует оптимизировать сайт для Яндекса:

Согласно статистике, за 2019 год, Яндекс пятый по популярности поисковик в мире.

Независимо от того, ориентируетесь ли вы исключительно на российский рынок или он составляет только часть вашей целевой аудитории, оптимизация для Яндекса – ключ к успеху. Поскольку это самая популярная поисковая система в России, понятно, что нужно занять там высокие позиции.

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.