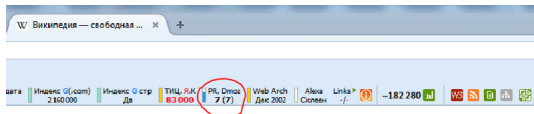


Page Rank Google умер и больше не будет обновляться!

Проект был до безобразия простым и одновременно чудовищно сложным. В его основе лежало создание поисковой системы, которая будет искать веб-страницы в Интернете и сначала показывать самые популярные (на которые ссылается больше всего других источников).

В 1998 году BackRub переименовали в Google, а о Page Rank написали первую статью — о том, как работает алгоритм ранжирования сайтов в новой поисковой системе.



Page Rank (или PR) — это значение, показывающее авторитет страницы в поисковой системе Google.

Page Rank определяется для каждой веб-страницы отдельно. PR страницы зависит от количества ссылающихся на эту страницу ресурсов.

Значение Page Rank можно увидеть в различных надстройках для браузеров, на панели инструмента Google, сервисах статистики и т.д.

Это и есть тот самый тулбарный PR (Toolbar Page Rank) — упрощенное и усредненное представление о важности страницы, выраженное в числовом значении от 1 до 10. Почему усредненное, спросите вы?

Page Rank 1 и Page Rank 2 – в чем отличие?

Тулбарный пейджеранк – это логарифмическая шкала: промежутки между PR1, PR2, PR3 и т.д. – неравны. Промежуток между PR1 и PR2 составляет 10 единиц, между PR2 и PR3 – уже 100 единиц, а между PR3 и PR4 – 1000 и т. д.

То есть если страница имеет реальное значение PR в диапазоне 1-10, то Toolbar Page Rank будет равен 1. Если реальное значение Page Rank страницы будет 75 (или любое другое число в диапазоне 10-100), то Google Toolbar покажет, что у сайта Page Rank=2. Для сайтов, реальное значение Page Rank которых будет в диапазоне 100-1000, Toolbar покажет уже Page Rank=3 и т.д.

Именно поэтому сравнительно несложно поднять показатель Page Rank страницы сайта с 1 до 2 и гораздо сложнее с 6 до 7. На самом деле, все это условные цифры, но суть они отражают.

Когда-то сайты действительно ранжировались на основе только Page Rank.

С тех пор многое изменилось.

Почему Page Rank упразднили?

Еще в 2007 году на выдачу в Google влияло уже более 200 факторов ранжирования. Однако Page Rank все еще занимал довольно значимое место при ранжировании сайтов.

В 2010 году на конференции «Optimization» представители Google рассказали о постепенном преобладании других факторов и об отмирании Page Rank (и не только тулбарного).

1. Nofollow больше не работает

В 2009 году Мэтт Каттс заявил, что больше нет смысла закрывать страницы в nofollow, так как данный атрибут больше не будет препятствовать передаче Page Rank. (Атрибут

nofollow используют владельцы сайтов, чтобы ставить ссылку на своей странице, но не позволять ей передавать имеющийся Page Rank.) Заявление Мэтта Каттса стало первым звоночком на пути к отмене пейджранк.

2. PR показывает неактуальную информацию

Вторым предзнаменованием стало изменение частоты обновления Page Rank. Исторически сложилось, что тулбарный Page Rank обновлялся примерно раз в 3-4 месяца.

После введения платформы Caffeine любые метрики обновляются постоянно, в режиме реального времени, а не в заданные промежутки времени, поэтому смысла в тулбарном Page Rank становилось все меньше и меньше: даже при ежемесячном обновлении он будет показывать устаревшее значение.

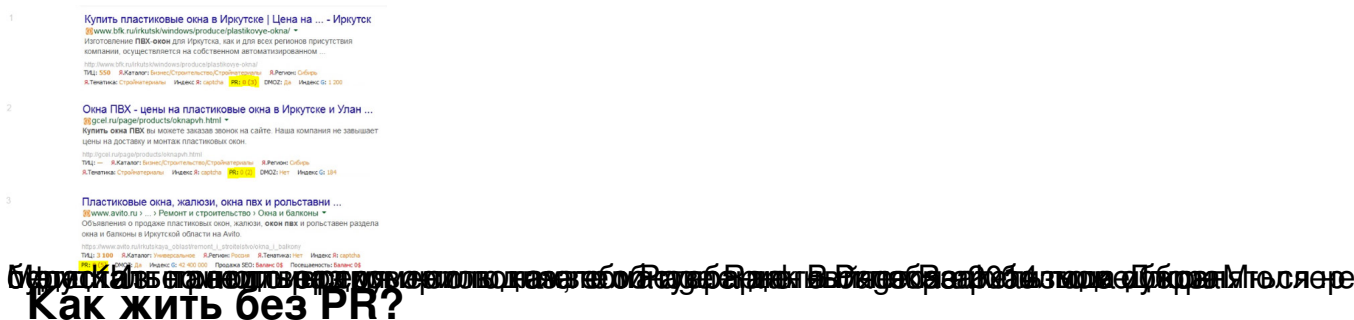
В 2013 году обновление тулбарного PR происходило в два раза реже, а самый последний раз Page Rank был обновлен еще 6 декабря 2013 года.

3. Page Rank давно перестал влиять на результаты выдачи

Page Rank (равно как и тИЦ Яндекса) уже давно напрямую не коррелирует с ранжированием сайта.

В большей степени PR – это некая пузомерка, по которой можно было более-менее судить, что сайт популярный.

Для того чтобы в выдачу не попали некачественные сайты, накручивающие PR, созданы алгоритмы Панда, Пингвин и другие. То есть при прочих равных условиях PR, конечно, играл свою роль в ранжировании, но далеко не ключевую.



Как жить без PR?

Долгое время по Page Rank можно было судить о раскрученности и популярности страницы.

Чем показатель PR выше, тем дольше страница существует в Сети и больше сил вкладывается в ее развитие. В том числе на основе данного значения вебмастера закупали и по инерции продолжают закупать ссылки.

После отмены обновления тулбарного Page Rank, понять о реальном Page Rank страницы становится очень и очень сложно.

На что ориентироваться без PR?

Глобально ничего страшного не произошло. До Гугла наконец-то добралась эра семантического SEO, теперь стоит ориентироваться на другие показатели успешности сайта, такие как конверсия, посещаемость, количество повторных визитов, процент отказов, количество проиндексированных страниц и другие.

Мы уже давно пишем, что нет смысла гнаться за показателями Page Rank или ТИЦ – эта гонка никак не скажется на позициях вашего сайта в выдаче. Нужно работать с улучшением показателей юзабилити и вкладывать деньги в развитие и расширение функционала своего сайта, а не в накрутку PR, ТИЦ и других пузомеров.

P.S. Не знаете, как оценить качество своего сайта? Закажите консультацию нашего специалиста: он подробно посмотрит ваш сайт, покажет основные его недочеты и научит правильно работать со всеми показателями.