Ссылка – ключевой элемент сортировки для поисковиков Google. Это подтверждено результатами исследования Эрика Эндж эксперта компании Stone Temple Consulting (STC).

Ранее о значимости ссылок в процессе ранжирования говорили специалисты Searchmetrics и компании Moz. Но они же утверждали, что фактор сортировки со временем теряет свою важность.

Изучение данного вопроса STC доказывает, что значимость сноски для Google больше чем озвучивалось раньше, и о падении важности речь не стоит. Для анализа брались типы запросов: коммерческие, низкой частоты, информационные, высокочастотные.

Влияние авторитетности страницы и доменного имени на место сайта в поисковых запросах не значительное по сравнению с влиянием ссылок.

Изучение этого вопроса STC показало большую корреляцию между первыми позициями сайтов в SERP Google и качественной составляющей ссылок, направляющих на данные страницы. Для аналитических исследований было взято ссылки, 6000 сайтов и определено 50 первых выдач поисковика. Чтоб получить точный показатель использовалось три разных статистических метода.

Изучение данного вопроса позволило сделать важные выводы. Ключевой говорит о том, что алгоритмы Google не перестают развиваться, а переходы выдач поддаются влиянию большому количеству факторов.

Самыми заметными поисковыми трендами являются:

* Оплачиваемое продвижение позиции страниц недвижимости.
* Отдельные SERP располагают меньше десяти результатов.
* В SERP наблюдается больше материалов для альтернативных каналов (YouTube, поисковые запросы по картинкам).
* Влияние сносок на сортировку и формирование результатов выдач статей с уточненным запросом минимальное.

Меньше десяти позиций выдач в системе SERP сортируются благодаря факторам, отличающихся от ссылок. Однако в этих исключительных моментах нельзя однозначно утверждать, что сноски не играют никакую роль на позиции данных страниц.

Полученная статистическая информация еще раз говорит о важности для сетевых маркетинговых специалистов такого метода как линкбилдинг.