

[Search Engine Land](#) » [SEO](#) » Влияние полноэкранных объявлений на SEO до и после

Влияние полностраничных объявлений на SEO до и после

Какое влияние оказывают межстраничные объявления или всплывающие окна на поиск? Изучите этот пример, чтобы увидеть их влияние на ценность органического трафика.

[Анна Кроу](#) 4 октября 2024 г. в 10:00 | Время чтения: 5 минут

[f](#) [X](#) [✉](#) [in](#) [🗣️](#) Чат с SearchBot

Недавно один из моих клиентов, [занимающихся SEO](#), потерял 82% органического трафика с ПК на свою домашнюю страницу за один месяц.

Затем во втором месяце наблюдалось еще одно снижение органического трафика с десктопов на 97%.

Почему?

Клиент запустил всплывающее окно для мобильных устройств и компьютеров для всех посетителей из США. Вопреки моему совету, клиент надеялся, что конверсии перевесят

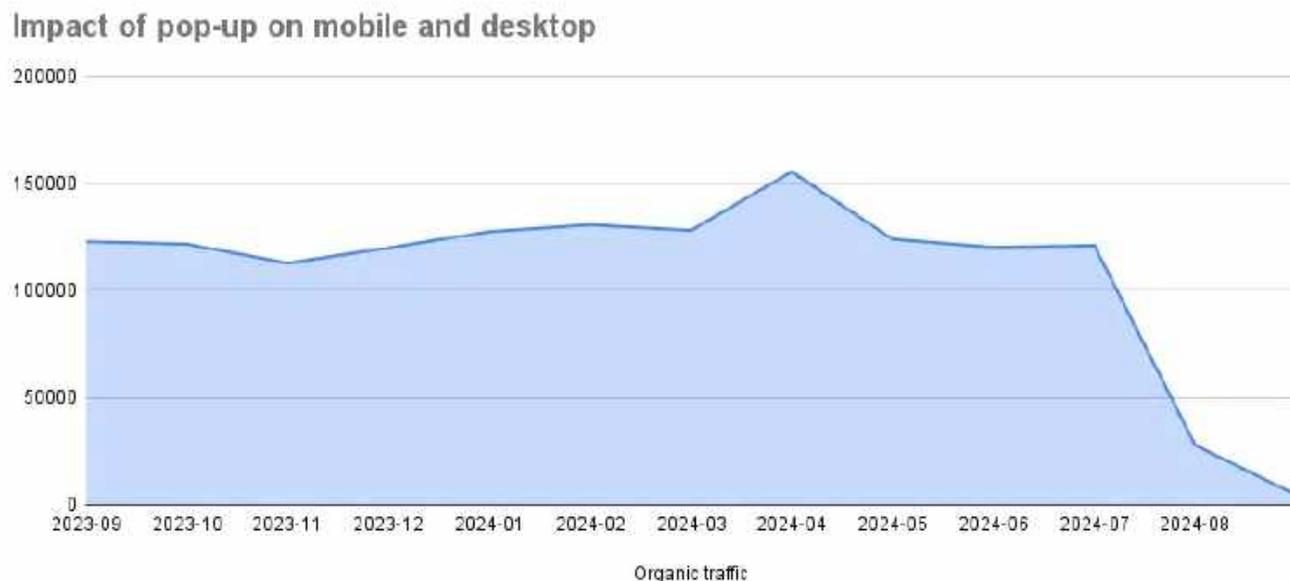
Получите рассылку, на которую полагаются маркетологи поисковой оптимизации.

Проверенная информация о SEO, PPC, ИИ, карьере

Запишите меня!

[См. условия.](#)

снижение органического трафика.



Ниже приведен анализ навязчивой межстраничной рекламы и ее влияния на органический трафик.

Влияние до и после полноэкранного объявления на мобильных устройствах и компьютерах

Всплывающее окно на главной странице было связано с рекламной акцией и не было вызвано задержкой по времени или прокруткой.

Вот пример мобильного всплывающего окна:

Посетите наши мероприятия



Изучите действенные тактики поискового маркетинга, которые помогут вам привлечь больше трафика, потенциальных клиентов и доходов.

Онлайн 13-14 ноября: [SMX Next](#)

Доступно по запросу: [SMX Advanced](#)

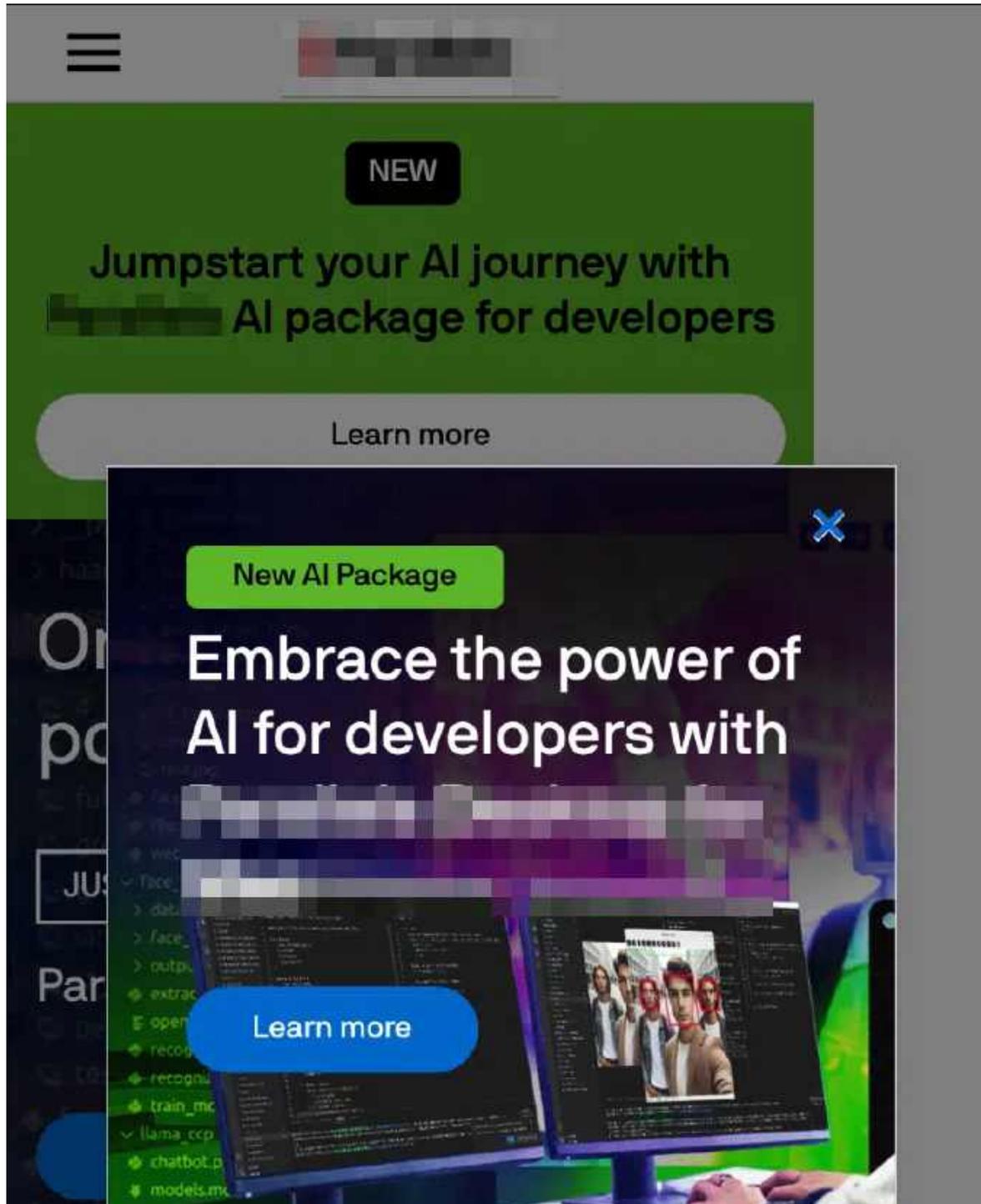
Доступно по запросу: [мастер-классы SMX](#)



Откройте для себя экономящие время технологии и действенные тактики, которые помогут вам преодолеть важнейшие маркетинговые проблемы.

Вебинары

Лучшая стратегия согласия для максимизации числа согласий клиентов



Как поисковый маркетинг переломил ситуацию в таргетинге аудитории СТВ

Масштабная персонализация: план глобального успеха

[Смотреть больше вебинаров](#)

Разведывательные отчеты

Корпоративные платформы SEO: руководство для маркетологов

Платформы email-маркетинга: руководство для маркетологов

Платформы данных о клиентах: руководство для маркетологов

[Посмотреть больше отчетов разведки](#)

Избранная белая книга

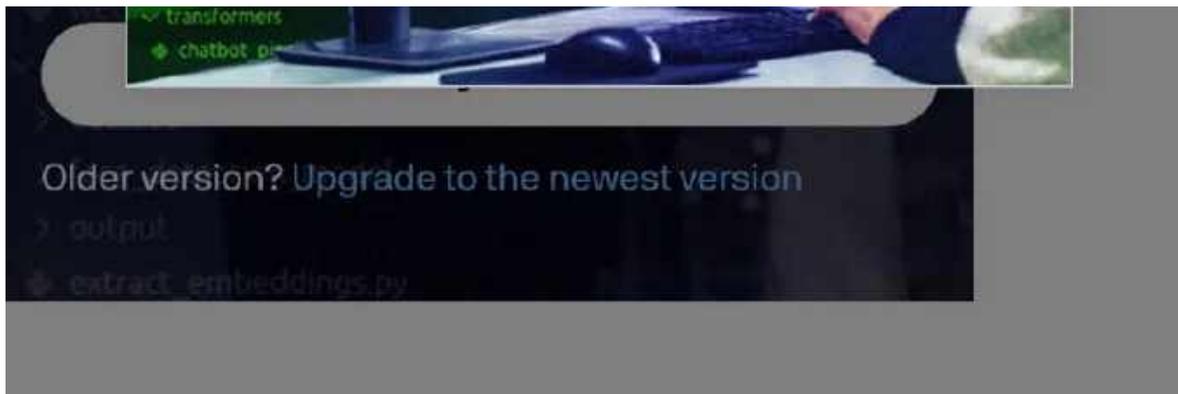
Повысьте узнаваемость своего бренда с помощью проверенных стратегий в социальных сетях

[Посмотреть больше технических документов](#)

Поиск на нашем сайте

Поиск на сайте Search Engine Land

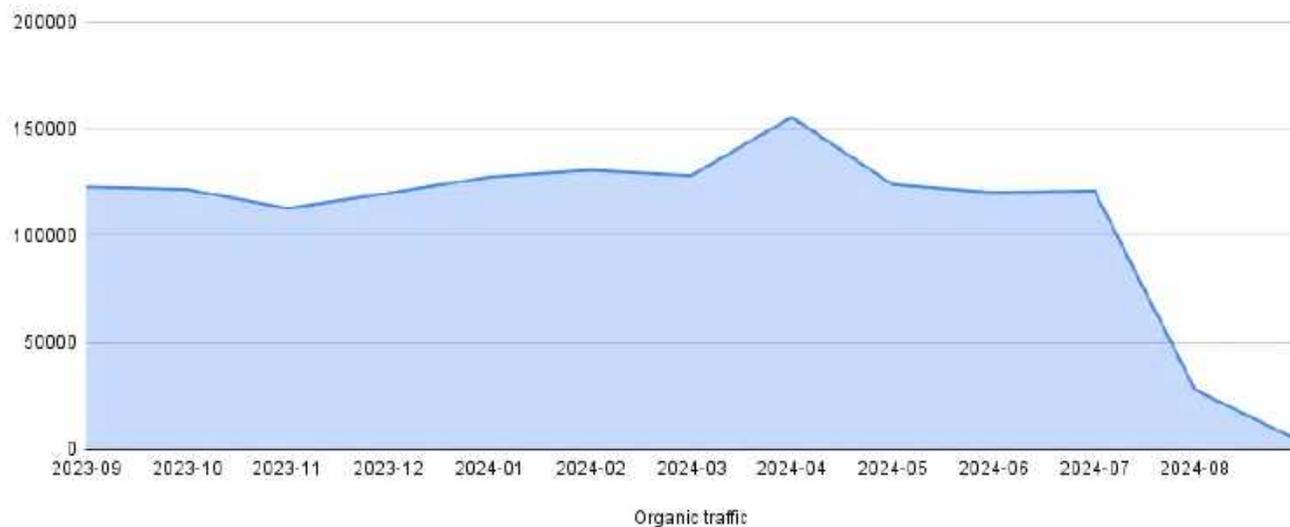
Поиск



В приведенном выше примере всплывающее окно также негативно влияет на адаптивный дизайн.

Вот пример на десктопе:

Impact of pop-up on mobile and desktop



Помимо падения органического трафика, домашняя страница потеряла 97% рейтинга ключевых слов на десктопах.

Поисковый бот

Познакомьтесь с вашим новым помощником по маркетингу на базе искусственного интеллекта!



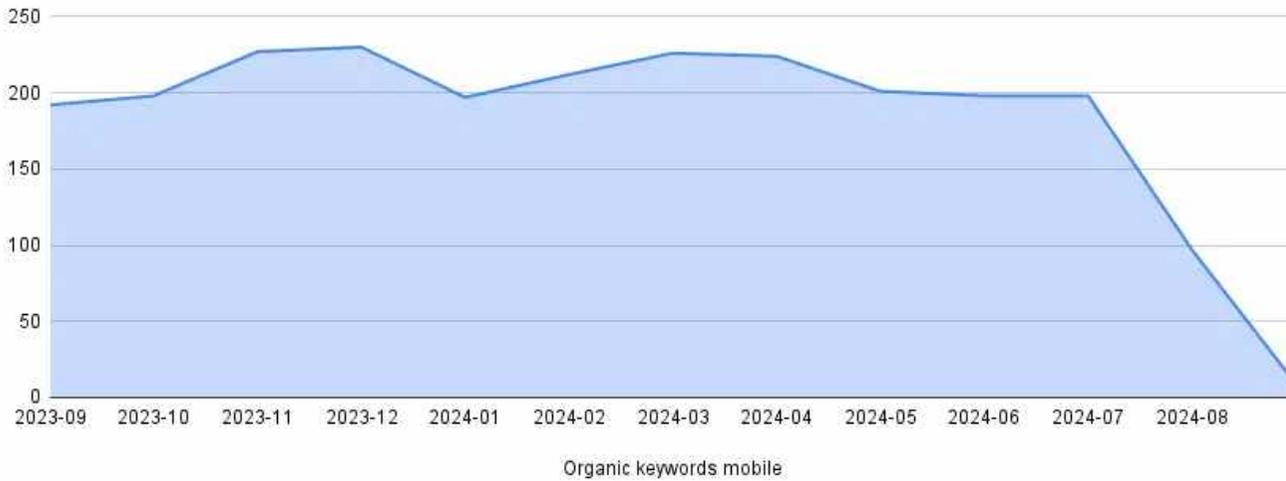
Начните общаться прямо сейчас!

Organic keyword trends



И наблюдалось снижение мобильного рейтинга главной страницы на 96%.

Organic keyword trends - mobile

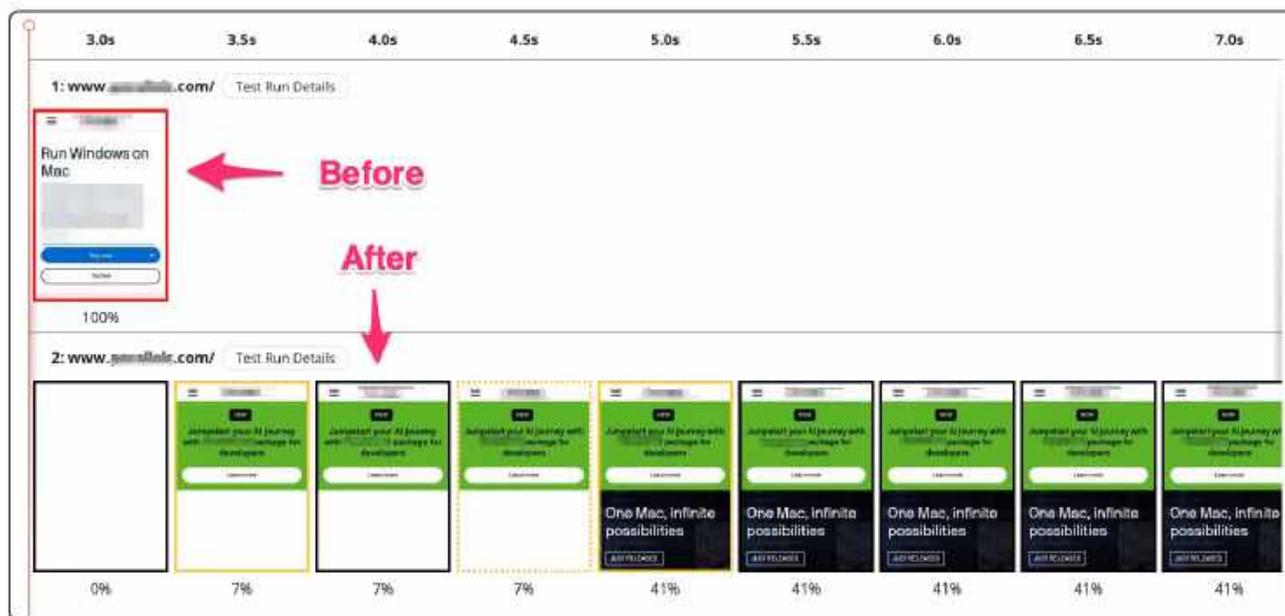


Наибольшее влияние оказали брендированные термины, что косвенно повлияло на сокращение расходов на брендированную рекламу в контекстной рекламе.

Это также отрицательно повлияло на удобство использования страницы и ее скорость.

На сайте также наблюдалось 10-секундное снижение скорости загрузки страниц.

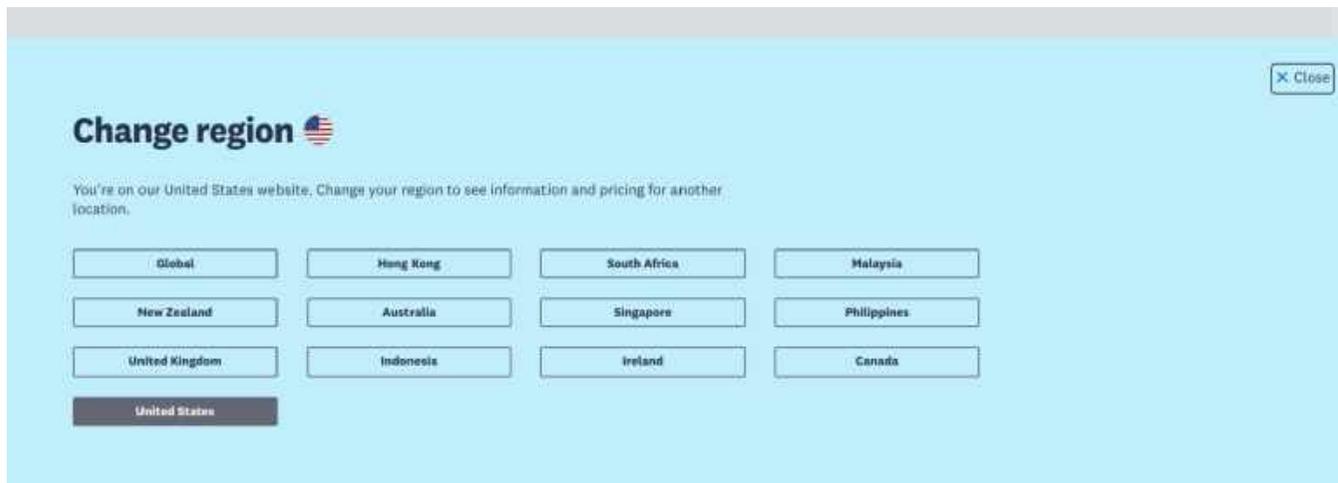
До запуска всплывающего окна среднее время загрузки сайта составляло 3 секунды.



И 13 секунд времени загрузки после запуска всплывающего окна.



Вы можете увидеть негативное влияние всплывающих окон на восприятие страницы с большим количеством смен макета.



Общая стоимость органического трафика на главной странице снизилась на 97%.

Нет никаких штрафных санкций или ручных мер

Навязчивые межстраничные эффекты влияют на рейтинги, а не на индексацию.

Однако могут возникнуть и другие проблемы, такие как программные ошибки 404, скорость сервера и общее восприятие страниц сайта.

Помните, что Google сканирует контент из США, поэтому, если эти наложения присутствуют только в европейских странах, Google их не обнаружит.

Негативное влияние межстраничных объявлений — понижение в поиске

Когда Google ввел [штраф Google за мобильную рекламу](#) 10 января 2017 года, он имел шокирующе тихий эффект. Несколько дней спустя специалисты по SEO начали замечать, как страницы теряют 10 и более позиций в рейтинге.

Когда [в феврале 2022 года возможности Google Pages появились на сайтах для ПК](#), в качестве сигнала были включены навязчивые межстраничные объявления.

Важно помнить, что [промежуточные объявления не требуют ручного вмешательства](#) (по крайней мере, пока), но они все равно негативно влияют на восприятие страницы.

Джон Мюллер из Google [заявил в своем интервью SEO Office Hours](#) 22 января 2021 г.:

- «Это похоже на то, как если бы мы немного понизили сайт в результатах поиска. Иногда сложность заключается в этих небольших понижениях. Это не тот случай, когда мы удалим сайт из поиска или переместим его на страницу 100. Но если это

релевантный контент, мы все равно можем показать его на первой странице результатов поиска, просто не так высоко, как это возможно».

Получите рассылку, на которую полагаются маркетологи поисковой оптимизации.

Проверенная информация о SEO,

Запишите меня!

[См. условия.](#)

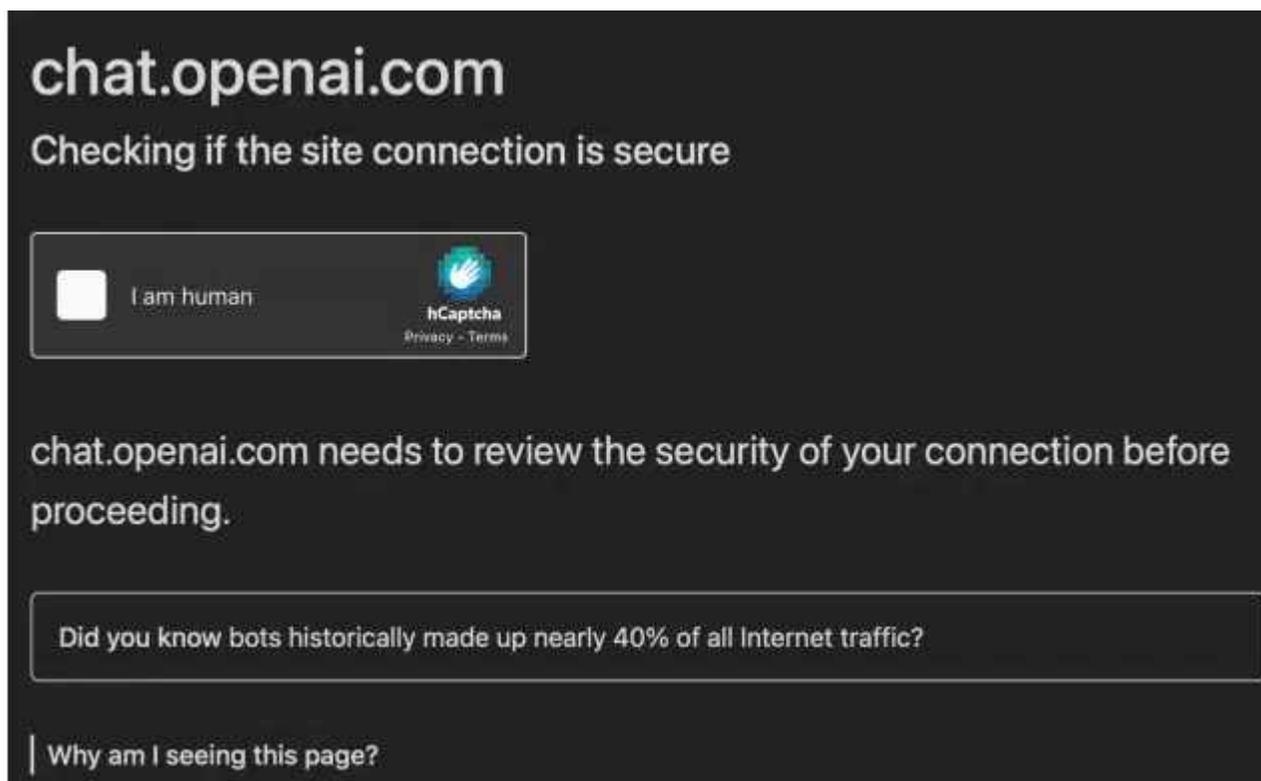
4 примера плохих межстраничных объявлений

1. Плохо проверять, являетесь ли вы спам-ботом

Гэри Иллис из Google [опубликовал на LinkedIn](#) сообщение, в котором упомянул:

- «Проверка защищенности соединения с сайтом (межстраничные объявления, которые вы иногда видите на некоторых сайтах) — это последнее, что вы можете сделать для обеспечения удобства поиска».

Пример:

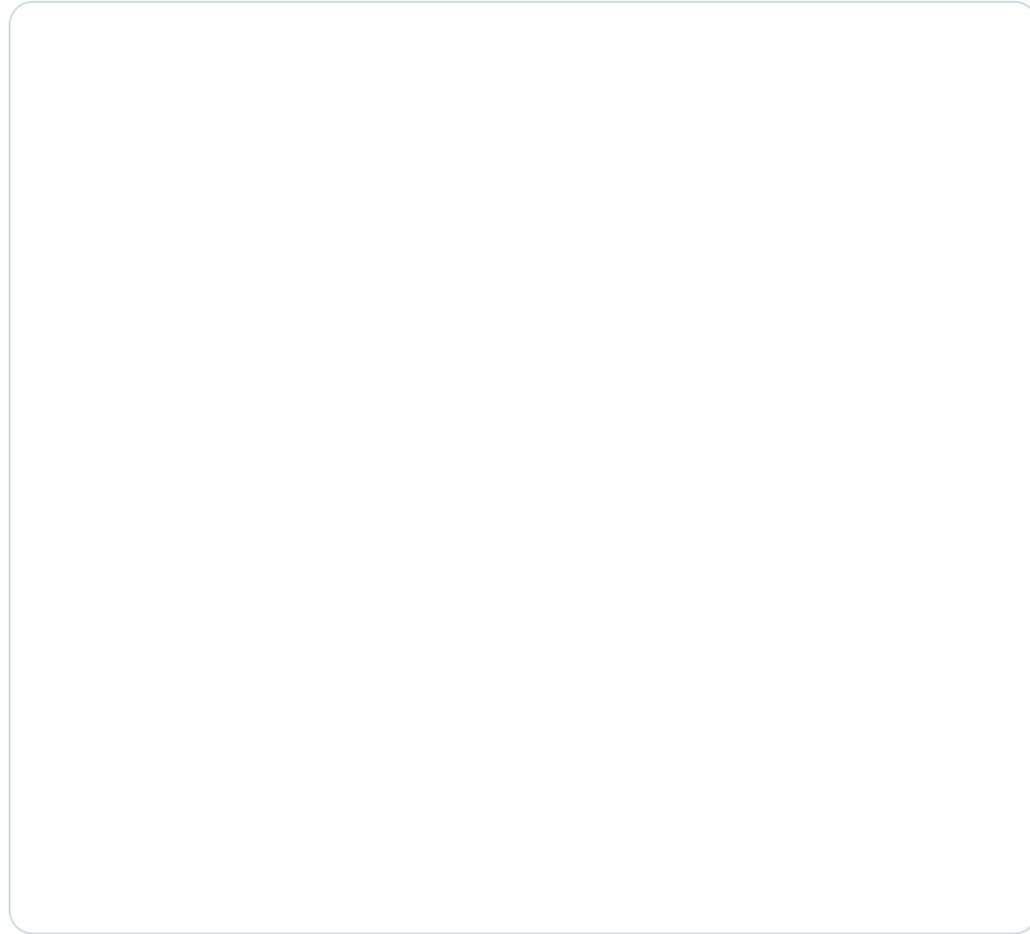


Короче говоря, есть и другие способы защитить свой сайт от спам-ботов.

Если вы обнаружили бота, Мюллер рекомендует [использовать код статуса 5xx для управления промежуточной информацией об обнаружении робота](#) .

John 🧀 ... 🧀@JohnMu · [Follow](#)

If you run a hosting service, and have a "you might be a bot" interstitial, make sure it uses a non-200 HTTP result code (perhaps 503), and that it doesn't have a noindex on it. Serving a noindex+200 will result in pages being dropped from search, if search engines see it.



2:21 PM · Jan 17, 2022



[Read 9 replies](#)

2. Перенаправление на промежуточную страницу

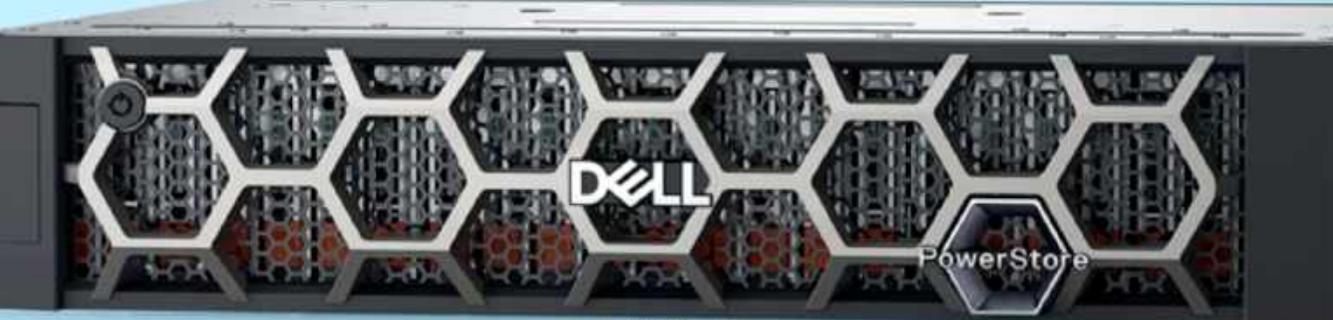
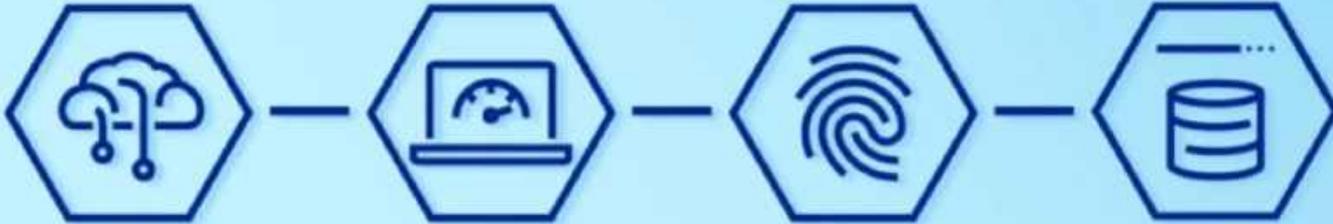
Если вы показываете пользователю страницу А в результатах поиска, но перенаправляете его на страницу В после клика, а страница В включает всплывающее окно или промежуточную страницу, поисковые системы не обнаружат контент за пределами перенаправленной страницы.

3. Отображает только промежуточные объявления

Вот пример всплывающего окна, закрывающего основной текст:

POWERSTORE PRIME

The total storage package



Some Downloads Continue

Users require a Webpage - Whether via desktop or mobile browser - the service creates an isolated browser session in a disposable containerized instance. The page is presented on users' browsers as a rendering, commonly as pixels over an HTML5 canvas.

Keyboard and mouse inputs are transmitted to the isolation service via an encrypted channel, and any resulting updates to the remote browser webpage are sent back to the endpoint device in the same way. Because no active content is downloaded, any hidden malware or viruses in the page are unable to reach the endpoint.

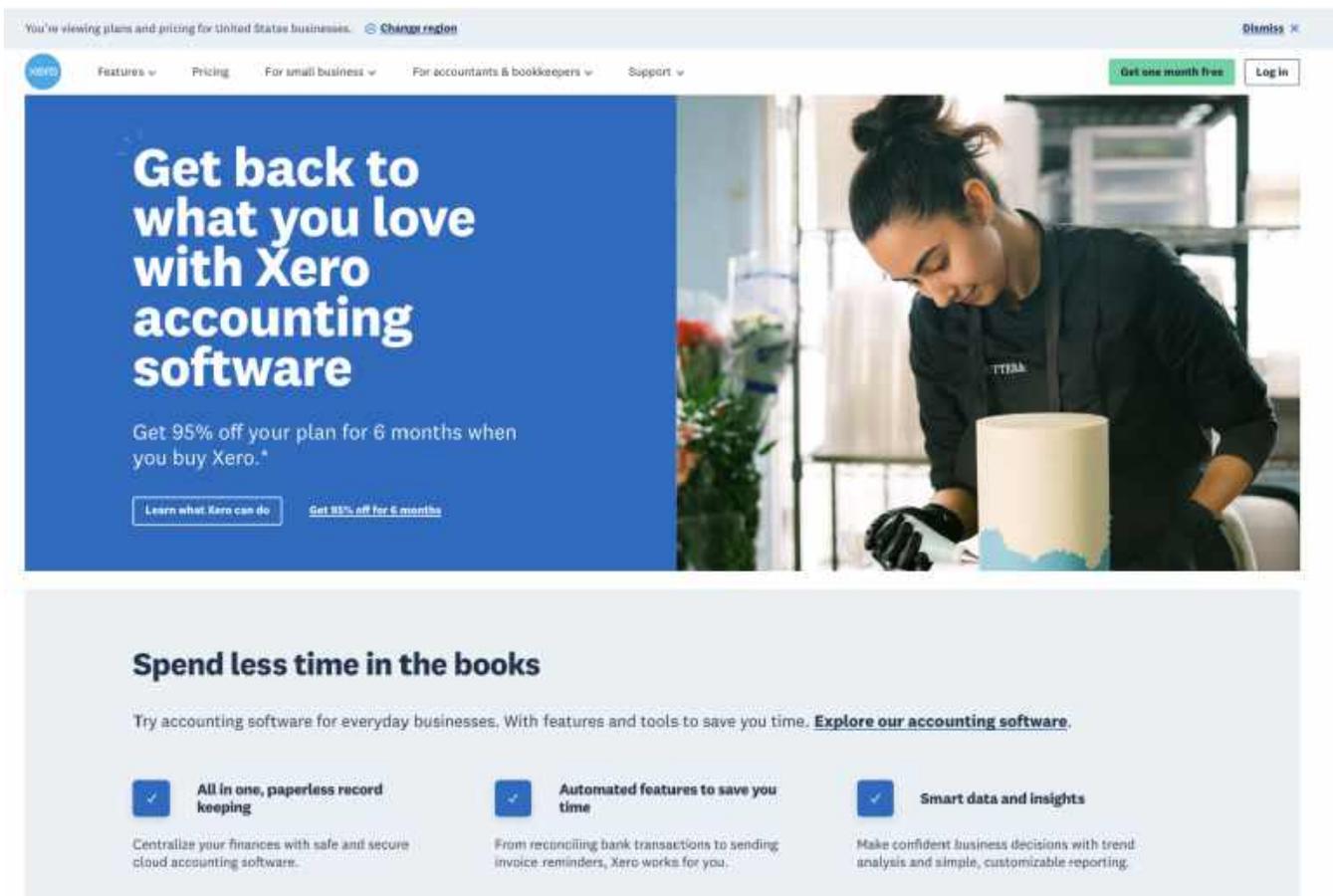
TechTarget and our partners use cookies to improve our site, analyze traffic and performance, and serve personalized content and advertising. You can update your cookie preferences at any time. See our Privacy Policy for more information.

OK SETTINGS

4. Всплывающие окна поиска магазинов

Локаторы магазинов во всплывающих окнах работают с перебоями.

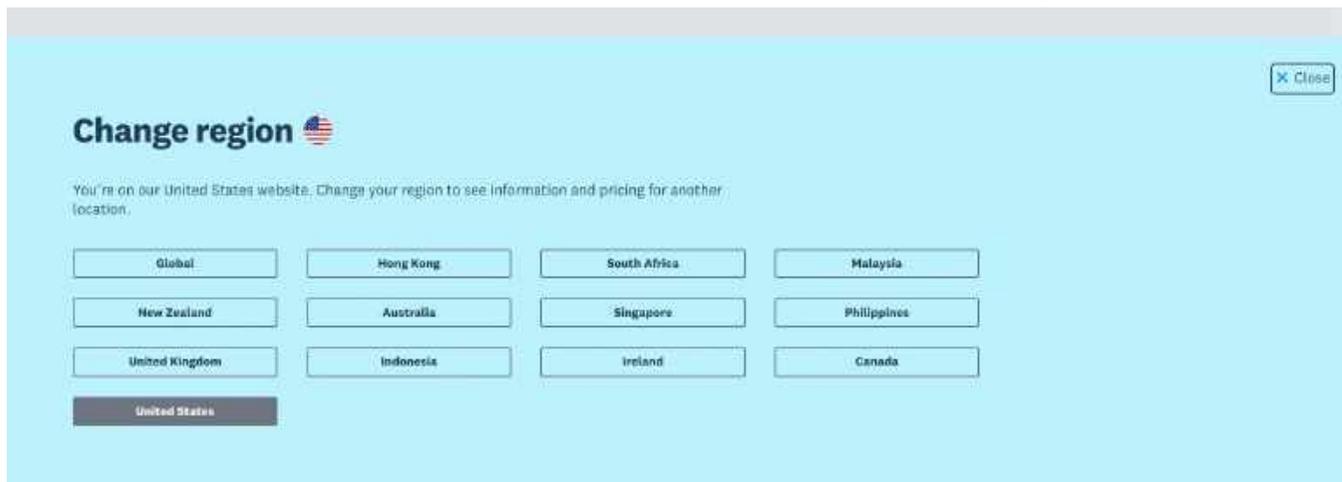
Вот пример хорошего всплывающего окна для определения местоположения:



The screenshot shows a landing page for Xero accounting software. At the top, there is a navigation bar with the Xero logo, menu items for 'Features', 'Pricing', 'For small business', 'For accountants & bookkeepers', and 'Support', and buttons for 'Get one month free' and 'Log in'. A 'Dismiss' button is also visible in the top right corner. The main content area is dominated by a large blue banner with the headline 'Get back to what you love with Xero accounting software'. Below the headline, a sub-headline reads 'Get 95% off your plan for 6 months when you buy Xero.*'. Two buttons are present: 'Learn what Xero can do' and 'Get 95% off for 6 months'. To the right of the text is a photograph of a woman in a black shirt working on a cake. Below the banner, a section titled 'Spend less time in the books' contains a paragraph: 'Try accounting software for everyday businesses. With features and tools to save you time. [Explore our accounting software.](#)'. This section is followed by three feature cards, each with a blue checkmark icon: 1. 'All in one, paperless record keeping' with the description 'Centralize your finances with safe and secure cloud accounting software.' 2. 'Automated features to save you time' with the description 'From reconciling bank transactions to sending invoice reminders, Xero works for you.' 3. 'Smart data and insights' with the description 'Make confident business decisions with trend analysis and simple, customizable reporting.'

Вместо всплывающего окна Xero выбирает рекламный баннер.

После нажатия кнопки «Изменить регион» вы перейдете к опции выбора региона.



4 примера хороших межстраничных объявлений

1. Отображение политики использования файлов **cookie** в качестве промежуточного материала

Легальные межстраничные объявления допустимы, при условии, что поисковые системы могут индексировать контент, не делая ничего особенного, например, не прося поисковые системы нажать на что-либо, чтобы загрузить фоновый контент.

Это означает, что с GDPR и политиками в отношении файлов **cookie** все в порядке.

Вот пример политики использования файлов **cookie**, созданной с помощью всплывающего окна:

The image shows a webpage layout. At the top left, there's a header with the title "What are Interstitial Ads and How do They Impact App Marketing?" and a sub-header "What are Interstitial Ads?". Below the title is a short paragraph defining interstitial ads. To the right, there's a graphic of a smartphone displaying an interstitial ad with a star icon and a download button. The App Radar logo is visible in the top right corner of the article header.

Below the header, there's a table of contents on the left side with 9 items:

1. Why Use Interstitial Ads?
2. What Are the Best Practices for Interstitial Ads?
3. What Are the Types of Interstitial Ads?
4. What Are the Challenges When Implementing Interstitial Ads?
5. What Are Interstitial Ad Guidelines?
6. Are There Penalties for Using Interstitial Ads?
7. What Are Use Cases of Interstitial Ads?
8. Interstitial Ads vs Banners and Pop-ups
9. Interstitial Ads Key Takeaways

In the center of the page, there's a white cookie consent overlay with the App Radar logo and the text "We value your privacy". It states: "We use cookies and external services on our website. Some of them are essential, while others help us to improve this website and your experience." There are four checkboxes: "Essential" (unchecked), "Statistics" (checked), "External Media" (checked), and "Functional" (checked). There are also two buttons: "Accept all" (blue) and "Individual Cookie Preferences" (black). At the bottom of the overlay, there are links for "Cookie Details", "Privacy Policy", and "Legal Notice".

Below the overlay, there's a section titled "Boost Your Apple Search Ads ROI" with a "Create Free Account" button. The main content area contains text about interstitial ads, mentioning that they are considered powerful tools in the app monetization arsenal and that they can boost engagement and revenue. It also mentions that interstitial ads can be more compelling than other ad formats and have higher click-through rates (CTR) than other ad formats. Additionally, it notes that interstitial ads can be used for higher revenue and lower ad spending, and that having high impressions is particularly helpful for app developers looking to maximize their ad revenue and when used in combination with Google app campaigns. Finally, it mentions that many ad networks employ sophisticated targeting methods for interstitial ads that ensure the ads are relevant to the user's interests and context, which enhances the likelihood of user engagement and improves the overall performance of the ad campaign.

Вот еще один пример политики в отношении файлов cookie, созданной с баннером внизу (мой предпочтительный метод):

We value your privacy

This website uses cookies and other technologies to enhance user experience, improve site navigation, analyze site usage, and assist in our marketing efforts. For more information, please see our [Privacy Policy](#).

Manage My Preferences

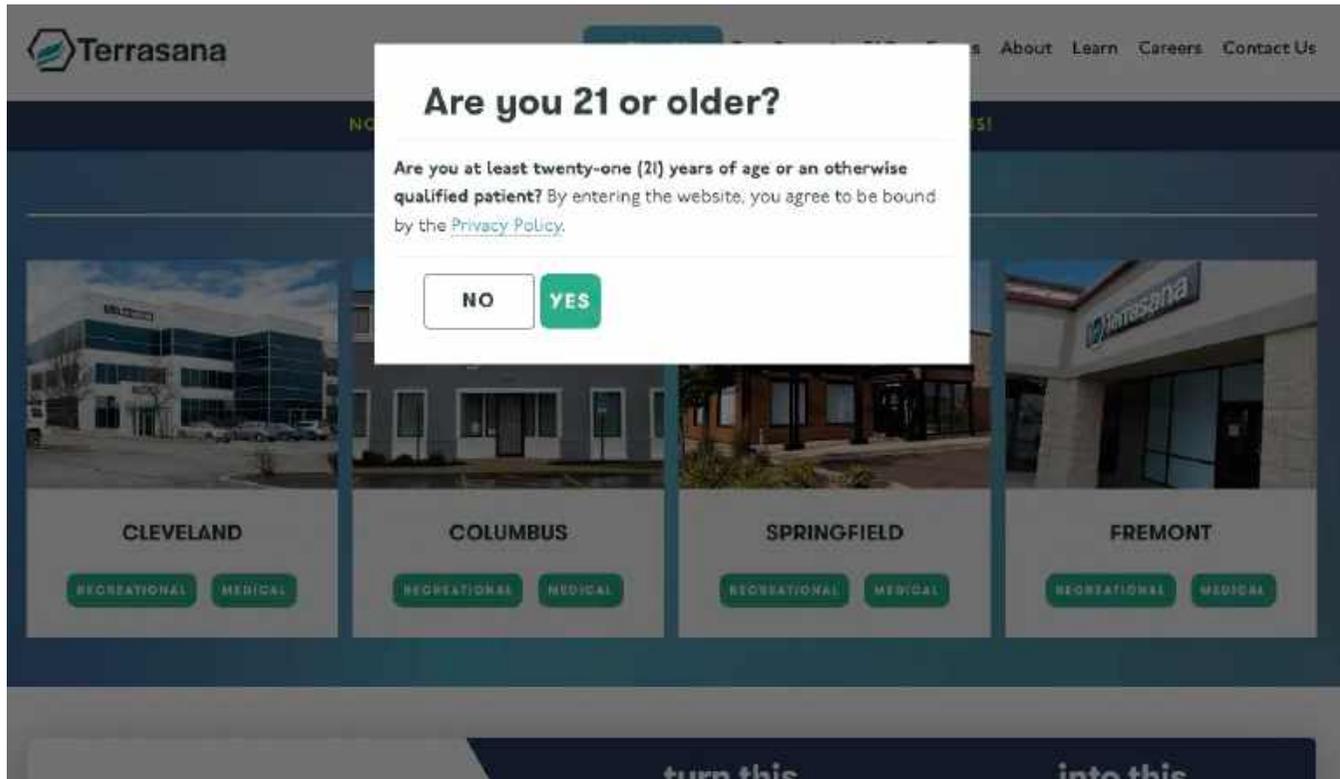
Accept All Cookies

Мюллер упомянул в Google Webmaster Office Hours, что Google пытается распознать эти законные баннеры отдельно от рекламных баннеров.

2. Запрос на проверку возраста

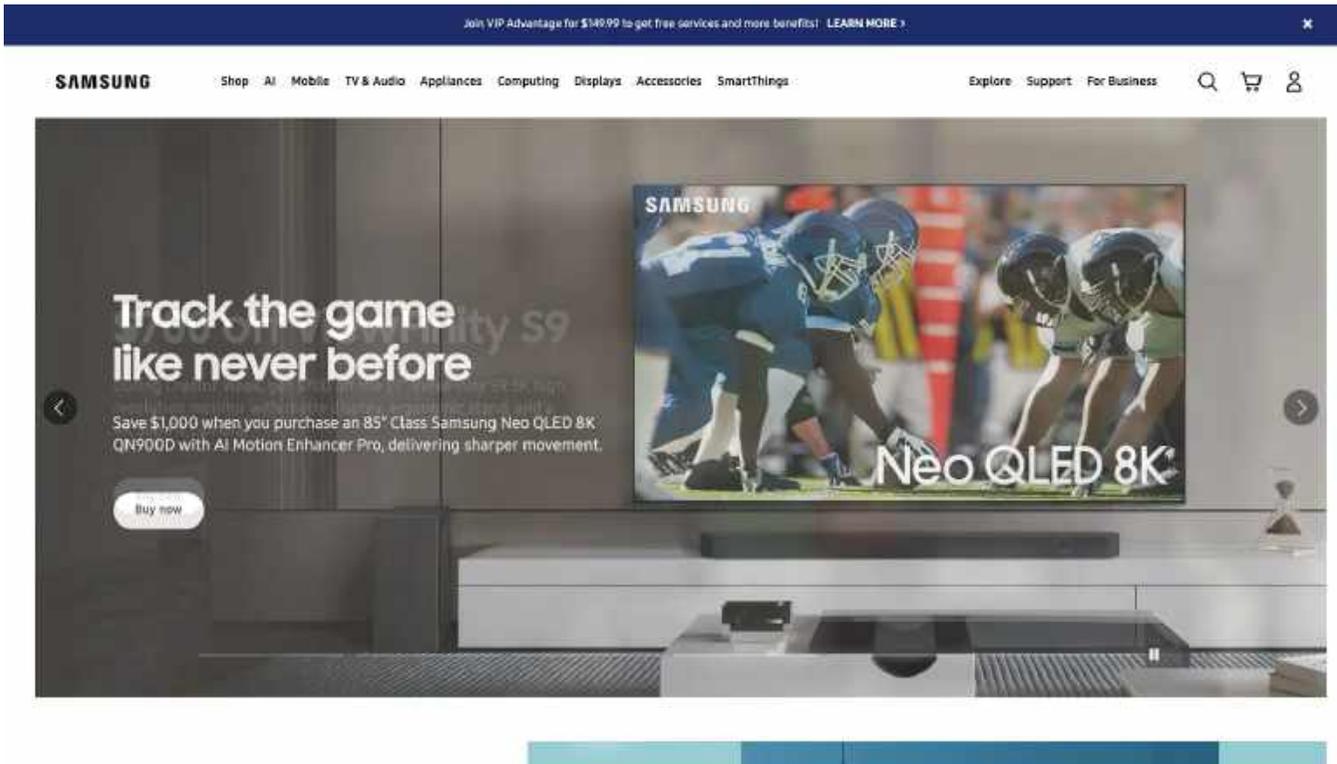
Проверка возраста классифицируется как легальное всплывающее окно, поэтому с этим проблем не возникает.

Вот пример хорошо реализованного всплывающего окна с указанием возраста:



3. Использование баннеров вверху и внизу

Вот пример рекламного баннера Samsung:



4. Всплывающие окна с намерением выйти, основанные на времени или прокрутке

Если вы собираетесь запустить всплывающее окно, я рекомендую использовать всплывающее окно с уведомлением о намерении выхода, основанное на времени нахождения на странице (20 секунд и более) или глубине прокрутки.

Оставайтесь с нами для получения дополнительных новостей о восстановлении всплывающего окна.

Я буду обновлять эту статью по мере получения дополнительных данных о влиянии удаления интерстициального слоя и восстановления.

Авторы, участвующие в создании контента для Search Engine Land, приглашаются и выбираются за их опыт и вклад в поисковое сообщество. Наши авторы работают под надзором редакции, а их вклады проверяются на качество и релевантность для наших читателей. Высказанные ими мнения являются их собственными.

Добавьте Search Engine Land в свою ленту новостей Google.



Похожие истории

Google Search расширяет рейтинги **Store** на большее количество стран

OpenAI интегрирует **SearchGPT** в **ChatGPT** до конца **2024** года

Как развить ваш органический подход для развития поисковых систем

Как использовать **Microsoft Clarity** для более глубокой аналитики веб-сайта

Ваш эксклюзивный взгляд на повестку дня **SMX Next** здесь

Новое в поисковой системе

5 ключевых показателей эффективности для измерения успеха платных медиа и **5** для измерения успеха бизнеса

Реклама в сообщениях **LinkedIn**: все, что вам нужно знать

TikTok представляет **5** новых рекламных инструментов

Google Search расширяет рейтинги **Store**
на большее количество стран

Google раскритиковал «радикальный»
план распада, предложенный
Министерством юстиции

Об авторе



Участник

Анна Кроу



Анна Кроу — сторонник соуса Frank's Hot Buffalo (с очевидными приоритетами), писатель, директор по поисковой оптимизации и консультант. За последние 13+ лет Анна успешно руководила программами поисковой оптимизации и контента для таких брендов, как Parallels, Dollar Thrifty Rental, Marriott, Hilton, Hearst Magazine, Mailboat Records, Philip Morris International, Bloomin' Brands и Brother и многих других. Она любит буррито и щенков (именно в таком порядке), когда не подрабатывает футбольным тренером.

Похожие темы

Google

SEO

Получите рассылку, на которую полагаются
маркетологи поисковой оптимизации.

Проверенная информация о SEO, PPC, ИИ, ка

Запишите меня!

Темы[SEO](#)[КПП](#)[Платформы](#)[Все темы](#)[Поисковый бот](#)**Наши мероприятия**[Выставка поискового маркетинга](#)[- SMX](#)[MapTex](#)**О**[О нас](#)[Контакт](#)[Конфиденциальность](#)[Условия](#)[Политика ИИ](#)[Маркетинговые возможности](#)[Персонал](#)[Авторизоваться](#)**Подписывайтесь на нас**[!\[\]\(967be6d43b6c8f6921a979856ec23ba3_img.jpg\) Фейсбук](#)[!\[\]\(78bc2f0aed5a74941394d8f9cb42a8ea_img.jpg\) X \(ранее Twitter\)](#)[!\[\]\(12a743ddd08018d30bda7c8d48c9a0fc_img.jpg\) LinkedIn](#)[!\[\]\(45886135f152eb262d38c1c7e3bba9dc_img.jpg\) Информационные бюллетени](#)[!\[\]\(8e3f7b3b5173191d0fcd5ae7bd42f377_img.jpg\) RSS](#)[!\[\]\(e21fc87942c253e1322b4bd0593023dd_img.jpg\) Ютуб](#)

© 2024 Third Door Media, Inc. Все права защищены.

Third Door Media, Inc. — издатель и поставщик маркетинговых решений, зарегистрированный в штате Делавэр, США, с адресом 88 Schoolhouse Road, PO Box 3103, Edgartown, MA 02539. Third Door Media управляет бизнес-медиа-ресурсами и организует мероприятия, включая SMX. Это издатель Search Engine Land, ведущего цифрового издания, освещающего последние новости, тенденции и советы по поисковой оптимизации (SEO) и маркетингу с оплатой за клик (PPC).