

Самым эпичным фейлом минувшей недели я бы назвал ситуацию с Яндексом и его внутренней документацией. Вкратце, ситуация такая: яндексоиды не озаботились ограничением доступа к внутренней wiki, и Google ее бодро проиндексировал. Об этом узнали оптимизаторы и гурьбой бросились добывать данные из кэша Google.

Сейчас в публичном доступе есть 41 документ из wiki.yandex-team.ru; самые интересные данные касаются различных экспериментов насчет вида поисковой выдачи и, разумеется, ее содержания.

Также среди попавших в публик данных можно найти список сотрудников, допущенных к просмотру документа «Описание алгоритмов защиты от скрутки и склика», различные маркетинговые планы и стратегии, куски внутренней переписки, в т.ч. письма за авторством непосредственно Аркадия Воложа.

Самые интересные оптимизаторские выводы, которые можно сделать из набора документов:

1. Яндекс действительно готов как угодно крутить выдачу ради повышения прибыли от Директа, несмотря на декларируемые ценности об исключительной важности улучшения качества поиска. Практически все эксперименты включают в себя проверку, нет ли случайно негативного влияния на кликабельность блоков Директа, а некоторые предполагают откровенное смещение того или иного типа коммерческих сайтов из топа.

2. В Яндексе проводится очень много работы по перемешиванию сайтов без какой-либо привязки к их традиционным seo-параметрам и качеству. Не имеет значения, что за сайты показываются, лишь бы больше кликали.

3. Существует какая-то выборка посетителей — 4%, которые могут в любой момент увидеть совершенно иную выдачу, чем все остальные. Это объясняет множество аномалий и расхождений в выдаче. Для регионов (BY, UA, KZ) процент больше и составляет 8%. Пока что нет даже гипотез, кто входит в эти проценты.

4. Некоторые сайты вручную повышаются/понижаются/видоизменяются в выдаче ради экспериментов. Пример: отключение favicon для Зайцев.нет для проверки, насколько понизится CTR этого сайта по многим музыкальным запросам; формирование спецсниппетов для ограниченного количества кулинарных сайтов (около десяти) и т.п.

5. Лишний раз подтвердилась информация о существовании и важности поведенческих факторов ранжирования, по названиям метрик (abandonment,

click_count, first_click_pos, long_dwelltime_rate и т.п.) можно судить о том, какие факторы важны.

Пересказывать весь архив нет смысла, тем более, что многие данные можно трактовать по-разному, делать свои выводы и так далее. Но если вам нужна пища для ума — рекомендую взглянуть на [файлы](#) .

Некоторые люди высказывают точку зрения, что это все же контролируемый слив, утка, шутка яндексоидов, своеобразный пиар. Но довольно трудно представить, какие бенефиты с точки зрения пиара можно получить, усевшись в лужу с незакрытием NDA-документов от индексации и продемонстрировав противоречие действительных целей и декларируемых ценностей.

По материалам [anti-seo.ru](#)