**Горацио, есть в этом мире ссылки**

Чтобы обеспечить своему сайту любовь и популярность, которые он заслуживает, нужно нарастить ссылочную массу как можно больше.

Так ведь?

Одна из главных задач SEO – вывести страницу в топ поисковой выдачи по конкретному ключевому слову, поэтому линкбилдинг с давних пор лежит в основе большинства стратегий интернет-маркетинга.

Ссылки приносят трафик и влияют на репутацию сайта.

Раньше для успешной работы в SEO можно было больше ничего и не знать.

А сегодня взять два-три ключевика и разместить пару ссылок уже недостаточно. Но привлечь внимание можно даже не используя ссылки. Правда, придется немного попотеть, но комбинация некоторых тактик и традиционного линкбилдинга может дать ощутимые результаты.

**Эволюция линкбилдинга**

На заре SEO с линкбилдингом вольничали и хитрили, биржами и фермами ссылок пользовались порой совершенно недобросовестно и цинично.

Специалисты помешались на ссылках и до отказа набивали ими контент. При этом получить их старались абсолютно на любой площадке, невзирая на ее качество, а URL мог быть непомерной длины.

Количество ценилось намного выше качества. Такой подход давал результат, да и отчитаться перед начальством было проще – показал уйму ссылок и дело в шляпе.

Но Google быстро заметил, что этот нездоровый энтузиазм ухудшает работу поиска и внедрил алгоритмы, способные вычислять низкокачественные, заспамленные и подозрительно продуктивные обратные ссылки.

К сайтам, которые нарушали новые правила, применялись жесткие санкции. Некоторые вообще были исключены из выдачи до тех пор, пока полностью не вычистили ссылочный профиль.

Однако даже после такого перестроения линкбилдинг остается основой эффективной SEO-стратегии. Правда это не значит, что он может полностью заменить собой стратегию.

**Что, если не ссылки?**

Ссылки – хорошее начало, но раз уж поисковые алгоритмы постоянно дорабатываются, то и ваши стратегии должны развиваться.

Это особенно ясно при взгляде на последние версии, которые уделяют гораздо больше внимания качеству контента и удовлетворенности пользователей.

Другими словами, Google хочет, чтобы вы работали для людей, а не для роботов.

Первый шаг в этом направлении, конечно, повышение качества и релевантности контента. Но существуют и некоторые «безссылочные» способы повысить траст, авторитет и видимость сайта. Это:

* Упоминания
* Отзывы
* Influencer-маркетинг
* Взаимодействие в соцсетях

**Упоминания**

Клиент или другой бизнес упомянул ваш бренд в позитивном контексте – это может резко повысить доверие. Вас как будто виртуально похлопали по плечу. И даже если при этом не дали ссылку на сайт, упоминание на качественной площадке всё равно важно.

Пользователь, который встретит несколько положительных высказываний о вашем бренде, скорее всего нагуглит саму компанию.

Уместно сказать о том, что ценно также упоминание о вашем бизнесе в справочниках организаций. Им не обязательно напрямую ссылаться на ваш сайт, но должны быть указаны офлайн-адрес и номер телефона компании. Это учтут поисковики, что во многих отношениях укрепит положение сайта.

**Отзывы**

У покупателей в интернете настолько большой выбор, что это зачастую рассеивает внимание и даже удручает. Вдобавок, пользователи обычно с подозрением относятся к сайтам, о которых никогда не слышали, или компаниям, с которыми раньше не работали.

Поэтому в мире современного маркетинга чрезвычайно важны отзывы. Ведь клиент гораздо охотнее поверит другому клиенту, которого считает таким же обычным человеком, как он сам.

Google Мой бизнес, Yelp, различные социальные сервисы облегчили простым пользователям возможность быть услышанным.

Конечно, мы все хотим, чтобы о нас говорили только хорошо, но зачастую клиенты с подозрением относятся к компаниям, у которых нет других отзывов, кроме хвалебных. Так что не бойтесь иногда получать в свой адрес негатив. Если клиент искренне недоволен вашей работой, дайте ему высказаться.

Отреагируете профессионально и оперативно – сможете превратить такой негатив в самый настоящий позитив.

Если люди увидят ваши честные попытки исправить ситуацию, они, скорее всего, станут относиться к вашему бизнесу серьезнее и зауважают бренд. Поисковые системы заметят активность на отзовиках и поднимут авторитет сайта даже без прямых ссылок.

**Influencer-маркетинг**

Influencer-маркетинг это работа с людьми, которые пользуются вниманием и уважением вашей целевой аудитории.

Если какой-нибудь лидер мнений прорекламирует ваш продукт или услугу, то потенциальный клиент, который следит за этим лидером, скорее всего, зайдет на ваш сайт. Такой вариант прекрасно подойдет новичкам с нулевой осведомленностью, но с крутым оффером.

Как и в случае с упоминаниями, эндорсмент ваших продуктов или услуг ссылку может и не иметь. Но даже без нее любопытный или заинтересованный пользователь поищет ваш бренд и зайдет на сайт.

**Взаимодействие в соцсетях**

Соцсети настолько прочно вошли в нашу повседневность, что бизнес просто обязан их использовать. Но подходы и выгоды постоянно меняются и развиваются.

Вы можете таргетироваться на конкретную аудиторию для повышения конверсий с помощью SMM, но чтобы преуспеть в соцсетях по-настоящему, нужно давать обратную связь. Ведь именно тогда начнут формироваться отношения, а это значит, что вторая половина этих отношений более охотно пойдет на контакт.

Клиент будет очень рад, что общаются лично с ним, и, вероятнее всего, станет и дальше сотрудничать с брендом.

Ссылку в таком случае, конечно, не добыть, а вот покупателя, готового платить – вполне возможно.

**Новые подходы к линкбилдингу**

Ссылки – по-прежнему важный показатель траста и авторитетности сайта, но это не единственный способ поднять позиции в выдаче.

Голосовой поиск изменил поведение людей в интернете, клиенты больше не ищут по одному ключевому слову или словосочетанию. Вместо этого они используют максимально конкретные ключевики с длинным хвостом и сложные фразы. Поисковики понимают это и начинают вознаграждать сайты, работа которых посерьезнее, чем просто получить как можно больше ссылок по точным ключам.

Продолжать использовать качественные обратные ссылки от авторитетных доноров – важно. Это отличный источник трафика, но однажды он может иссякнуть.

Используйте хороший и разнообразный контент наряду с «безссылочными» упоминаниями, рекомендациями и эндорсментом, чтобы внимание клиентов выдержало проверку временем.