

№10

SEODIGEST



Идеи для блогов

Создание веб-студии

Роль окружающего текста в SEO

Секреты генерации спутников под **Яндекс**

Продвижение статьями: перспективность и долгосрочность



ОТЛИЧНЫЙ КОНВЕРТ ФИНАНСОВОГО ТРАФИКА

Конверт
на УРАА!



ЛУЧШИЙ ДОХОД ДЛЯ ВЕБМАСТЕРА

Заработано

на  **t3leads**
A LEADING CPA AFFILIATE NETWORK



Содержание

- Интересный блоггинг, или как-то так. 6
- Интервью с генеральным директором хостинг-провайдера BeGet.ru 9
- Роль окружающего текста в SEO 14
- Бесплатно! Мультисайтовая CMS, хостинг, контент 16
- Блоги про знаменитостей 22
- Секреты генерации сателлитов под Яндекс 26
- Создание веб-студии. Так ли это сложно? 29
- Продвижение статьями. Перспективность и долгосрочность 35
- Руководство по написанию фарма-статей 38
- Заряжай, пока это актуально! 41

Интересный блоггинг, или как-то так. . .



В конце 2009 года двое блоггеров (seodummies.ru и iterant.ru) провели двухнедельный **идейный марафон по улучшению блогосферы**, который назывался «Блогосфера лучше!»

Марафон был настолько успешен, что нашел свое продолжение на страницах нашего замечательного журнала. Сегодня мы представляем вашему вниманию новую рубрику **«Интересный блоггинг, или как-то так...»**, в основу которой была положена идея марафона. В каждом номере нашего журнала, начиная с этого номера, будут публиковаться по две новые идеи для блоггинга.

Идея для блога: нестандартные решения

0. Идея

Автор блога пишет о нестандартных решениях проблем из всех областей жизни. Изобретения, нетривиальные решения, собственный опыт и т.д.

1. Тематика блога

Ярко выраженной тематики нет, но ее можно сделать, сузив область интересов, в которой вы будете писать. Например, «Нестандартные решения в бизнесе», «Нестандартные решения в автосервисе», «Нестандартные решения в менеджменте» и т.д.

2. Названия и слоганы

- «Блог о нестандартных решениях проблем».
- «Блог о нестандартных подходах к решению проблем».
- «Нестандартные подходы к стандартным задачам (проблемам)».
- «Необычные решения обычных проблем».
- «Нетривиальный подход — ключ к успеху!»

3. Свободные домены

- no-standart.ru (Бинго!)
- notriviality.ru
- anti-standart.ru

4. Описание блога

Описываются нестандартные подходы и нетривиальные решения различных задач в повседневной жизни или в выбранной тематике. Кроме того, можно вполне удачно приплести теорию и практику применения ТРИЗ (Теория Решения Изобретательских Задач). Можно устраивать конкурсы или акции, в которых ваши посетители будут предлагать свои варианты решения. Ввести систему рейтингов и мотивации.

5. Источники контента

Поисковые системы. И ресурсы по ТРИЗ. Всё будет зависеть от того, какую тематику вы выберете.

6. Конкуренты

Блогов с таким позиционированием единицы. И опять же, всё зависит о темы, на которую вы будете писать. Конкуренции практически нет.

7. Резюме

Идея замечательная, конкуренции практически нет. Тяжеловато в плане сбора информации, которая разбросана по всему Интернету. Собрать нужно будет по крупицам, и придется изрядно потрудиться. А кто говорил, что будет совсем легко?

Идея для блога: OpenSource

0. Идея

Автор блога — «повёрнутый на всю голову линуксоид или человек, который должен таким стать» — пишет об открытом ПО, открытом коде и жизни в условиях полной открытости...

1. Тематика блога

Ярко выраженная тематика освещения OpenSource, как явления нашего времени. Теги: открытое ПО, свободное ПО, лицензия, исходный код, национальная безопасность, IT, Linux, безопасность, WikiReader, Openmoko,

Эрик Реймонд, Брюс Перенс, OSI, GNU, GPL, BSD, OpenSource.org, copyleft, copyright, и многое другое...

2. Название блога

OpenSource блог — открыто об открытом!

3. Свободные домены для блога (на момент публикации) и слоганы для них

- OpenSourceBlog.ru — Блог Полного Опенсорса
- OSSblog.ru — Блог ОПО (Открытого Программного Обеспечения)

- OpenComel.ru — Открыто, входите!
- MyOpenSource.ru — Мой открытый код...
- OpenOrNot.ru — Открыто или нет?



4. Тизер блога

Этот блог посвящен такому удивительному явлению, как OpenSource. В блоге вы найдёте обзоры готовых продуктов (hardware, software), основы этики OpenSource, законодательную базу разных стран, мысли о путях развития этого явления, информацию о персоналиях, юмор, ссылки на готовые решения. И помните... у нас весь код открыт!

5. Источники контента

- ru.wikipedia.org/wiki/OpenSource
- habrahabr.ru/blogs/open_source/
- code.google.com/opensource/
- open-life.org
- openkazan.info
- linuxrsp.ru
- blogclient.ru
- blogs.pcmag.ru
- osa.samag.ru

6. Конкуренты

- juev.ru — с недавнего времени блог посвящен только OpenSource, материалов много, автор компетентен.
- open-source.blog.ru — блог Открытого общества OpenSource разработчиков, пустой.

7. Рекомендуемая платформа

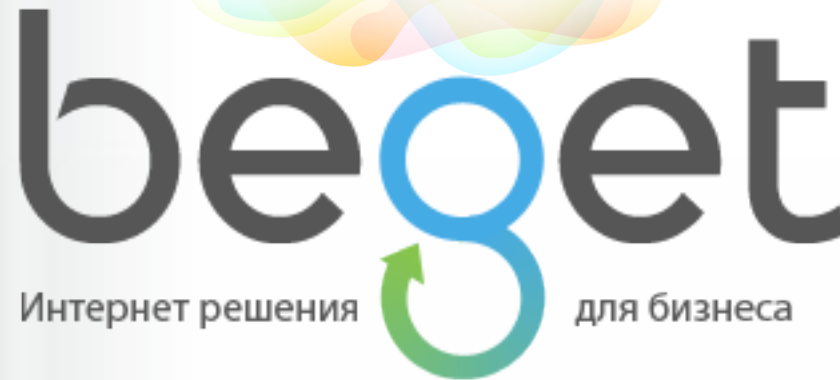
[Movable Type](http://MovableType.com) однозначно, потому что OpenSource

8. Итог

При наличии в юном блоггере желания сделать лучший блог, посвященный OpenSource и пронизанный идеями и технологиями OpenSource, эта идея имеет право на существование. Если же вы не видите в себе сил и желания сделать блогосферу лучше, то не утруждайте себя, ведь всегда есть возможность сказать «свободная касса»...

Авторы:

Илья Кочнев, <http://iterant.ru/>
Ветас, <http://seodummies.ru/>



Интервью с генеральным директором хостинг-провайдера BeGet.ru

В последнее время стали появляться положительные отзывы о хостинг-компании Beget.ru, причем замечу, что только положительные. Интересно, чем же так привлекателен этот хостинг?

В итоге мы поступались в суппорт компании с просьбой дать небольшое интервью. На нашу просьбу любезно откликнулся директор компании — Ильин Александр Юрьевич. Итак, встречаем:

Скажите, как давно ваша компания на рынке услуг?

Александр:

На рынок услуг хостинга мы вышли совсем недавно, в сентябре 2009 года.

Сама же компания была образована на рубеже 2007-2008 годов, а ее первостепенным направлением хостинг стал не сразу. Поначалу мы выполняли широкий круг задач, но почти сразу решили, что удобнее держать проекты наших клиентов на своем оборудовании.

Примерно в конце 2008 года мы начали более упорно работать над направлением хостинга и практически отошли от других сфер деятельности. При этом мы не торопились выходить на широкий рынок. С самого начала мы поставили перед собой задачу предоставлять только качественные услуги, а для этого, как мы единогласно считали, нам нужно было свое собственное программное обеспечение, опыт и многое другое.

Если вы посмотрите на рынок хостинга, то сейчас очень большое количество компаний «наступает на грабли» в процессе работы уже после выхода на рынок, а от этого страдают клиенты. Мы не хотели и не хотим повторять их ошибок и «получать помидоры» в свою сторону, поэтому очень много сил было отдано именно разработке и тестированию наиболее удобного и качественного ПО, как клиентской части, так и серверной.

Новой компании довольно сложно пробиться на рынок хостинга, каковы ваши конкурентные преимущества. Именно из-за них складываются положительные отзывы?

Александр:

Что касается конкурентных преимуществ, то я бы отметил следующие:

Во-первых — это техническая поддержка. Мы доброжелательно и терпеливо относимся к каждому клиенту и пытаемся решить проблему независимо от того, насколько она сложная или относится она или нет к работе хостинга, в любое время дня и ночи, 7 дней в неделю. Тех. поддержка также всегда поможет или сама перенесет сайты, или установит необходимое ПО.

Во-вторых — это собственная Панель Управления, которая не только радует глаз клиента, но и по большинству оценок очень удобная, быстрая и простая в использовании. Панель Управления постоянно дорабатывается. Совсем недавно появилась возможность автоматической установки 26 CMS, с большинством производителей которых у нас налажены партнерские отношения, и за счет этого можем предложить очень выгодные условия для платных продуктов. Мы добавили «SEO-модуль», в разработке находится расширенное «Управление логами» и «Файловый менеджер», а в планах еще очень много.

В-третьих — это месяц тестового периода. При этом мы никак не ограничиваем клиента во время него. Мы

даем проверить себя, так сказать, в «бою». Это удобно, поскольку клиенту нет необходимости оплачивать услуги, чтобы проверить работу.

Положительные отзывы клиенты оставляют потому, что им нравятся наши услуги, особенно после того как, за те же или даже меньшие деньги, они получают сервис, которого они просто не ожидали.

Вы упомянули про SEO-модуль — это уже интересней, расскажите более подробно. Что подвигло на создание такого модуля и что он из себя представляет?

Александр:

Среди наших клиентов есть те, кто занимаются продвижением и SEO, однако, на самом деле, SEO-модуль будет полезен и интересен практически всем владельцам сайтов. Если у вас есть сайт, то основной вопрос для вас — какой же вес у сайта в глазах поисковиков, по каким ключевым словам на него попадают люди и какие позиции он занимает.

Запущен был далеко не весь функционал, который задуман, так сказать модуль в «сыром» виде — чтобы оценить, насколько он востребован и стоит ли продолжать работу в этом направлении. Сейчас в нем можно смотреть статистику по доменам: ТИЦ, PR, количество проиндексированных страниц, позиции по ключевым словам в поисковых системах. При этом вся статистика сохраняется и можно просматривать все в виде удобных графиков.

Если честно, в далеком прошлом я мечтал о таком сервисе, а сейчас мы

запустили его на нашем хостинге. Вероятно, это и было одной из основных причин, которые подвигли нас на создание SEO-модуля.

Кроме того, помимо статистики есть раздел, где публикуются полезные средства для продвижения. Здесь, за счет наших совместных акций с SEO-сервисами, наши клиенты получают бонусы и скидки.

Многим интересно узнать про то, где вы находитесь и где расположено ваше оборудование и, соответственно, что это за оборудование?

Александр:

Мы находимся в Санкт-Петербурге, как и наше оборудование. Расстояние от нашего офиса до дата-центра преодолевается за 10-20 минут, что позволяет в чрезвычайных ситуациях оперативно выехать и исправить ситуацию.

Мы покупаем только новое серверное оборудование у крупнейшего дистрибьютора в России.

Под виртуальный хостинг мы ставим двухпроцессорные 8-ми ядерные сервера с 8 ГБ оперативной памяти и серверными дисками, объединенными в RAID.

Вы упомянули о чрезвычайных ситуациях. Какими они могут быть?

Александр:

Любое оборудование может сломаться. Например, может выйти из строя жесткий диск, хотя это происходит крайне редко, так как мы используем только серверные винчестеры Seagate. Тут нужно, также понимать, что диски объ-

beget
Интернет решения для бизнеса

Свяжитесь с нами и мы расскажем Вам что и как мы можем для вас сделать.
953-68-28
support@beget.ru
580 278 701

SeoDigest

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ:

| | | |
|-----------------------------|--------------------|----------|
| Имя пользователя | seodig | Изменить |
| Информация о пользователе | Редактировать | |
| Тарифный план | Noble | |
| Текущий баланс | 0.00 руб (18 дней) | |
| Сервер | leon.beget.ru | |
| Сайты | 1 / 10 | |
| Домены | 1 / Неограничено | |
| Базы данных MySQL | 0 / Unlimited | |
| Размер баз данных | 0 Мб. | |
| Дисковое пространство | 1Мб / 2000Мб (1%) | |
| Почтовые ящики | 0 / неограничено | |
| Дополнительные FTP аккаунты | 0 / 10 | |

ИНФОРМАЦИЯ ПО ПАРТНЕРСКОЙ ПРОГРАММЕ:

| | |
|----------------------|--------|
| Баланс | 0 руб. |
| Общая сумма выплат | 0 руб. |
| Количество рефералов | 0 |

ИНФОРМАЦИЯ О СЕРВЕРЕ:

| | |
|----------------------|------------------------|
| Операционная система | Ubuntu server 9.10 |
| Версия Apache | Apache/2.2.12 (Ubuntu) |

FTP, CRONTAB, ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ, MYSQL, ПОДДОМЕНЫ, САЙТЫ, ФАЙЛОВЫЙ МЕНЕДЖЕР, DNS, ДОМЕНЫ, CMS, BACKUP, ПОЧТА, СТАТИСТИКА, ОПЛАТА, SEO

единены в RAID, и даже если вышел из строя один винчестер, то это не прерывает работу сайтов клиентов. Но, тем не менее, нужно как можно быстрее установить исправный диск в RAID.

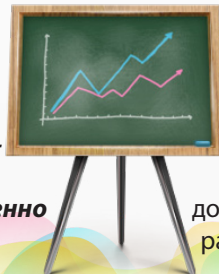
Просматривая отзывы о вашем хостинге, мы не нашли жалоб на стабильность работы. Неужели сервера никогда не падают? За счет чего удастся добиться стабильности работы?

Александр:

Каверзный вопрос. Конечно, оградиться от падений и форс-мажорных ситуаций или обеспечить аптайм серверов на 100% практически невозможно, хотя среди наших серверов есть один сервер, у которого аптайм действительно равен ровно 100% в течение года.

В данном вопросе определяющую роль играет оперативность решения проблемы, наши сервера находятся на постоянном мониторинге специалистами, и если что-то происходит, то это моментально исправляется (я говорю именно о форс-мажорных ситуациях, для типичных ситуаций работают скрипты). Есть разница, когда сайты недоступны в течение нескольких минут и когда сервера лежат часами, это отличает профессиональный хостинг от любительского. За стабильность работы мы должны быть благодарны нашим сотрудникам, ну, и конечно же, как я говорил ранее, мы никогда не экономим на оборудовании и используем только самое лучшее.

Любого оптимизатора интересует вопрос: что важно при выборе хостинга именно с точки зрения SEO?



Александр:

Во-первых, это близкая к 100% доступность сайтов. Из-за недоступности сайта он может выпасть из индекса, могут не засчитаться продажи на биржах, а это упущенная прибыль.

Во-вторых, чтобы на одном IP или лучше даже в одной подсети не было нелюбимых поисковыми системами сателлитов, дорвеев и т. п. Это может повлиять на ранжирование сайтов. Мы следим за этим.

У вас также очень выгодная партнерская программа, расскажите читателям вкратце о ней?

Александр:

Да, мы предлагаем одни из самых выгодных партнерских условий. Мы платим до 40% с каждого платежа за хостинг приведенного клиента пожизненно. Некоторые наши партнеры зарабатывают больше наших сотрудников, при этом они просто разместили баннеры на своих сайтах. Я предлагаю всем самостоятельно попробовать и убедиться, что на этом можно реально зарабатывать, не говоря уже о том, чтобы отбивать хостинг.

Какие планы на развитие и каких новшеств ждать в ближайшее время?

Александр:

Мы собираемся только улучшать наши услуги, и мы прислушиваемся к каждому пожеланию наших клиентов.

Мы продолжим развивать модуль «CMS», есть много идей, добавим «Историю версий», будем развивать наши партнерские отно-

шения с производителями CMS и производить все большую интеграцию с системами управления.

Будем дорабатывать модуль «SEO» — добавим более подробный анализ доменов, будем развивать сотрудничество с сервисами по продвижению, чтобы у наших клиентов появились дополнительные бонусы. В планах также интеграция с известными сервисами по продвижению, например — SAPE.

В плане маркетинга мы собираемся ввести гибкий тариф и управление услугами из Панели Управления, чтобы пользователю не приходилось обращаться в техподдержку, для добавления дополнительного места, например.

Работы много и идей много. Что мы за собой заметили — какая бы смелая идея к нам в голову ни приходила,

мы через 1-3 месяца воплощаем ее в жизнь.

Что бы вы посоветовали всем читателям журнала SEODigest?

Александр:

Вспоминая, изречение Уинстона Черчилля, я советую всем читателям журнала SEODigest двигаться к успеху, не теряя энтузиазма, в абсолютно всех начинаниях, какие бы неприятности ни стояли на пути. Если у вас что-то не получается, пробуйте снова и снова, и в конце концов вас непременно ждет победа. Ну и, конечно же, на пути к цели, выбирайте только надежных партнеров.

Спасибо огромное, что уделили время.

Александр:

Было приятно пообщаться.

Рай для оптимизатора
Рай для веб-мастера

2.0

SEO
Продажа ссылок
Составление анкоров
Создание сеток блогов

SMO
Обзоры в блогах
наполнение форумов

www.tnx.net

КОНТЕНТ
Уникальный контент
от 0.09
за 1000 символов

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Typi non habent claritatem insitam; est usus legentis in iis qui facit eorum claritatem. Investigationes demonstraverunt lectores legere me lius quod ii legunt saepius. Claritas est etiam processus dynamicus, qui sequitur mutationem

parum clarum, anteposuerit litterarum formas humanitatis per nobis videtur parum clari, fiant sollemnes in futurum. Lorem ipsum euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend mazim placerat facer possim assum. Typi non iis qui facit eorum claritatem. Investigationes quod ii legunt saepius. Claritas est etiam processus lectorum. Mirum est notare quam littera gothica, quam humanitatis per secula quarta decima et quinta decima. Eodem in futurum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Роль окружающего текста в SEO

Все оптимизаторы знают, что продвижение сайта основывается на двух факторах: внутреннем и внешнем. Под внешним подразумеваются ссылки с различных сайтов-доноров, где в качестве анкоров (текстов ссылок) используются ключевые слова, по которым необходимо поднять позиции в поисковой системе. Однако мы забываем о таком важном факторе внешней оптимизации, как окружающий текст ссылки. Давайте рассмотрим подробнее, что это за текст и зачем его использовать при раскрутке сайта.

Окружающий или, по-другому, околоссылочный текст — это текст, используемый вокруг гиперссылки.

Например:
Наше мебельное предприятие делает мебель на заказ по очень выгодной цене.

В данном случае «мебель на заказ» будет ссылкой, а остальной текст от границ предложения будет околоссылочным («Наше мебельное предприятие делает» и «по очень выгодной цене»).

Чем этот анкор лучше обычного, не использующего околоссылочный текст? Ведь можно, например, использовать анкеры такого вида (списком):

- **мебель на заказ**
- **инструменты вебмастеров**
- **качественное продвижение сайта**

Преимуществом первого вида анкоров является естественность. Когда вебмастера ставят ссылки, то установка их в виде списка, через запятую или знак «|» — смотрится **неестественно**, но как только ссылка окружается текстом, картина сразу меняется. Также окружающий текст позволяет отделить одну ссылку от второй.

При покупке ссылок на биржах это важно, чтобы не создавать на доноре блок ссылок и, таким образом, маскировать покупные ссылки под естественные.

Четкое влияние околоссылочного текста на продвижение обычно довольно сложно заметить, однако в некоторых случаях, рассмотренных ниже, оно существенно.

Очень вероятно, что поисковые системы используют этот текст для определения схожести тематичности донора и акцептора, передавая больше веса тематическим ссылкам и, соответственно, подобными ссылками проще поднять ТИЦ.

Помимо естественности и тематичности у окружающего текста имеется ещё одна важная роль, которую он играет при безанкорном продвижении сайта (когда в анкоре не используются ключевые слова). Такая ссылка может выглядеть следующим образом:

- **Заказать мебель в Москве вы можете здесь.**

или же

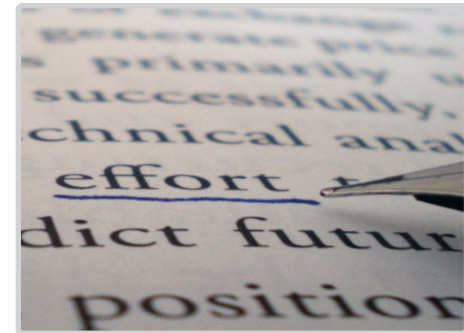
- **Заказывайте услуги по seo на сайте <http://devaka.ru/>**

Экспериментальным путем доказано (после внедрения Снежинска), что околоссылочный текст попадает в анкорлист и учитывается при ранжировании в Яндексe не при любых анкорах, а только **вида URL** и со словом **«здесь»**. Примеры со словами **«тут»** и **«отсюда»** пока что не найдены. То же самое можно сказать и о поисковой системе Google, где вдобавок используются другие языки и ссылки вида **«click here»**.

Если в этих случаях окружающий текст влияет на выдачу, то его можно использовать для:

- **разбавления анкор-листа;**
- **возможности легкой переориентации**

- **запросов для сайта;**
- **увеличения статического веса акцептора;**
- **увеличения траста (за счет естественности);**
- **легкого модерирования ссылок в сапе и других биржах, на форумах**



Примеры работы подобных анкоров можно посмотреть [здесь](#) и [здесь](#).

Использовать или нет окружающий текст и безанкорное продвижение при раскрутке сайта — личное дело каждого оптимизатора. Но если сегодня можно обойтись без околоссылочного текста, как это делают известные seo-компании (<http://devaka.ru/companies/>), то в ближайшем будущем, возможно, поисковые системы будут совершенствовать свои алгоритмы и блокам ссылок не давать веса вообще. Переход на «естественность» гарантирует длительную работу проставленных ссылок.

Автор: Сергей Кокшаров
<http://devaka.ru/>

FREE
PARKING

БЕСПЛАТНО!
Мультисайтовая CMS
Хостинг
Контент
Монетизация:
контекст,
статьи,
ССЫЛКИ.

Наконец, запущен этот уникальный проект для тестеров (альфа-тест). Он дает возможность буквально за пару кликов на десятках/сотнях ваших доменов бесплатно создать *тематические мини-сайты с уникальным дизайном и контентом*, постепенно автонаполняющиеся единственными в своем роде статьями и благодаря этому отлично индексируемые поисковыми системами. Затем вам предоставляется возможность начать *монетизацию посредством контекста*, размещения уникальных рекламных статей и ссылок в умеренных количествах (максимум по 1 на странице, чтобы сайт прожил в индексе долго) и различных партнерских программ.

Причем, от вас не требуется практически никаких усилий: просто добавить все свои домены второго уровня одним кликом в единую панель управления сервиса и прописать у регистратора доменов необходимые NS-сервера одного из крупнейших хостингов, по-

сле чего указать для монетизации свои аккаунты в биржах и системах контекстной рекламы.

Однако мы рассчитываем, что владельцы доменов будут развивать свои мини-сайты для увеличения дохода: добавлять собственный интересный контент, заниматься оформлением и продвижением мини-сайта (это не является обязательным условием). Решение, которое мы вам предлагаем, позволит не думать над настройкой хостинга, движка, кодов различных бирж, а сконцентрироваться на самом сайте.

Мы (tnx.net) предоставляем вам бесплатно:

- качественный хостинг от ведущих российских платных хостинг-провайдеров;
- первоначальный набор уникального контента;

- мультисайтовую единую панель управления и движок мини-сайтов;

- монетизацию (готовые настроенные решения по заработку на статьях, контексте, ссылках).

А также платно:

- магазин недорогого уникального контента (новости, статьи) для дальнейшего наполнения и развития мини-сайта;

- магазин уникальных для поисковиков тематических шапок (картинок) по 1 у.е. (несколько сотен шапок на выбор + уникальная технология уникализации картинок с помощью автоматического наложения логотипа сайта и разрезания одной картинки на несколько частей);

- готовые экономичные решения по увеличению посещаемости и «пузомеров» мини-сайта (продвижение статьями, ссылками) для дальнейшего увеличения его дохода.

Чего мы ждем от вас?

1. использовать домены, соответствующие нашим требованиям;
2. принять меры для того, чтобы сайт выглядел по-человечески: оформлять красиво, а также проверять, редактировать, добавлять контент;
3. обеспечить индексацию сайта;
4. после индексации развивать и продвигать сайт.

Пока мы не можем принять всех желающих, поэтому на данный момент приглашаются активные (более года) пользователи наших сервисов Liex, Хар (TNX), а также активные пользователи форума с количеством сообщений более 1000.

Мини-FAQ

Что из себя представляет мини-сайт?

На данный момент мини-сайт больше всего похож на тематический каталог статей или блог, где на главной странице размещаются анонсы последних публикаций, а также меню со ссылками на разделы.

В разработке также находится иной тип сайта, где основной доход будет идти от продаж товаров/услуг, а в качестве дополнительного — доход от размещения рекламы.

Примеры я готов показать в личке тем, кто подходит под обозначенные в теме критерии.

Каковы требования к доменам?

На время тестирования есть несколько требований (эти ограничения могут быть смягчены со временем):

1. Возраст домена должен быть от 1 года;
2. Допустимая зона домена RU, COM, NET, ORG, INFO;
3. Домен должен быть не запрещен к индексации в Яндексе, т. е. домен не должен иметь плохой истории;

4. У домена должен быть уникальный whois (телефон, e-mail) внутри системы, допускается одинаковое имя или private person.

Какими возможностями обладает ваша мини-CMS? Будет ли мне предоставлен FTP-доступ?

Мини-CMS обладает гибкими настройками по оформлению (можно по-своему настроить внешний вид всех элементов: заголовков, анонсов, текстов), совместима с шаблонами от большинства распространенных движков (можно, например, указать урл какого-то сайта, и дизайн будет взят с него). Можно закачивать на сайт свои картинки. CMS работает на файлах и оптимизирована для минимальной нагрузки и максимальной скорости работы. В целях безопасности мы не предоставляем ftp-доступ и не даем возможность закачивать сторонние php-скрипты. Все необходимые действия по управлению контентом можно сделать в интерфейсе единой панели управления мини-сайтами.

Размещаете ли вы какую-то бесплатную рекламу в обмен на хостинг как Ucoz, Narod и другие бесплатные хостинги?

Нет, не размещаем. Но обязательное требование — монетизация мини-сайта с помощью предлагаемых нами готовых решений, доход от которых получает владелец домена.

Расскажите подробнее про готовые настроенные решения по монетизации.

Сразу после создания мини-сайта он предлагается для платного разме-

щения статей на бирже Liex. ru. Цены на размещение вы устанавливаете самостоятельно. Естественно, рекламодатели будут размещать статьи только после попадания сайта в индекс поисковиков. Также на сайте устанавливаются оптимальные рекламные блоки контекстной рекламы и сайт автоматически добавляется в ваш новый аккаунт в Зорьке, который регистрируется автоматически.

Через некоторое время после этого появляется возможность продавать на сайте ссылки — не более 1 ссылки со страницы (вам нужно будет указать ваш аккаунт в биржах). Вам не требуется устанавливать коды на каждый сайт — достаточно включить соответствующую галочку в интерфейсе системы. Также вы можете при желании разместить на сайте код Google Adsense и другие js-коды.

Какой доход я могу ожидать от мини-сайта?

Ожидаемый уже во второй месяц (первый месяц уйдет на индексацию) доход на продаже ссылок — от 5 у.е./мес, статей от 5 у.е./мес, контекстной рекламы 1-100 у.е. в мес (в зависимости от тематики и посещаемости мини-сайта).

Каков риск бана мини-сайта?

Риск бана 50/50 — или сайт забанят, или нет

Как известно, Яндекс с помощью АГС борется с продажей ссылок, однако алгоритм неточен, и часто санкциям подвергаются вполне полезные сай-

ты, на которые вебмастеры затратили много часов своего времени. В этих условиях у вебмастеров фактически остается единственный вариант: делать один-два качественных проекта для людей, и делать их возможности независимыми от поисковых систем и от заработка на продаже ссылок. Но это означает «класть все яйца в одну корзину» — ведь проект может оказаться успешным, а может и не окупить ушедшие на него усилия и затраты. Делать псевдо-СДЛ уже становится неактуальным, т. к. времени и сил на них затрачивается много, а риск бана с каждым новым апдейтом АГС увеличивается.

Чтобы вебмастеру не класть «все яйца в одну корзину», мы предлагаем ему инструмент для создания, поддержки и монетизации большого количества мини-сайтов, которые с большой вероятностью окупят небольшие усилия и затраты на них, даже если будут частично забанены Яндексом. К тому же даже в случае бана они продолжат приносить доход с контекстной рекламы, так как будут получать низкочастотный трафик с других поисковиков.

Так как все это требует совсем небольших затрат времени, параллельно вебмастер может посвящать время созданию одного-двух настоящих проектов «для души», не беспокоясь об их окупаемости. Мы в свою очередь будем принимать максимальные меры для того, чтобы мини-сайты прожили в индексе поисковых систем как можно дольше.

Какие меры вы принимаете для того, чтобы избежать одновременного бана большого количества сайтов?

Мы принимаем все возможные меры для того, чтобы все мини-сайты не имели между собой ничего общего, что позволило бы поисковой системе определить их как сетку сайтов.

Во-первых, используются нейм-сервера крупнейших российских хостеров, которые также обслуживают десятки тысяч доменов ru.

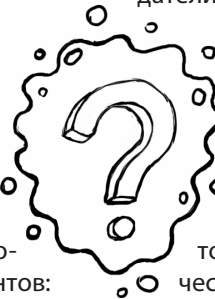
Во-вторых, для размещения мини-сайтов используются сотни ip из разных подсетей, причем на этих же ip работает большое количество других проектов.

В-третьих, у каждого сайта уникальная html-структура, уникальное оформление, уникальный контент.

Приняты меры для минимизации количества продажных ссылок — не более одной со страницы: таким образом, сайты будут минимально «заспамлены» по сравнению с типичными сателлитами в биржах ссылок.

Можно ли используя вашу мини-CMS и хостинг, сделать полезный проект для людей?

Да, можно, и мы будем поощрять такие проекты, а также постоянно улучшать нашу мини-CMS для того, чтобы она могла удовлетворить потребностям не только манимейкеров, но и вебмастеров, делающих СДЛ-ресурсы. А количество размещаемой рекламы вы можете регулировать ценами.





GLAVMED

ФАРМАСИ ПАРТНЕРКА #1

ТАБЛЕТКИ ПАХНУТ ДЕНЬГАМИ



40%

**40 НАСТОЯЩИХ
ПРОЦЕНТОВ**



MasterCard

**ПРОЦЕССИНГ
9 ИЗ 10 ЗАКАЗОВ**



\$

**ВЫПЛАТЫ
ПО ТРЕБОВАНИЮ**

Блоги про знаменитостей

В этой статье поговорим о создании, продвижении и монетизации блогов о знаменитостях в Рунете. Тематика обширна, поэтому затронем лишь некоторые аспекты и варианты подобных ресурсов.

Техническая часть

В качестве движка обычно выбираю Wordpress. Сразу рекомендую позаботиться либо о хорошем хостинге, либо о кэшировании. Так как уже при 3000-5000 уникальных посетителей в сутки Wordpress будет давать большую нагрузку.

Плагины для WP:

1. [FeedBurner FeedSmith](#) — пропускаем все RSS через FeedBurner.
2. [Head META Description](#) — добавляем мета тег Description, он будет состоять из первых слов поста.
3. [Ozh' Better Feed](#) — делаем RSS-фид интереснее, заодно боремся с воровством контента.
4. [RusToLat](#) — в Permalink используем транслит вместо кириллицы.

5. [SEO Title Tag](#) — возможность использовать title, отличный от заголовка поста.

6. [Subscribe To Comments \(Subscribe To Comments Now\)](#) — предлагаем подписаться на новые комментарии к посту.

7. [WordPress Related Posts](#) — предлагаем посетителю похожие посты (выборка по тегам), можно встроить подборку и в фид.

8. [WP-SpamFree](#) — один из лучших плагинов для отсева спама.

Часто советуют [All in One SEO Pack](#), но я от него отказался, мне удобнее Head META Description + SEO Title Tag.

Стоит отметить, что для данной ниши также хорошо работает формат форума. Более того, на некотором этапе развития UGC-контент (User-Generated Content) может стать основным, но этот вариант является темой для отдельного материала.

Тематика

Общая тематика «Знаменитости»

Создавать и продвигать сайт на такую широкую тематику сложно — большая конкуренция. С другой стороны, в вашем распоряжении огромное количество имен и связанных с ними ключевых слов. Для монетизации тоже есть минусы — трафик сильно размыт.

Фан-клуб какой-то звезды

Трафика меньше, чем в общей тематике, однако, продвигать значительно проще и при правильном выборе «звезды» результаты и монетизация будут очень скоро.

Специальные тематики

Например — о хип-хоп командах, о гранжевых исполнителях, об актерах сериала Lost и т.д. При прочих равных условиях — аудитория побольше, чем у фан-клубов отдельных личностей, но поменьше, чем у сайтов общей «звездной» тематики. Тут можно продвигаться как по именам звезд, так и по объединяющему их признаку. Такие сайты,

как правило, более «живые» нежели фан-клубы, где собираются в основном только поклонники одной знаменитости. Здесь возможны «холивары» между почитателями разных талантов (как пример — споры между поклонниками участниц молодежной группы «Ранетки») — а это бесплатный контент и внимание к ресурсу.

Есть еще много вариаций — создание сайтов про «начинающих» звезд, создание Интернет-лэйблов и т.д. Места для работы — много.

Контент

Для начала подойдет хороший рерайт новостей или переводы зарубежных блогов (если тематика позволяет).

Эксклюзивные материалы

Можно без труда найти контакты звезд или их pr-менеджеров, и если у вас будет интересный и посещаемый блог, то вы обзаведетесь постоянным притоком свежего контента — фотографий и пресс-релизов. Налаживайте контакты, общайтесь — эти люди полезны вам, и



вы очень им интересны и нужны. Порой просят опубликовать откровенно рекламные материалы — анонс концерта или, например, какой-то презентации, показа. Требовать ли за это деньги? Поначалу это будет лишним, но сама публикация подобного анонса может дать вам доступ к еще более интересному материалу.

Продвижение

Два основных момента — *комплексность* и *работа с подписчиками*.

Под комплексностью подразумеваются охват максимального числа каналов. Конечно, можно закинуть деньги в какую-то систему автоматического продвижения и на этом остановиться. Но, как показывает опыт, лучше работать более широко.

В течение всей жизни проекта я бы рекомендовал тесно работать с тематическими сообществами и форумами. Приведу пример: мне присылают эксклюзивное любительское видео с концерта популярной группы. Я публикую пост. Далее на ЖЖ, Li.ru, Ya.ru ищу сообщества: музыкальные, фан-клубы этой группы и ее солистов и везде делаю анонсы своего поста. Далее идем в поиск и ищем форумы, блоги и прочие ресурсы про данную группу — повторяем то же, что и с сообществами. В итоге — не только полезные в плане SEO ссылки, но и поток заинтересованных посетителей с тематических ресурсов, куча подписок на рассылку и множество комментариев.

Обмен постами с блогами. В этой нише в Рунете сегодня уже достаточно много блогов. Думаю, подробности из-

лишни: обмен постами — это привычная практика.

Трафик тизерных сетей. Для блогов о знаменитостях хорошо подходит обмен трафиком. Только учтите, что у вас хороший блоггерский трафик, поэтому обмен с тизерными сетями должен быть в вашу пользу, например вы отдаете 10 посетителей, вам возвращают 15. Это нормально.

Трафик с микроблогов. Твиттер и компания — сегодня это актуально, к тому же этот аккаунт можно использовать не только для новостей с блога. Сам по себе он замечательно может монетизироваться.

Поисковый трафик. Чем хороша эта ниша, так это обилием ключевых слов, причем постоянно появляются новые. Следим за трендами, новостями. Можно ориентироваться на основные кеи ниши: «знаменитости», «фото знаменитостей» и т.д. и конкурировать с огромным количеством ресурсов, а можно взять несколько менее конкурентных ключевых слов и иметь тот же трафик, потратив на него минимум усилий/бюджета.

Было бы интересно продвигать блог о «звездах» через тематические подкасты.

Подписки

Трафик приходит и уходит, а подписчики остаются, поэтому с самого начала работы над проектом позаботьтесь о возможности подписки на RSS, а главное — о возможности подписки на e-mail (для аудитории подобных проектов — это до 80% подписчиков). В

качестве сервиса организации e-mail подписки и подсчета читателей традиционно используется FeedBurner.

Помимо постов в блог вы сможете распространять по вашей базе подписчиков любую другую информацию (однако, злоупотребление не рекомендуется).

Монетизация

Все меняется, поэтому учтите, что пишу о том, что работает у меня сегодня:

- **Продажа ссылок** — для подавляющего большинства это будет самым доступным вариантом. И, кстати, весьма прибыльным вариантом.

- **Продажа постов и постовых** — Блогун. Также есть возможность пиарить за деньги начинающих и малоизвестных персон (их искать не надо, как правило, обращаются сами).

- **Контекст** — тут все плохо и уныло, хотя знаю пример, когда коллега делал уклон в более дорогие тематики (дома знаменитостей, машины, пластическая хирургия и т.д.) и результат получался значительно лучше.

- **Тизеры** — если отключаем пошлые картинки и сайты, то доход в 2-2.5 раза меньше. Решайте сами, что лучше. Помните, что блогу с «личной» рекламой гораздо

проще наладить контакты со знаменитостями.

- **Прямые рекламодатели.** Берем телефон и обзваниваем потенциально рекламодателей (включите фан-тазию — возможностей много). Как вариант — обратиться в какое-то рекламное агентство и предложить им продавать рекламу на вашем блоге.

- **Футболки, кружки** — хорошо работает для фан-клубов.

- **Кино** — если делать уклон в эту сферу (блог про актеров какого-то сериала или фильма), то очень хорошо монетизируется. Партнерки называть не буду — они у всех на слуху.

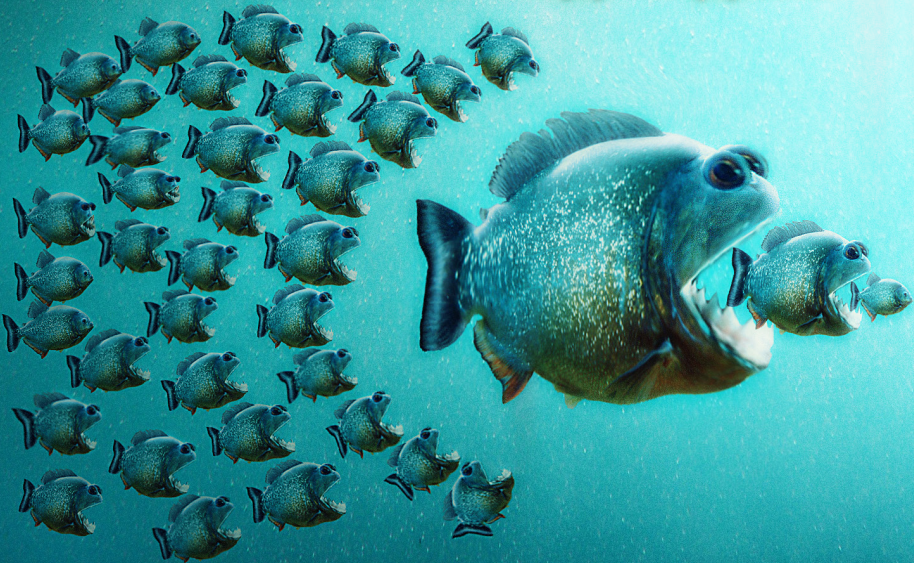
Видимо, это все

Конечно, в этом небольшом материале охвачены лишь некоторые моменты работы с селебрити-блогами. На практике постоянно возникает немало вопросов и возможностей. Во всяком случае — это прибыльное и интересное направление работы.

Автор: Alex Hodinar
<http://adne.info/>



Секреты генерации сателлитов под Яндекс



Абсолютное большинство считает, что **генерировать** сателлиты — бессмысленно в принципе. Конечно, поисковик #1 рунета, с его «умными» фильтрами, появившимися не так давно, стал ударом для каждого, кто сидит на Яндексе и обладает Яндекс-зависимостью. Но не стоит забывать, что SEO и заработка в сети — процессы никогда не стоящие на месте. То, что работало полгода назад, сегодня уже считается примитивом.

Яндекс не стоит на месте, почему же стоять на месте должны мы? В этой статье я не буду углубляться в то, какими конкретными скриптами необходимо пользоваться для создания сателлитов на автомате, НЕ прибегая к воровству контента. Речь пойдет о том, каких правил нужно придерживаться при генерации сателлитов, чтобы не попасть

под фильтры Яндекса, но благополучно «поймать» фильтры крупных seo-контор и автоматизированных сервисов продвижения сайтов.

1. Дизайн и внешняя «Псевдо-СДЛ-ность»

Внешний вид играет маленькую, но важную роль. Стоит учесть тот факт, что на сателлитах с красивым дизайном цены можно делать смело в пару, а то и несколько раз выше средних. Продавать же дешевые ссылки плохо хотя бы по двум причинам: из-за постоянного «мигания» ссылок ввиду их доступной цены и из-за существования потолка дохода, потому что те, кто покупает ссылки по рублю, редко одобряют повышение цены хотя бы до трех рублей. Но если ваш сателлит сделан на некрасивых допотопных шаблонах, а у конкурента — выглядит конфеткой в во-

просе дизайнера, то, при прочих равных условиях, выбор оптимизатора падет на конкурента. **Поэтому вопрос внешнего вида игнорировать не стоит.**

Дизайн вашего сателлита будет играть такую же роль, что и контент, в двух важных случаях: в случае ручной модерации во время переписки с Платоном Шукиным (у любых сайтов есть шансы попасть под АГС), а также в случае ручного просмотра сателлита сотрудниками SEO-контор и сервисов перед тем, как начать скупать на нем ссылки.

В деле внешнего вида я рекомендую брать за основу качественный и посещаемый сайт по тематике будущего сателлита, скачивать одну из его страниц и слегка переделывать ее под себя. Скачивать страницы советую плагином [ScrapBook](#) для браузера Mozilla FireFox, который сохранит страницу в том же виде, в каком вы её видите, чего сложно добиться при использовании «Сохранить страницу как».

Почему я рекомендую выбирать за основу именно качественные и посещаемые сайты, а не готовые бесплатные шаблоны, которых в интернете тьма? Ответ прост: посещаемые сайты содержат множество рекламных баннеров, тизеров, контекстной рекламы, счетчиков и прочего. Именно эти вещи, вкупе с красивым дизайном, говорят о сайте как о популярном и полезном проекте, что является несомненным бонусом в глазах потенциальных покупателей ссылок. Конечно, я не имею ввиду сейчас врезные сайты на DLE, речь идет о нормальных проектах. Помимо этого, на чужом сайте уже готова структура, продумывание которой тоже занимает время.

2. «Псевдо-СДЛ-ность» изнутри

После того, как весть о начале продаж моего руководства по генерации сателлитов пронеслась по интернету, на форумах появилось множество обсуждений а-ля «*фотогалереи банятся Яндексом*». Да, это так, если подходить к делу прямолинейно, но, повторюсь, нам надо быть на шаг впереди. Помимо фотогалерей, по моей методике можно создавать множество видов псевдо-сайтов, но суть не в этом. Суть в том, КАКИМИ должны быть эти самые псевдо-сайты.

Не стоит думать, что, сгенерировав единожды пару десятков сайтов, вам надо будет впоследствии только снимать деньги в банкомате. Чтобы сайты гарантированно не вылетали, нужно делать нечто большее, нежели просто псевдо-каталог вакансий или фотосайт.

Итак, мы сгенерировали некий сателлит на 1000 страниц, не несущий никакой полезности людям, и Яндекс это вскоре определит. Теперь я предлагаю тот же самый дизайн адаптировать к какой-нибудь CMS, например, [Wordpress](#).

Ставим эту самую CMS на «морду» сайта и начинаем потихоньку наполнять его человеческим контентом на нашу тематику. Главное — стабильность. При этом важно еще залить наш сгенерированный сателлит в папку одновременно с началом постинга в Wordpress. Тому есть причина: ПС могут начать индексировать сайт еще до того, как вы об этом подумаете —

встроенный пингатор и наши панели в браузерах этому способствуют. ПС плохо относятся к внезапно возникающим многостраничникам в папках уже существующих сайтов — в этом есть сигнал: сайт, возможно, взломан и на хостинг залит дорвей.

Помимо блога можно размещать на «мордах» форумы, новостные сайты и прочее — в зависимости от того, какой контент вы можете достать/создать и что вам ближе. Главное, чтобы ваш сгенерированный сайт был в одном дизайне и по одной тематике с основным сайтом.

Таким образом, нужно делать качественные, небольшие, но **постоянно обновляемые** сайты, раздувая количество страниц генерированными в папках псевдо-сайтами:

- объявлений;
- фотогалерей;
- вакансий;
- интернет-магазинов;
- знакомств;
- каталогов недвижимости и т.д.,

Продажа ссылок на основном сайте не рекомендуется (разве что ссылки с главной). Я предпочитаю делать сайты на «морде» для сбора трафика по НЧ запросам. В такие сателлиты не стыдно вкладывать деньги и наращивать тИЦ чистыми методами.

3. Заключение

Вернемся к секретам генерации. Многие и пробовать не хотят создать сателлит из ничего. **Тут действует главный фильтр** для всех, кто хочет обмануть Яндекс: **фильтр на мозг, опыт и лень**. Просто задумайтесь:

какой смысл Яндексу иметь в выдаче сайт, состоящий из 1000 картинок и ничего более? Резонней такое чудо «положить» **только** в поиск по картинкам, особенно если этот сайт еще и ссылки продает.

Фильтры многих оптимизаторов и SEO-сервисов имеют ограничение на количество контента на странице. Ориентируйтесь на **минимум в 500 символов** (считайте это инсайдерской информацией). Еще по поводу контента могу сказать следующее: исходного «сырья» должно быть как можно больше, тут как в дорвеях — невозможно высосать качественный многостраничный дорвей с тремя тысячами знаков на каждой страничке из 100кб текста.

Еще один признак отсутствия полезности сайта для сёрчеров — минимум трафика. Это также еще одна монетка в копилку размещения нормального сайта для сбора трафика по НЧ запросам на «морде».

Не пренебрегайте полученными знаниями: вооружившись этими советами, вы уже мало-мальски будете подготовлены к созданию качественных псевдо-сайтов на полуавтомате.

В заключение я хотел бы напомнить, что мое руководство по генерации псевдо-сайтов «*Палю тему: 100 сателлитов/день. СДЛ комбайн*» с 23 февраля 2010 снято с продажи. Но совсем скоро на моем блоге будет анонс с условиями бесплатного получения мануала, подпишитесь (**RSS** или по **e-mail**), чтобы не пропустить это событие.

Автор: Сеоштейн
<http://seostain.ru/>



Создание веб-студии. Так ли это сложно?

Заработок на производстве сайтов по-прежнему актуален. Несмотря на растущую конкуренцию, увеличивается и количество желающих сделать сайт — от физлиц до крупных компаний. Так что грамотный выбор ниши и гибкое построение производственного процесса даст вам возможность зарабатывать от 100 до 200% чистой прибыли в этой сфере.

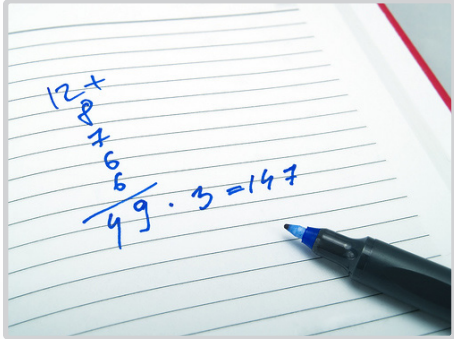
Прежде всего, надо решить принципиальный вопрос: будете вы работать вбелую или вчерную. Белая схема требует организации юридического лица (например, ИП) и трат на бухгалтера и налоги. С другой стороны, она позволяет иметь более денежные заказы с оффлайна. Черная схема существенно сужает количество потенциальных клиентов и фактически сводит его к онлайн и заказам для знакомых.

Организация ИП или ООО занимает не так много времени. Лучше всего сразу обратиться в юридическую компанию или к свободному юристу. Сейчас в любом городе есть предложения по регистрации юрлиц, а высокая конку-

ренция в этой среде свела стоимость данной услуги к 2-3 тыс. рублей, не считая пошлин. Сами пошлины зависят от региона и составляют еще 2-5 тыс. рублей, плюс 1-3 тыс. рублей за организацию счета в банке.

В плане дальнейших расходов: для компании, которая почти не имеет официальных поступлений, достаточно платить бухгалтеру раз в квартал за составление квартального отчета (2-3 тыс. рублей). Если заказов много, то необходим постоянный бухгалтер: 2-6 тыс. рублей в месяц. Кроме того, если в месяце были поступления, то банком с вас будет сниматься плата за обслуживание счета: 500-2000 рублей в зависимости от банка. Налоги — это, в основном, оплата налогов на зарплату, и зависят они от назначенных зарплат. Следует сразу спросить своего бухгалтера о минимально возможной зарплате в регионе. Официально ее как бы не существует, но есть зарплата, рекомендуемая налоговой инспекцией, — сейчас в разных регионах она колеблется от 4 до 12 тыс. рублей. Даже если вы ее не получите, налоги на нее начисля-

ются и обязательны к уплате. По упрощенной схеме — это примерно 27%. В случае ИП на 6% можно ограничиться только этими 6% с оборота. Более подробно вам объяснит бухгалтер.



Можно сказать, что на 100 тыс. рублей оборота вы будете платить в среднем 5 тыс. налогов по 15% схеме при том, что вам удастся сводить баланс в ноль по прибыли. Или 6 тыс. по схеме 6%, но тогда не надо заботиться о сведении баланса в ноль. Опять же, советую по выбираемой налоговой схеме консультироваться с вашим бухгалтером.

Ничего страшного в белой схеме нет, но она требует большого количества бумаг и аккуратности в составлении договоров и отчетов. Кое-что будет решаться с помощью бухгалтера, но по большей части это зависит только от вас.

Теперь переходим к организации собственно бизнес-схемы. Она достаточно проста: поиск клиента, работа с клиентом, выполнение заказа, сдача сделанной работы, фиксация клиента и переход на долгосрочное сотрудничество.

Поиск клиентов начинается с того, что вам необходимо место, где вы их будете принимать. Это офис, сайт, телефон и ваше свободное время.

Офис — вещь необязательная, если рассматривать вариант с минимумом затрат. Вполне можно проводить встречи у клиента или на нейтральной территории (приличное кафе с Wi-Fi). Я лично предпочитаю выезжать к клиенту или принимать у себя дома. Дома у меня одна из комнат оборудована под офис, имеет скоростной интернет и все необходимое для разговора с клиентом.

Конечно, можно снять и офис, но если мы говорим о бюджетном офисе, это выльется в полупустую комнату в не самом уютном месте. Можно рассмотреть вариант коворкинга. Но в последнее время я не приемлю вариант офиса, если речь идет о тратах менее 30-40 тыс./мес. на его содержание. Это будет слишком дешево и куда хуже по впечатлениям и качеству работы, чем домашний офис или выездные встречи у клиента.

Сайт для компании-разработчика сайтов просто необходим. Поэтому надо с душой отнестись к работе над ним. Потратьте значительное время на его создание и оригинальный дизайн. Не поспешите на анимацию. Сделайте такой сайт, чтобы вам было не стыдно. Сайт может быть недорогим в изготовлении, но вы должны им гордиться. **Моя студия** пережила два дизайнера, последний живет уже более трех лет и более чем нравится мне. Он простой, аскетичный, но позволяет гибко работать с портфолио и другими элементами на сайте.

Телефон в случае любой из схем лучше приобретать с городским номером. На сегодня все операторы мобильной связи продают симки с городскими но-

мерами. Также в этой нише работает такой оператор, как Skylink. Хотя я в последнее время предпочитаю Мегафон. Городской номер настраивает клиента на серьезный лад и придает вам веса в его глазах. Кроме того, городской номер привяжет ваш сайт к региону и позволит ему попасть в Google Base, а может, и на карту Google Maps или Яндекс Карты.



Не менее важно выделить достаточно свободного времени для работ по веб-студии. Вам потребуется встречаться с клиентами, когда удобно им, а не вам — а это предполагает свободный график. Т. е. для человека, который совмещает создание сайтов с постоянной работой, это почти невозможно.

Поиск сотрудников начинается не с объявлений в местной газете, а с таких сайтов, как weblancer.net. Если просто сравнить цены на разработку у разных специалистов, можно увидеть, что они отличаются в разы. Что говорить о том, как отличаются цены у фрилансера с офлайн-заказом. Ваша задача: найти людей, готовых работать с вами по фиксированным ставкам, чтобы вы могли определиться с ценовой политикой.

Не стоит нанимать людей до появления заказа. Лучше просто промониторить возможные цены и на этом остановиться.

Разработка в студии сайтов должна опираться на какой-то движок. Не стоит сразу пытаться разработать свой движок для сайтов, хотя в перспективе это было бы неплохо. Лучше всего начать с достаточно распространенного движка, который к тому же имеет свободную лицензию. Например, Host CMS, Joomla, Drupal. Все упомянутые движки широко используются веб-мастерами, имеют богатый мануал, большую базу бесплатных модулей и шаблонов. Они все не очень удобны для коротких сайтов в пять страниц, но такие сайты можно делать статичными на инклюдях, экономя на программировании и ограничиваясь только версткой.

Вам не обязательно хорошо разбираться в программировании или верстке, но понимать, как и что работает — **крайне желательно**. Это улучшит взаимопонимание между вами и исполнителями.

Также необходимо подобрать дизайнера и флэшера. Обычно это разные люди. Скорее всего, вы найдете их, когда начнете разрабатывать собственный сайт. В работе с дизайнером важна, скорее, его покладистость, чем креативность. Большинство работ вряд ли будет выходить за рамки «обычных» корпоративных сайтов: шапка, меню и тело сайта.

При работе с сотрудниками, учитывая их удаленное размещение, следует обратить внимание на частоту их появления в онлайн. Работа может выполняться ими в любое время, но они

должны быть постоянно доступны для консультаций по различным вопросам. Чем чаще вы совпадаете по времени нахождения в Интернете, тем меньше у вас будет проблем с заказами.

Для минимальной работы над сайтами необходимы: дизайнер, программист-верстальщик, контентщик. Последний — слабое звено в любой веб-студии. За неквалифицированную работу по наполнению сайтов платят мало, поэтому обычно люди за нее не держатся. Однако стоит постараться найти более-менее постоянного человека на эту должность. Идеально — в своем городе, потому что чаще всего материалы от клиента много весят или вообще находятся на бумажных носителях, так что пересылать их по сети будет затруднительно.

Контентщик должен уметь работать с веб-редактором, фотешопом, сканером. Достаточно начального уровня, но он должен быть. Иначе проблем будет больше, чем работы.

Старайтесь не брать на работу родственников.

Они будут считать, что сделали вам одолжение.

Поиск клиентов — не такое уж и искусство, как о нем говорят. В этом деле очень много схематичности. Самый простой вариант поиска: холодные звонки. Он базируется на рассылке по факсу и email вашему коммерческому предложению. Скачать примерные предложения можно [здесь](#). Там же есть примеры счетов и договоров.

Печатаете предложение в одном экземпляре, берете факс (стоимость факса колеблется от 2.5 тыс. до 12, обучение отправке факсов занимает 3 минуты) на домашнем телефоне и начинаете рассылать по деловому справочнику вашего города. В день можно отправить до сотни факсов. Да, это спам, но по-другому наработать начальную базу клиентов сложно.

Факс отсылается по стандартной схеме: **«Примите факс для руководства»**. Далее отправляете и ставите в справочнике напротив фирмы кружочек. Спустя неделю начинаете прозванивать на предмет рассмотрения.

Звонок: **«Добрый день, с кем я могу поговорить о рассмотрении нашего предложения по сотрудничеству — с директором или заместителем по рекламе?»** Далее вас соединяют, и вы задаете вопрос по рассмотрению вашего предложения. Советую вначале продумать и записать свои реплики на бумаге и буквально зачитывать их. Это придаст вашей работе машинальность и снизит накал эмоций.

95% откажет или даже не будет отвечать вам. Это нормально. Ориентируйтесь на последние 5%. Со временем вы научитесь превращать их в 15%, а потом и в 30%. Это и будет вершина по продажам.

Оптимально для холодных звонков нанимать девушек с детьми — молодых мамочек. Это идеальные кандидаты для трескотни по телефону. Тем более, их легко можно нанять за процент, особенно, если в вашем городе проблемы с работой. Схема найма при отсутствии офиса такова: нарежете часть спра-

вочника, даете коммерческое предложение, обеспечиваете факс, каждодневно получаете отчет по прозвону. Обратный телефон на коммерческом предложении — ваш «офисный».



Рано или поздно начнут поступать звонки и предложения о встрече. На встречи надо ходить обязательно. Будьте готовы к нелепым и даже тупым вопросам. Желательно заранее приготовить свою рекламную речь. Будет красиво, если вы придете в офис клиента с нетбуком и он увидит, как вы прекрасно владеете темой и можете показать, что к чему. Но это необязательно. Учитывайте фактор внешнего вида. Ездите на встречи сами. Со временем можете это делегировать менеджерам, но сначала ездите сами. Если вы не научитесь срубить клиента — ваши менеджеры тоже не смогут.

Общение с клиентом проходит в несколько этапов: холодный звонок, теплый звонок, договоренность о встрече, встреча, заказ и договор. Если вы дошли до договора, то заранее продумайте схему оплаты. Никто не хочет платить деньги неизвестному контрагенту. С другой стороны, вы тоже не хо-

тите работать бесплатно. Поэтому продумайте, какая предоплата вас устроит. Меня устраивает вариант полного покрытия моих личных расходов на проект. Т. е. постоплата — это уже бонус и чистая прибыль. Но для стартующего бизнеса лучше придерживаться схемы в 30% от суммы заказа. Возможно, вы будете не раз нарываться на кидок и затяжки в оплате, но на старте это нормально. Со временем это будет встречаться все меньше.

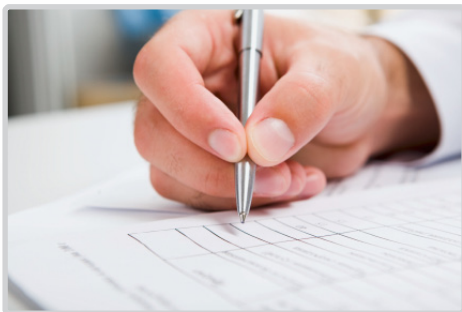
Ничего не делайте до предоплаты. Максимум — предварительный дизайн, «рыба». Что-то большее может споткнуться на уходе клиента, а вы уже оплатили работу своим сотрудникам.

Клиент всегда изначально ориентирован на дизайн, поэтому предварительный дизайн часто решает исход дела в плане заказа. Так что чем лояльнее будет ваш дизайнер в оплате — тем лучше.

Схема изготовления сайта: предварительный дизайн, договор, предоплата, дизайн и его утверждение, программирование, наполнение, выкладка на хостинг, акт о выполнении работ, постоплата.

Старайтесь подключить клиента на свой хостинг. Это гарантирует, что он вас не кинет. В случае чего сайт останется у вас. Для этого вам необходим свой сервер и свой дилерский аккаунт по регистрации доменов. Это и дополнительная прибыль, и контроль клиента. Нормальная цена на хостинг для клиента — 200-300 руб./мес. Цена на домен RU — 590 руб./год. Это дает вам лишнюю прибыль и покрытие расходов на хостинг для себя.

Сразу рассматривайте с клиентом возможность продления отношений в плане продвижения сайта в поисковых системах. Такой контракт обычно стоит от 3 до 15 тыс./мес., и в конечном счете именно продвижение будет вас кормить. Но до этого надо еще дожить и наработать десятка два постоянных клиентов.



Чтобы клиенты относились к вам лояльно, сделайте несколько социальных проектов: например, городской или тематический портал. Такой сайт в портфолио даст вам преимущество перед конкурентами. Не говоря о том, что с помощью таких проектов вы сможете помогать себе в продвижении сайтов клиентов бесплатными ссылками и статьями. Чем больше таких проектов, тем больше ваше влияние в веб-среде региона и тем шире круг потенциальных клиентов.

Для онлайн-фирмы ключевой момент — работа на форумах. Серч, маулнет и другие. Кроме того, сайты фрилансеров тоже нельзя игнорировать. По сравнению с отдельным фрилансером фирма имеет преимущество. Даже если она фирма только в сети. Чем активнее вы на форумах, чем качественнее ваши предложения и отзывы на вашу работу, тем больше у вас заказов в перспективе. Однако цены в онлайне значительно ниже, поэтому ваша при-

быль тоже будет ниже, даже с учетом того, что вы не платите налогов. А риски выше. Ведь договор защищает обе стороны, а договоренность охраняется только репутацией на форуме.

Средний срок развития фирмы — примерно три года. За это время складывается костяк постоянных клиентов, и дальнейшее существование уже не требует значительных усилий по развитию. Клиенты приходят сами по рекомендации старых клиентов.

Доходы веб-студии складываются из разработки сайтов, продвижения сайтов, хостинга, продажи доменов, разработки модулей к сайтам и обслуживания сайтов.

Если веб-студия существует на окладной основе, то можно с ее помощью создавать не только сайты для клиентов, но и качественные СДЛ для себя, которые потом сторичей вернут затраты в партнерских программах. Это тоже один из существенных плюсов существования веб-студии.

Ну, и ввязываясь в бизнес, старайтесь рассчитывать только на себя. Друзья и родственники вам не помогут: рано или поздно такая помощь превратится в обузу, так что лучше изначально не привлекать их к созданию **своего бизнеса**.

*Автор: MasterX aka Bablorub
<http://bablorub.blogspot.com/>*



Продвижение статьями. Перспективность и долгосрочность

Продвижение статьями — это тема, набирающая обороты, и инструмент, который становится самым эффективным для оптимизаторов всех мастей. С тем, что за этим методом будущее, уже никто не спорит — это факт. Осталось только научиться правильно пользоваться таким действенным инструментом. Вот об этом мы и поговорим.

По большому счету, метод продвижения статьями похож на обычное ссылочное продвижение — в обоих случаях мы наращиваем тематическую ссылочную базу. Но в продвижении статьями есть конструктивные особенности: основная — то, что на странице, где размещена ссылка, находится большое количество тематического текста, а сама ссылка из статьи явля-

ется контекстной. Такое размещение ссылки придает естественность для поисковых ботов и, как следствие, в разы повышает ее эффективность.

Особенности написания статьи для продвижения:

1. Уникальность статьи. Желательно копирайт, но если нет времени, желания или возможностей, то реерайт.
2. Размер статьи — от 1500 до 6000 символов. Меньше неэффективно, больше финансово невыгодно. Если считать в словах, как принято у буржуев, то 350-400 слов — идеальная статья.
3. Статья должна быть заточена под определенный запрос.
4. Ссылок в статье может быть до 3, но

в идеале 1-2. Желание по максимуму использовать текст статьи и впихнуть ссылки чуть ли не в каждое предложение понятно, однако это неэффективно и даже может дать обратный результат. Ставим 1-2 ссылки в статью — не стоит жадничать. Исключение — статьи, объем которых более 10000 символов: например, обзоры или релиз продукта или услуги.

5. Тематичность. Статья должна быть в той же тематике что и донор, где она будет размещаться, и должна совпадать по тематике с продвигаемым сайтом, куда она ведет. В случае с каталогами статей — четкое соблюдение категорий и разделов.

6. Ссылки в статье должны быть разбросаны по тексту, а не «всем скопом» в начале или, что еще хуже, в конце статьи.

Преимущества продвижения статьями:

1. Единоразовая оплата. Есть и биржи статей с помесечной и посуточной оплатой, но сейчас в основном работает формула «заплатил раз и разместил статейку навсегда».

2. В одной статье может быть несколько ссылок на один сайт или разные сайты.

3. Одной статьей можно прокачивать как главную страницу сайта, так и внутренние страницы.

4. Поисковые системы больше доверяют ссылкам из статей, чем просто ссылкам из футеров, сайдбаров и прочих ссылочных блоков.

5. Окружающий ссылку текст — статья соответствует теме продвигаемого ресурса, а тематическая ссылка передает больше веса.

6. Показатели страницы, на которой расположена статья, со временем только растут — соответственно растут и передаваемый вес от ссылки.

7. Статьи со ссылками почти не попадают под санкции поисковых систем, чего нельзя сказать о простых продажных ссылках.

8. При качественном размещении статьи единственными исходящими ссылками, в большинстве случаев, будут ваши.

Недостатки продвижения статьями:

1. Большие временные и денежные затраты. Основной недостаток — то, что поиск, размещение, написание статьи занимают далеко не пару минут. К тому же качественное размещение стоит денег, причем не несколько долларов, как многим хотелось бы. Да, это дорого, долго — но эффект от статей перекрывает все временные и финансовые расходы.

2. Если вы продвигаете сайт клиента, надо принимать во внимание, что максимальный эффект от статей появится спустя месяцы, и если клиент откажется от дальнейшей работы с вами через месяц, то все ваши труды пропадут и достанутся бонусом другому оптимизатору или хозяину сайта. Продвигайте не только ВЧ и СЧ, но также и НЧ — чтобы увидеть **быстрый** эффект.

3. Максимальный эффект от размещенных в статье ссылок получаем спустя месяц-два, и дальше передаваемый вес будет только расти.

4. Качественных сайтов для размещения статей мало, а еще меньше сервисов, которые предлагают услуги по размещению статей.

Есть 2 основных нюанса, о которых многие забывают:

1. Естественные анкоры. Помните, как в основной массе оставляют ссылку на форумах и блогах, когда люди просто хотят поделиться информацией: «Посмотри тут», «Смотри здесь». А чаще всего ссылки выглядят, как сам URL, т. е. вот так: «Смотри my site.com».

Это и есть **естественные ссылки**. Когда люди дают ссылку на ресурс, никто не заботится об анкорах — все пишут либо полный адрес, либо прячут ссылку под слова «тут», «здесь» и так далее.

Отсюда вывод: прежде, чем обрастать беками с правильными анкорами, нужно получить такие вот естественные анкоры. Это пойдет только на пользу. Лично я рекомендую оформлять их как **site.com**.

2. Если вы ставите из одной статьи несколько ссылок на один и тот же сайт — обязательно делайте эти ссылки на разные страницы этого сайта! Если вы их делаете на одну страницу — например, морду, то помните что Google учтет только первую из них, даже если все ссылки будут с разными анкорами. Это можно обойти — добавляйте к ссылкам хеш — #, например:

• ``
продвижение статьями
``

• ``
сервис по статьям
``

В этом случае для Google это будут разные страницы, и он учтет все такие ссылки!

Все, что тут написано, — рекомендации, основанные на опыте. Не пренебрегайте ими при подготовке своих статей.

А лучший сервис по статьям в англоязычном секторе интернета это, несомненно — <http://seocity.net/>. Качество их услуг гораздо выше цены, и пока цены очень сладкие, этим надо пользоваться.

Автор: Bormaley
<http://bormaley.com/>

Руководство по написанию фарма-статей

Создание любого белого фарма проекта включает в себя не только тщательную работу над внутренними и внешними факторами ранжирования, дизайна, но и его наполнением уникальным контентом.



На данный момент уникальный контент является неотъемлемой частью при продвижении в поисковых системах любого фарма-проекта.

Большинство вебмастеров, начавших свою онлайн-карьеру в фарма-нише, сталкиваются с проблемой написания уникального контента.

У многих вебмастеров есть желание и возможность писать контент собственноручно. Все они рано или поздно задаются вопросом — что же и как писать?

Контент бывает двух типов:

1. Контент несет в себе краткую и точную профессиональную информацию. Данный тип контента зачастую используется при наполнении фарма-шопов. В среднем, для описания одного препарата требуется порядка 1500-2500 символов без пробелов.

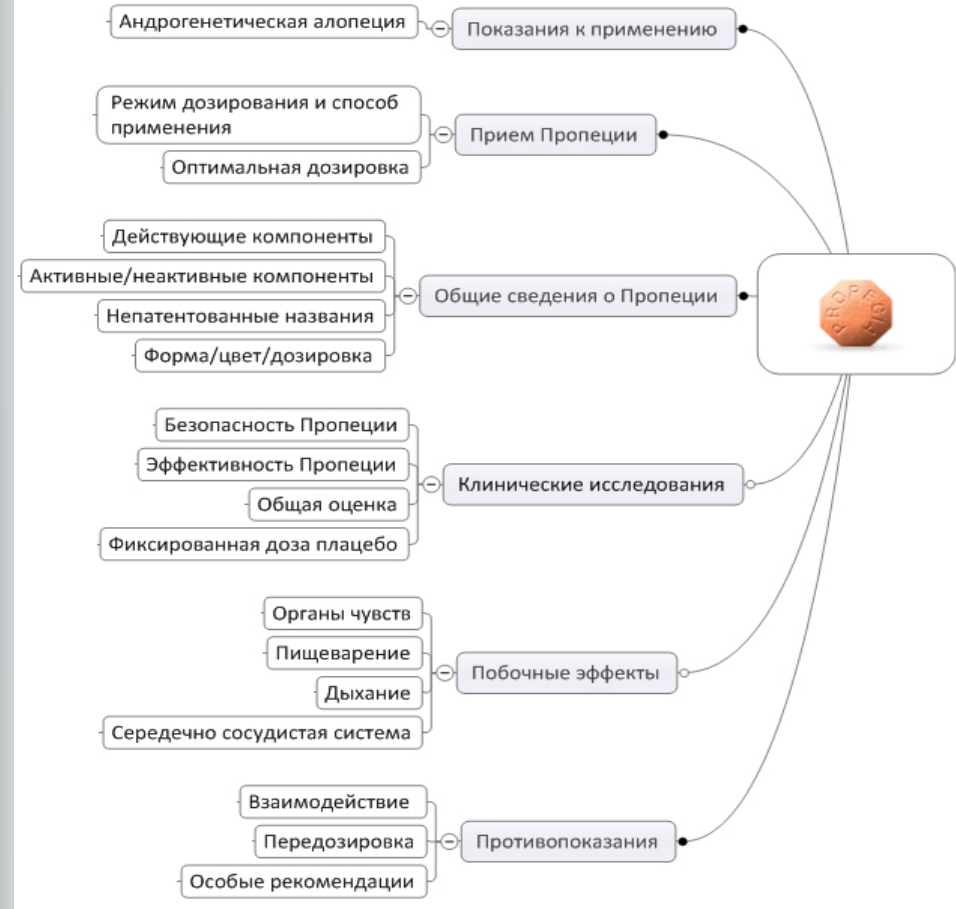
2. Контент является предельно доступным и понятным для любого читателя, и вызывает желание прочитать его до конца. Данный тип контента зачастую используется при наполнении блогов. Объем в 1500-2000 символов едва хватит на две публикации.

Очень часто ко мне обращаются вебмастера и их основной вопрос звучит примерно так: «Что же писать про препарат, если все, что было возможно — уже написано до меня?»

Зачастую такой вопрос возникает у вебмастеров, ведущих тематические фарма-блоги. Не так давно я написал подробное руководство по написанию фарма-статей, где для примера был взят [препарат Виагра](#).

Рассмотрим детально возможные темы для написания статей по препарату Propecia.

Ниже представлена общая схема описания препарата Propecia. Каждый пункт можно детально расписать примерно в 1500-2000 символов, чего вполне достаточно для публикации в блоге:



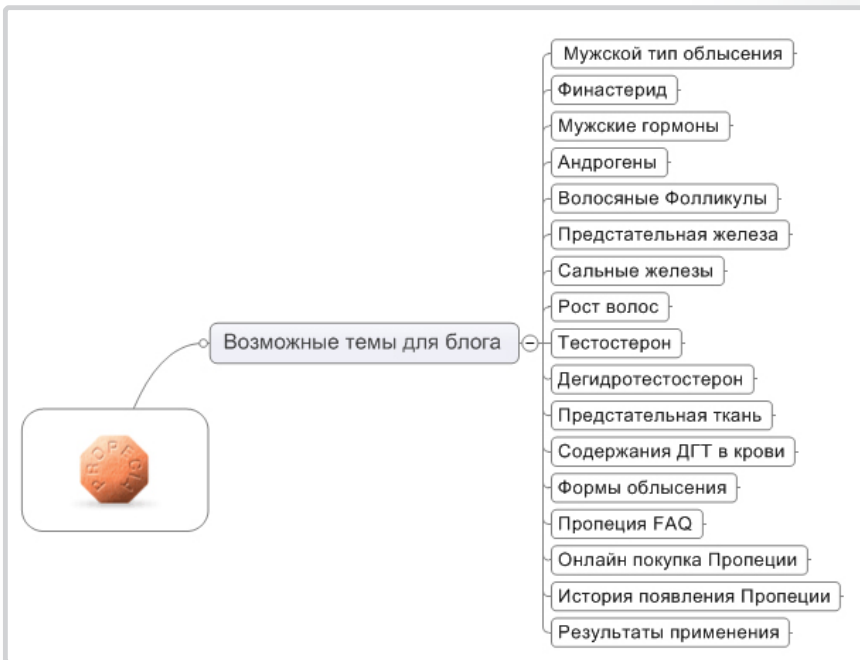
После описания всех вышеперечисленных пунктов, мы можем двигаться далее, используя возможные сопряженные темы (см. схему на следующей странице).

И это не все, тем для написания может быть и больше, все зависит от вас.



Если у вас нет возможности собственноручно писать контент, вы можете обратиться ко мне и [заказать](#) уникальный фарма-контент с вычиткой носителем, по доступным ценам на 4-х языках.

Желаю вам удачи!



Сопряженные темы

Продвижение статьями - невероятно просто!

30000 площадок

Автовывод денег

Автосъем статей с плохих сайтов

Безопасно

Эффективно



Заряжай,



пока это актуально!

Однажды на пороге 21 века, когда мобильные телефоны только начинали своё беспардонное шествие по нашей жизни, а владелец мобильного автоматически приравнялся к племяннику Абрамовича, в то время ещё никому не известного, мне повезло. Да, была у меня мобила для деловых бесед и всё такое — Siemens S25! Именно тот — цветной! Но однажды что-то случилось, и в самый ответственный момент телефон отключился. Ага, все уже поняли — **села батарея.**

И вот стою я посреди Курского вокзала, жду важнеего звонка, который может перевернуть мою жизнь... Верчу в руках совершенно бесполезную пластмассовую штучку... А жизнь моя не переворачивается. «Гад же ты, подонок!» — думаю я то ли про себя, то ли про телефон...

Окружающие смотрят на меня, кто с сочувствием, а кто и со злорадством. И тогда, неожиданно для себя, я понимаю — зарядить телефон без зарядки можно! Вот только не знаю как, потому

что господин Тесла... (продолжение в конце статьи, а пока...)

Захотел рассказать вам о том, как же сегодня обстоят дела с зарядом ваших любимых гаджетов. Не зря же рубрика зовётся «Гад же ты!», ведь именно эти слова вы произносите в тот самый момент, когда «дохнет» батарея...

Итак, речь сегодня пойдёт о различных способах и устройствах, помогающих нам добыть электричество для зарядки других, более важных, устройств. А начну я с самого привычного для нас, с рук. Ведь руки у нас всегда с собой. А если вдруг они заняты, можно и кого-нибудь другого попросить.

Первый номер нашей энергодобывающей программы — ручное зарядное устройство.

Которое создали кто? Правильно, китайцы! Ведь только им может прийти в

голову мысль, что когда что-то разрядилось, то надо не стучать, а *тянуть!* Компания **YoGen** разработала девайс, принцип работы которого прост до безобразия: вы тянете за шнурок, а встроенный генератор вырабатывает энергию, необходимую для заряда



практически любого гаджета, будь то iPod, цифровая камера, электрическая зубная щётка, мобильник, КПК, vibra-

тор, Bluetooth-гарнитура или GPS-навигатор. Очень маленький размер устройства (55×90×23мм) позволяет брать его с собой куда угодно! Зарядник оснащён светодиодным индикатором, сообщающим о процессе зарядки. Цена 40 долларов США, но это в Китае. Уже в продаже, [спешите купить!](#)

Номер второй — зарядное устройство, работающее на Кока-Коле. Ну, это когда не хочется руки марать об ниточку и выглядеть со стороны как чёрт-те что. Подошёл к ларьку, купил 0.5 Колю мобильнику и себе 0.5 пива — оба сыты и довольны!

Сразу оговорюсь, концепт телефона, работающего на Кока-Коле, [есть](#), и ничего не мешает реализовать зарядное устройство отдельно. Это всего лишь вопрос времени.

Мы с вами неоднократно слышали о безграничных и чудесных возможностях Кока-Колы. Например, некоторые прекрасно маринуют ею мясо, растворяют в ней гвозди, удаляют вековые подтёки ржавчины. Американские

копы берут её с собой в машинах в пятилитровых канистрах, и если вдруг где авария и надо быстро смыть кровь с асфальта — Кола в помощь. А вот китайский дизайнер Дейзи Чжэн нашла ещё один способ извлечения пользы из этого напитка. Она разработала концепт мобильного телефона, питающегося Кока-Колой. Основная фишка этой идеи в том, что эффективность Кока-Кольных аккумуляторов (время работы) в 3-4 раза выше, чем у литий-ионной батареи. Энергия вырабатывается в результате преобразования углеводов



(сахара), а после выработки углеводов внутри отсека остаётся обычная вода, что выводит устройство на самый высокий ранг экологичности. Концепт был предложен компании Nokia, но неизвестно, будет ли он вообще реализован. А было бы здорово!

За номером три скрывается более высокотехнологичное зарядное устройство, *водородное*.

Устройство было продемонстрировано сингапурской компанией Horizon Fuel Cell Technologies на выставке CES 2010. Называется оно **Hydrofill MiniPak**. Hydrofill MiniPak позволяет заряжать практически любые портативные гаджеты с различными интерфейсами заряда с помощью специальных водородных топливных картриджей. Уникальный преобразователь, запатентованный компанией Horizon Fuel Cell Technologies, вырабатывает водород из обычной воды и аккумулирует

его в специальных картриджах Horizon HydroStick, которые устанавливаются в Hydrofill MiniPak и позволяют подзарядить аккумулятор вашего гаджета. Неудобство этого устройства в том, что сам Hydrofill MiniPak не очень компактен. Поговаривают, что он будет достаточно дорогим и появится в продаже лишь в конце 2010 года. Поживём, увидим.



Четвёртый номер энергодобывающих устройств — японское зарядное устройство на *метиловом спирте*.

Вот это япошки дают, скажете вы, и будете правы! Специалисты из Toshiba



теперь могут не только дышать парами спирта на приборы, но и использовать спирт в качестве альтернативного источника для подзарядки разных электронных девайсов! Новая линейка зарядных устройств, работающих на метиловом спирте, получила название **Dynaro**.

Устройство снабжено 14-миллилитровым бачком, который заполняется раствором метанола. Одной заправки достаточно для заряда двух мобильных телефонов или одного КПК. Гаджеты для зарядки подключаются через USB-кабель. Но проблема у этого устройства всё-таки есть — это цена

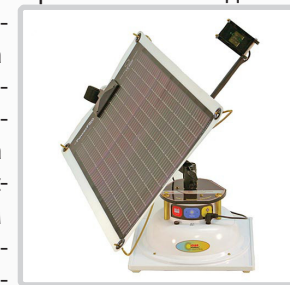
на него (**350 долларов**) и на картриджи с раствором метанола (5-ть 50-миллилитровых картриджей стоит 34 доллара). Но стоит немного подождать, и Кулибины-соотечественники попросят мозг устройства, отчего оно начнёт пить этиловый спирт и ругаться матом. Правда, износ будет выше, но это уже медицина, интоксикация и зависимость от алкоголя...

Номер пять — конечно же, солнечные зарядные устройства.

Сегодня только дурак не производит зарядки на солнечных батареях. Заметим, что в нашей стране солнечная энергия пока не работает на гражданских! Но это не суть.

Из всего многообразия солнечных зарядных устройств сегодня можно выделить лишь три: Solar ChumAlong, FreeLoader Pro и SolAAAr PowerStick. Каждое из них имеет свои преимущества и один общий недостаток. Сначала о преимуществах:

1. **Solar ChumAlong** имеет систему, состоящую из четырёх оптических датчиков, микроконтроллера и механического привода. Система следит за положением солнца, определяя оптимальный угол и положение солнечной батареи для максимальной эффективности зарядки основного аккумулятора. Цена такого электронного солнцепреобразующего подсолнуха — 400 долларов, дороговато.



2. [FreeLoader Pro](#) — самый компактный из своего класса, за это и любим гиками. В сложенном состоянии (транспортировка и хранение) размеры FLP — 15×6.3×2см, в развёрнутом (рабочем) — 23.8×6.3×2см. При этом FLP

может заряжать практически любой современный гаджет (мобильные телефоны Nokia, Samsung, LG,

Sony Ericsson, Motorola, Blackberry и iPhone, портативные игровые консоли Nintendo DS Lite и Sony PSP, большинство современных медиаплееров, портативных DVD-проигрывателей, практически все КПК, устройства для чтения электронных книг, а также цифровые фотоаппараты). Кстати, стоит FLP всего 100 долларов, за это и любим гиками... Ах да, это уже было :)



3. [SolAAAr PowerStick](#) — это вообще чудесное устройство, пальчиковые аккумуляторы размера AAA, корпус которых выполнен из солнечных элементов. Теперь достаточно «положить на солнце» разрядившиеся элементы, и индикатор скажет, когда они вновь готовы к использованию. Жалко, что это всего лишь концепт, который родился у меня в процессе написания этой статьи. Радует, что погружаясь в тему, мысли выбирают правильный вектор и идеи начинают притягиваться силами идейного магнетизма. Так бывает.

А теперь о недостатках.

У всех этих устройств недостаток один: нет солнца — нет энергии.

Шестым номером хотелось бы представить устройство, которое, словно шестое чувство человекоподобного робота, из невидимых хитросплетений малых токов техногенных зон извлекает по вашему желанию электричество. А теперь более понятно...

В рамках выставки CES 2010, прошедшей в Лас-Вегасе, штат Невада, США, компания Airnergy представила прототип зарядного устройства, преобразующего энергию сигнала Wi-Fi. Это устройство с лёгкостью заряжает смартфон за 90-100 минут. Размеры его примерно с мобильный телефон, подключение устройств осуществляется с помощью MiniUSB штекера. А цену обещают в районе 40-50 долларов. Неплохо для крупных городов, никак — для деревень и сёл. Вот, в принципе, и всё.

Хотя есть ещё десерт — разработанное в 2005 году устройство, позволяет эффективно... бороться с комарами. Да, это [Moskitofanger](#).

Вот теперь точно всё. И можно вернуться к началу статьи, к [господину Тесле](#).

...уничтожил все документы и упоминания о беспроводной передаче энергии на расстоянии, потому что производители проводов заплатили ему за это.

Надо же им было продавать все эти бухты медных проводов? Вот так закончилась сказка о беспроводной передаче энергии. Всем пока, учите физику.

Пишите: alexey@seodigest.ru, vladimir@seodigest.ru

© 2009 SEODigest