

Как заработать на сайте...

Монетизация траффика

Существует несколько путей монетизации траффика. Самый выгодный из них это продажа рекламных площадей напрямую рекламодателю. В этом случае, договора заключаются непосредственно с рекламодателем, и всю прибыль получает владелец сайта. Однако рекламодатели сотрудничают напрямую лишь с очень крупными и раскрученными проектами. Здесь и индивидуальный подход и отличная отдача от рекламы. Владельцы таких сайтов, как правило, имеют свой рекламный отдел и готовы разработать рекламную компанию и рекламные материалы для каждого рекламодателя. Если у Вас нет Юридического лица и проекта с посещаемостью от 50000 хостов в сутки, то данный вариант Вам не подходит.

Следующий по требованиям к проекту способ монетизации траффика – это контекстная реклама. Самые популярные провайдеры контекстной рекламы в России приведены ниже.

- Яндекс.Директ (для рекламодателей) и Рекламная сеть Яндекса (для владельцев сайтов)
- Google AdWords (для рекламодателей) и Google AdSense (для владельцев сайтов)
- Бегун (как для рекламодателей, так и для владельцев сайтов)

Собственно самый выгодный для Вас как владельца сайта станет Яндекс.Директ, однако у него и самые жесткие требования к ресурсу, а именно: посещаемость не менее 300 хостов в сутки и качество содержания сайта. Качество будут определять модераторы Яндекса. У Яндекса при этом самая высокая цена за клик!

Второй по выгодности провайдер контекстной рекламы Google AdSense (для владельцев сайтов). Если Вам отказали в Яндексе, то прямая дорога сюда.

Ну а если все совсем плохо, вас выручит Бегун.

Биржи ссылок

Самым стабильным (при грамотном использовании), но и самым рискованным для сайта является продажа ссылок. Здесь на первое место выходит тематика ресурса и основные его показатели («пузомерки»), такие как ТИЦ, PR и количество страниц в поиске Яндекса. Трафик здесь лишь косвенно связан с данными показателями, поэтому данный способ хорош для малопосещаемых ресурсов с высокими показателями.

Но ВНИМАНИЕ, злоупотребление количеством ссылок на страницах и неправильная политика продаж этих самых ссылок может привести к понижению показателей поисковиками или наложение санкций вплоть до бана!

Ниже приведен список бирж ссылок и их основные показатели.

| Название | ТИЦ Яндекса | Google PageRank | Декларируемое количество ссылок |
|-------------|-------------|-----------------|---------------------------------|
| Sape.ru | 2000 | 5 | 445 253 |
| Mainlink.ru | 450 | 5 | 522 000 |
| SetLinks.ru | 300 | 4 | 75 000 |
| SeoZavr.ru | 325 | 4 | 16 000 |
| Xap.ru | 190 | 4 | 16 000 |

Как видно из таблицы, самой популярной является биржа [Sape](#). На ее примере и рассмотрим работу с биржами ссылок.

Работа с Sape

Я не буду подробно рассматривать процесс [регистрации](#) и добавления площадок на биржу. Этой информации полно на самом [сайте Sape](#)

. Я дам лишь основные и самые важные рекомендации, что бы Вы начали нормально работать и не загубили сайт.

1. Желательно работать в ручном режиме

На Sape существует автоматический режим, когда все за Вас сделает робот, это очень удобно. Однако, в результате, Вы рискуете получить на сайте кучу нетематических ссылок, а это весьма вредно и портит Ваш ресурс в глазах поисковика.

2. Не добавляйте больше 5 ссылок на страницу

Настоятельно рекомендую прислушаться к данному совету. Просто примите на веру, пока не станете понимать механизмов оценки Вашего ресурса поисковиками и оптимизаторами, которые размещают на Вашем сайте ссылки. Дело в том не один оптимизатор в здравом уме не станет покупать ссылки на странице, с уже имеющейся «кучей» внешних ссылок: толку от такого размещения ноль.

3. Разделяйте ссылки на блоки

Одним из факторов, по которым поисковик выявляет продажные ссылки, наряду с тематикой, является отсутствие текста между ссылками. Если у Вас есть возможность разделить 5 ссылок на 5 блоков в разных частях страницы – это будет оптимально. Если нет, сделайте хотя бы 3 блока.

4. Ссылки в режиме SLEEP

В режиме SLEEP ссылки оказываются в двух случаях. Если у оптимизатора закончились доступные средства на счету или оптимизатор заморозил ссылку вручную.

В первом случае слева от даты под иконкой будет стоять буква В (например В: 02.09.11). Такие ссылки можно продержат до недели и затем удалить с занесением url-а в GBL (Global Black List).

Во втором случае слева от даты под иконкой будет стоять буква М (например М:

02.09.11). Такие ссылки заморожены вручную для экономии средств оптимизатора. Лично я удаляю такие ссылки сразу, как обнаружу, с занесением url-a в GBL (Global Black List).

Этими мерами мы хоть как-то сможем бороться с жадными и наглыми оптимизаторами.

4. Ссылки в режиме WAIT

В режиме WAIT ссылки находятся до подтверждения оптимизатором, после постановки их роботом. Человек, как правило, активирует или удаляет такие ссылки в течение нескольких часов. Я удаляю такие ссылки на следующий день, после простановки, если их ни кто не активировал.

Этими мерами боремся с «отвалившимися» автоматами.

5. Стремитесь к постоянности

По разным данным «продажная» ссылка начинает работать спустя 3-5 месяцев после размещения. Грамотные оптимизаторы знают об этом и стараются разместить ссылку как минимум «надолго». Ссылки, которые «отваливаются» через неделю-две бесполезны и вредят также Вашему ресурсу. Не завышайте и не меняйте цены хотя бы в течение 6-10 месяцев, будьте честны с оптимизаторами и Ваш ресурс будет приносить Вам постоянный и уваливающийся доход.