



TrustRank — доверие к сайту

Доверие к сайту бывает двух видов:

- Доверие к сайту со стороны поисковиков.
- Доверие к сайту со стороны пользователей.

Доверие пользователей и **доверие поисковиков** — два взаимосвязанных понятия. Если в существовании первого никто не сомневается, то предмет второго некоторые подвергают сомнению. В любом случае, доверие тех и других требуется заслужить.

В нижеследующей статье я рассмотрю оба типа доверия к сайту в сети, постараюсь выделить факторы, которые, по моему мнению, влияют и не влияют на доверие сайта. Помимо этого, я рассмотрю такое понятие **TrustRank**. Что это, для чего и с чем его едят.

Доверие к сайту со стороны поисковиков

Доверие к сайту со стороны поисковиков формируется из нескольких факторов:

1. **Уникальность контента.** Поисковые системы любят уникальный контент, это всем известно. За копипаст сурово наказывают, вплоть до бана.
2. **Внешние ссылки.** Главную роль здесь играет качество внешних ссылок, которые ведут на сайт.
3. Отдельной строкой я выделю ссылки с сайтов **авторитетных доменных зон**: mil (Министерство обороны), edu (Образование), gov (Правительство) и т.д.
4. **Возраст домена.** Обсуждаемая тема среди оптимизаторов. Некоторые говорят, что возраст домена влияет на доверие со стороны поисковиков, другие говорят, что нет. Я склоняюсь к первому варианту. Даже если логически поразмыслить: при прочих равных условиях, доверие к сайту, который существует 5 лет, ну никак не может быть ниже, чем к молодому сайту, который только-только вылез из песочницы.
5. **Наличие сайта в Яндекс.Каталоге и каталоге DMOZ.** Один из наиболее мощных показателей доверия. Доверие к сайту со стороны Яндекса возрастает многократно, если он включен в Яндекс.Каталог. Та же ситуация с Гуглом и каталогом DMOZ.
6. **История домена.** Бывали ситуации, когда вебмастер приобретал домен, который раньше использовался под какой-нибудь врезник и/или был в бане.
7. **Уровень домена.** Сайты на бесплатном хостинге с доменом третьего уровня пользуются меньшим доверием, чем сайты с доменом второго уровня.
8. **Google PageRank** — достаточно размытое, в наши дни, понятие, но всё же этот фактор увеличивает доверие со стороны Гугла.
9. **ТИЦ** — еще более размытое понятие, которое можно применить к доверию к сайту со стороны поисковиков. Но всё же, на мой взгляд, Яндекс лучше относится к сайтам, у которых ТИЦ высокий.
10. **Отсутствие продажных ссылок.** Яндекс борется с продажными ссылками. С каждым месяцем всё меньше денег с сапы, всё больше фильтров Яши. Если хотите денег — продавайте, но продавайте в меру, т.к. банхаммер у Яндекса всегда наготове.

Далее я перечислю факторы, которые, по моему мнению, **не влияют на доверие к сайту**, несмотря на то, что некоторые вебмастеры считают наоборот.

- **Посещаемость.**
- **Количество проиндексированных страниц на сайте.**

- **Зона домена.** Бытует мнение, что Яндекс не любит сайты в доменной зоне info. Своё видение ситуации с доменами info я расписал в статье про [доверие к сайту и понятие trustrank](#).

TrustRank

В 2005-ом году специалисты из Google придумали специальный рейтинг, именуемый TrustRank, который предназначается для определения доверия к сайту.

Технически **TrustRank** — это один из многочисленных фильтров поисковых систем, осуществляющий релевантность страниц сайта по определенному поисковому запросу на основе доверия к этой странице. TrustRank является обсуждаемой темой на тематических форумах. Вообще, TrustRank — это понятие, покрытое мраком для нас, «негугловских» людей. Практически все сведения о нём находятся на уровне догадок.

Как полагает большинство, TrustRank изменяется в цифрах от 0 до 1 и имеет достаточно широкий цифровой диапазон вплоть до десятых долей (0,1; 0,2 ... 1). У каждого сайта существует своё значение доверия (трастовости). Например, страница с 0,1 является нетрастовой, а страница с 0,9 — наоборот, практически максимально трастовой.

Некоторые считают, что рейтинг доверия к сайту является один из факторов изменения позиции в выдаче. Более «надёжные» сайты, как правило, выше, менее «надёжные» — ниже. Некоторые считают наоборот, рейтинг доверия не влияет на выдачу. Эта теория никем не доказана и является всего лишь догадками сеошников, и проверить это, к сожалению, никак нельзя.

В поддержку теории доверия к сайтам, а конкретно — к тому, что TrustRank влияет на позиции в выдаче, я приведу пример — ресурс Wikipedia. По большинству высокочастотным запросам этот сайт находится в топе поисковиков. Уверен, что кредит доверия к Википедии значительно выше, чем к большинству сайтов.

Получается, что из-за полезности одного ресурса, доверие к сайту возрастает и, соответственно, поисковые системы по ВЧ запросам включают Википедию в топ. Именно поэтому я считаю, что понятие доверия к сайту вообще имеет место быть и TrustRank — это не очередная выдумка оптимизаторов.

Доверие к сайту со стороны пользователей

Доверие пользователей к сайту складывается из следующих факторов:

1. **Интересный и полезный контент.** Не обязательно уникальный. Люди — это не поисковики и нам важна в первую очередь полезная информация, даже если она где-то заимствована.
2. **Удобство и простота конструкции сайта.** Тут действует небыизвестное «Правило трех кликов». По правилам юзабилити, крайне желательно, чтобы до любой страницы сайта можно было добраться за три клика.
3. **Частые обновления сайта.** Мёртвые ресурсы никому не нужны. Люди любят новую информацию.
4. **Компетентность автора в тематике ресурса.** Посетители должны быть уверены, что получают качественную и актуальную информацию по теме сайта.
5. **Умеренное количество рекламы.** Тут главное не переборщить. Рекламы не должно быть больше, чем контента. =)
6. **Приятный дизайн.** Если не испытываете проблем с финансами и/или не можете нарисовать сами — закажите профессиональный дизайн. И пользователям будет комфортней, и вам приятно любоваться на уникальный дизайн от профи.
7. **Информация должна быть правдивой, и её легко можно было проверить.** Это касается копипаста. Если заимствуете статью — поставьте ссылку на источник. Это поднимает администратора сайта в глазах пользователей и автора статьи.
8. **Контакт.** Если имеется в виду сайт какой-то компании, то на отдельной странице следует указать все данные для связи, будь то телефон, адрес, схема проезда или электронная почта. Эта страница должна быть доступна с главной, а еще лучше — быть сквозняком в меню.

9. **Отсутствие ошибок, опечаток.** Тоже немаловажный пункт. Орфография и пунктуация автора должна быть на высоком уровне. Перед тем, как выложить свеженарисанную статью на сайт, желательно проверить её ещё раз. На крайний случай, воспользуйтесь Word`ом или [Типографом](#).

Доверие и жизнь теряют только раз. (Русская пословица)

© [Ave](#)