**Новый алгоритм YATI — что это такое и как работает**

Говорят, что Яндекс YATI — подарок для веб-мастеров и сеошников, продвигающих ресурсы по-белому. В ТОП якобы стало возможно выходить даже по ВЧ-запросам. Попробуем выяснить, так ли это на самом деле, и насколько данный алгоритм изменил правила ранжирования в 2021 году. <https://ibb.co/ysyqwdw>

**Что представляет собой новый алгоритм Яндекса YATI**

Дата выхода YATI — скорее всего, конец сентября 2020 года, а не 11 месяц года, как считают обычно. В ноябре как раз не было шторма позиций, присущих анонсированию нового алгоритма — обычно должен происходить фундаментальный апдейт (Core Updates), затрагивающий большую долю поисковых запросов. У Яндекса последний излом был как раз 25 сентября. <https://ibb.co/6vMCQMJ>

Новый трансформер учитывает смысловую составляющую, обеспечивая совершенно другой уровень в ранжировании. Его действие основано на работе нейросетей-трансформеров или моделей машинного обучения. Сама идея перенята от Google Brain в 2017 году, внедрена в российский поиск с полезными доработками.

Пока нейросеть в Yandex — не единственный звеновой, так как влияет на сортировку сайтов вкупе с другими не менее важными SEO-факторами: поведенческими, хостовыми, ссылочными. Таким образом, выдача у нас получается смешанная.

<https://ibb.co/yVQ1NRZ> *Пример первой выборки Яндекса по запросу «Он играет как Бог», где нашли место площадки, ранжируемые по различным факторам. В некоторых документах вообще не встречается фраза целиком, но есть смысловая связь.*

**Получаем очень важный вывод, характеризующий новый алгоритм. С его выходом впервые факторы «смысла» нередко оказываются сильнее SEO-критериев, по которым оценивались сайты прежде.**

[*https://ibb.co/hCD0Hc6*](https://ibb.co/hCD0Hc6) *Это другой пример, где работал только YATI. Все представленные документы определены чисто по смыслу. Выдача по длинной фразе «фильм про человека который выращивал картошку на другой планете».*

Но происходит это пока по низкочастотным и среднечастотным запросам. Хотя встречаются веб-мастеры утверждающие, что их ресурс повысился в SERP и по ВЧ, после того, как они доработали его под требования YATI. <https://ibb.co/wNLDw7N>

**Зачем внедрили YATI**

Цель — повысить способность роботов находить релевантный ответ на вопрос пользователя. Алгоритм призван лучше оценивать смысловую близость запроса и документа (веб-страницы), почти как человек.

А что тогда было до этого? До 2016 года поисковая машина Yandex учитывала только 5-10% всего текста, остальной материал просто игнорировался. Конечно, были определенные попытки: продвинутая языковая модель, латентно-семантическое индексирование (LSA) и т. д. Но фактически ПС читала поверхностно, понимала только заголовок, вхождение ключевых слов, некоторые синонимы главного запроса и общепринятые термины.

Такая ситуация и послужила толчком к внедрению более умного робота. По заверениям специалистов Яндекса, YATI свою задачу выполнил на 96% — ранжирование улучшилось значительно, по сравнению с тем, что было за последние 10 лет.

*Если вы хотите монетизировать информационный сайт, рекомендуем почитать* [*блог о партнерских программах*](https://protraffic.com/articles) *от ProTraffic. Редактора портала — практикующие вебмастера и арбитражники, держащие руку на пульсе аффилейт маркетинга. Успехов!*

 Яндекс не сразу эволюционировал. До этого были две попытки ввода нейросетевого поиска:

* **сначала был Палех (2016)** — умел понимать запрос и заголовок, используя для этого буквенные триграммы и биграммы слов, но все это только для 150 топовых страниц (другими словами, работал только с первой десяткой выдачи плюс 5 сайтов);
* **затем Королев (2017)** — использовал стримы и был способен учитывать не только тайтл и ключевую фразу, но и сам контент (правда, лишь отдельные важные отрывки) для 200 тыс. документов.

И наконец, новая архитектура или новая технология анализа текста, которая модернизировала поиск лучше, чем Палех и Королев вместе взятые. С YATI стало возможно использовать еще больше стримов — анкор-лист, запросный индекс для урлов по кликам — и понимать статьи до 10 предложений целиком, без разбивки на отдельные фрагменты. <https://ibb.co/4M8cL8p>

После внедрения трансформеров поиск может не просто работать с запросами (заголовками), но и оценивать большие документы, выделяя в них значимые, важные фрагменты. А также распознавать опечатки, учитывать порядок слов, их влияние друг на друга и многое другое.

ДляYATI Яндекс реально усложнил задачу. Трансформеру не просто показывали неструктурированные тексты для анализа, как это делается классически, а предлагали реальные ключи и документы, которые видели пользователи. Робот должен был угадать, какой материал понравится пользователям и асессорам больше/меньше. Таким образом, машина обучается ранжировать и гораздо лучше понимает, насколько контент релевантен вопросу.

**Что круче: YATI или BERT?**

Яндекс утверждает, что YATI — это доработанный вариант BERT, и у него получается лучше понимать запросы пользователей. Так ли это на самом деле или просто попытка выделиться на фоне конкурента? В отечественном поиске может быть, так как буржуйские алгоритмы никогда не отличались любовью к русской грамматике и часто ошибались.

Но в глобальном смысле западная машина, скорее всего — круче. Это многослойная нейронка, способная помимо всего прочего разделять запросы/ответы, искать сущность вопроса и смысловую близость, а также многое другое. И это несмотря на то, что широко принятая метрика оценки качества выдачи (nDCG) отдает предпочтение YATI. <https://ibb.co/HF5LVjM>

**Требования YATI – как подготовить сайт**

У некоторых веб-мастеров страницы поползли вверх, стоило им только несколько изменить правила, сделав материалы более соответствующими YATI. 3 правила связаны с главным ключевым запросом, по которому продвигается документ.

1. **Точное вхождение.** Важно для низкочастотных фраз, особенно хорошо заметно на коммерческих сайтах (на информационных ресурсах явного влияния в Топ-10 нет, зато есть вне его). Чтобы убедиться в том, что нейронка больше уделяет этому внимания, чем раньше — достаточно сравнить показатели по значимости данного фактора до и после запуска YATI. А вот со средне- и высокочастотными ключами подобной тенденции не наблюдается, и можно добавлять слова в неточном вхождении, и даже синонимы. <https://ibb.co/jzBRhMH>
2. **Все слова из запроса**. Работает также хорошо, как и раньше. При этом не имеет значения, к какой именно частотности относится фраза. Правило действует одинаково эффективно для НЧ, СЧ и ВЧ.
3. **Вхождение в title, H1, H2.** Странсформером это требование больше работает с низкочастотниками. Не менее важно добавлять тематические слова.

*Достаточно удобный сервис по проверке контента по Seo-показателям, предлагает PR-CY. Можно не вводить текст, а только урл страницы.* [*https://ibb.co/vjpxR4V*](https://ibb.co/vjpxR4V)

Другие требования по статьям:

* максимизировать в тексте количество слов из подсветки выдачи, а еще использовать больше фраз, задающих тематику и встречающихся у конкурентов в топе, даже при их отсутствии в поисковом запросе; <https://ibb.co/3rs2Ddz> *слова из подсветки Яндекса по словосочетанию «пластиковые окна»*
* применять форматирование, особенно в больших материалах **—** другими словами, разбивать статью на части с подзаголовками (на каждые 12-14 предложений), использовать списки, цитаты и т. д;
* анализировать запросы, по которым было много переходов на урл (посмотреть удастся в pr-cy.ru) — если они не релевантны контенту, то внести соответствующие изменения в статью; <https://ibb.co/yfQfGR4>
* расширить семантику в сторону НЧ — включать больше синонимов, а вообще для YATI в приоритете неоднозначные, многословные и редкие фразы (длинный хвост);
* проводить анализ конкурентов — стараться делать свой материал более развернутым чем у оппонентов, полнее раскрывать запрос;
* изучить и при необходимости перегруппировать (освежить) семантическое ядро, если это не было сделано за последние 4-6 месяца (особенно актуально для коммерческих сайтов, интернет-магазинов) — ряд запросов могли поменять свой тип, стать целевыми или наоборот.

**Так есть ли принципиально новые изменения?**

Не стоит забывать, что YATI лишь на 50% сортирует ТОП выдачи. Главную роль в ранжировании по-прежнему играют эти факторы:

* ИКС;
* общее количество страниц ресурса;
* структура;
* качество и уникальность контента;
* ссылочный профиль;
* число посетителей (трафик);
* ПФ.

Многие специалисты как раз рекомендуют работать в 2021 году над улучшением поведенческих факторов. Разумеется, без откровенной накрутки, поскольку еще в прошлом году, до запуска YATI, российский поисковик скосил большое количество сайтов за неестественность ПФ. <https://ibb.co/Lr5vqS5>

**А что по ВЧ?**

На форумах часто спорят: легко ли сейчас продвинуться с качественным контентом по ВЧ. Одни пишут, что это невозможно, так как Яндекс уготовил места под ТОП для рекламы и ресурсов со спец разрешением. Другие считают иначе. Мы проверили ТОП-5 по высокочастотным запросам разной тематики. И вот что получилось:

* «продвижение сайтов» — 1-2 места спецразмещение и Дзен, 3 и 5 места за информационными веб-ресурсами; <https://ibb.co/zmVY7B2>
* «как бросить курить» — 1-2 места тоже заняты, на этот раз включился Яндекс Кью; <https://ibb.co/pbFVpkp>
* «мебель своими руками», «самая быстрая машина» — большое количество хороших сайтов.

Как видим, даже с ВЧ-запросом можно продвинуться на первые позиции, стоит лишь грамотно подготовить контент.

**Заключение**

Таким образом, новый алгоритм поднял качество машинного поиска на новый, более высокий уровень. Хорошо виден прогресс искусственного интеллекта в сторону естественности — нейронные сети трансформеры, почти как люди, способны оценивать текст. При всем этом SEO-шникам не стоит забывать про классику оптимизации. Все что имело значение раньше, никуда не делось. Просто YATI внес дополнительные улучшения, и по сути — никакой революции не произошло.

С другой стороны, выдача безусловно изменится — повысятся требования к качеству контента. Поэтому уже сейчас надо вносить полезные изменения на сайте, обновлять и дорабатывать старые статьи, добавлять новые материалы. Все это требует регулярного анализа (мониторинга), а помогут в этом веб-мастеру специальные сервисы, такие как PR-CY.

**FAQ**

1. **С какого года в российском поиске используется машинное обучение**? Яндекс внедрил эту технологию частично еще с 2009 года, когда представил алгоритм Снежинск (запатентованный Matrix Next). После 2016 ввели Палех, Королев и Yati (последний на данный момент).
2. **С какого года использует нейросети Google?** В 2013 word2vec, 2019 — BERT.
3. **Как обучают YATI**? По нескольким фичам: оценкам толокеров и асессоров, предварительным обучением на клик, отдельно собранным данным (точный запрос, синонимы, выборочные фрагменты/идеал, стримы).
4. **Традиционная Seo-оптимизация текстов с внедрением последней нейронной сети стала неактуальной**?Нет**,** это не так. Базовые принципы ранжирования остались, просто теперь больше внимания будет уделено смысловой близости запроса и документа.
5. **Что означает слово «трансформер»**? В этом случае сравнительно умная нейросеть с мощнейшим вычислительным потенциалом, которая умеет быстро справляться с различными задачами в области анализа языковых конструкций.
6. **Чем Yati принципиально отличается от Палеха и Королева?** Стало еще больше стримов, и понимание машиной контента страницы достигло высшего уровня на данный момент. Робот теперь понимает короткие статьи (до 10 предложений), и только большие материалы разбивает на отдельные фрагменты.
7. **Какой сайт больше подойдет под YATI?** Скорее всего, который сделал упор на разнообразие. Мнение, что новый алгоритм будет лояльнее относиться к крупным проектам, не подтверждается. Главное — качество и полное раскрытие темы.
8. **Стоит ли заморачиваться с требованиями под Яндекс, если все равно топ выдачи уготован под собственные проекты (колдунщики)?** Конечно же, это не так**.** Достаточно проверить SERP по высокочастотным запросам разной тематики — сервисы Yandex встречаются там лишь на 5%, остальные 95% трафика чиста.

*Автор: Марк Х*