

На прошлой неделе Мэтт Каттс сообщил о внесенных изменениях в алгоритм поисковика. Эти изменения призваны решить проблему с поисковым спамом. Эти изменения коснутся непосредственно тех сайтов, которые копируют контент с других ресурсов и имеют низкий уровень оригинального содержания.

И еще одна интересная новость, относящаяся к поисковой системе Google. Google AdWords увеличила количество стран, которые смогут работать с локальными рынками. В списке претендентов на таргетинг по городам присутствует Россия. Теперь можно будет более точно настраивать рекламные кампании на конкретные города, что повлечет за собой повышение эффективности рекламных кампаний.