



**Елена БЕЗМАН,**  
SEO-специалист

✉ Елена Безман

✉ barbastello@gmail.com

До некоторых пор великий и могучий был под запретом в URL, но справедливость восторжествовала, и теперь плод трудов Кирилла и Мефодия можно увидеть в доменных именах. Но стоит ли использовать русскоязычные домены? Основной плюс такого домена — удобство для русскоязычных пользователей, которые плохо знают английский язык: по телефону или в радиорекламе проще сказать, например, “грузовик.рф”, чем truck.ru.

На данный момент все современные браузеры корректно работают с кириллическими доменами, посещение такого сайта не вызовет затруднений и у пользователя из-за рубежа. Проблема несоответствия кириллицы общепринятому стандарту Unicode, состоящему из 26 букв латинского алфавита, арабских цифр и дефиса, была решена с помощью punycode. Этот метод позволяет преобразовывать доменное имя на кириллице в последовательность символов, понятную для Unicode.

Какова ситуация на сегодняшний день с доменами в зоне “.рф”? Подавляющее большинство адре-

## Цена патриотизма

Особенности продвижения кириллических доменов

сов на кириллице, которые можно встретить в рекламе, с помощью редиректа ведут на основной сайт в зоне .ru или являются зеркалом основного сайта. То есть владельцы все равно главным сайтом оставляют ресурс в зоне с латинским именем. Но количество действующих ресурсов в зоне “.рф” очень мало по сравнению с зарегистрированными, но неиспользуемыми именами. Очень много доменных имен принадлежат пользователям, которым они нужны “на всякий случай”. Новый домен ещё не прижился в российской интернет-среде, поэтому многие либо не спешат использовать, либо вообще не знают, как.

Лучше всего доменное имя на кириллице подходит для сайтов-визиток. Кроме того, выгодно использовать такие имена для редиректа или в качестве зеркала для сайтов, которые имеют не очень благозвучные или слишком сложные для восприятия имена в зоне .ru. Кстати, уже давно стало проблемой зарегистрировать удачное имя на латинице, так как практически все такие имена заняты, в этой ситуации тоже сможет выручить домен в зоне “.рф”.

До настоящего времени бытуют противоречивые мнения относительно поискового продвижения кириллических доменов: кто-то считает, что им будет сложно конкурировать с привычными в зоне .ru, кто-то заявляет о том, что “Яндекс” будет давать им искусственное преимущество. Однако официальные представители российского поисковика утверждают, что с точки зрения поисковой оптимизации

оба вида доменов равны. Это было подтверждено и на практике.

Но одно преимущество, хоть и небольшое, у доменов в зоне “.рф” есть — возможность прямого не транслитерированного вхождения ключевого слова в адрес сайта. Для продвижения этот фактор имеет довольно небольшой вес и решающего влияния на результаты оказать не сможет. То же самое действует и для латинских доменов, когда ключевое слово на латинице совпадает с доменным именем. Но в любом случае это преимущество при возможности надо использовать.

Ещё недавно было целесообразно отказаться от оптимизации сайта с доменом на кириллице в пользу привычных доменов в зоне .ru, так как ссылочное и статейное продвижение было связано с некоторыми техническими трудностями — многие сервисы попросту не поддерживали такие домены. На сегодняшний день эта проблема по большому счёту решена. Некоторые сервисы, необходимые для вебмастера или оптимизатора, работают компромиссным образом: с использованием punycode.

Владельцы сайтов в зоне “.рф”, которые начали развивать свои ресурсы с момента появления нового домена, сейчас находятся в выгодном положении — их сайты старше, а следовательно уже не попадают под “возрастной” фильтр. Но стоит понимать, что использовать кириллические имена стоит, когда это оправдано. Во многих ситуациях, которые зависят от различных факторов (целевая группа, вид деятельности компании), домен на латинице все же более уместен.



**Антон ЧЕРНОТАЛОВ,**  
генеральный директор  
интернет-агентства  
“Моризо”

✉ chernotalov@morizo.ru

Социальные медиа “ВКонтакте”, Twitter, Facebook, “Одноклассники” и Живой журнал из средства общения с друзьями, просмотра фотографий и видеороликов превращаются в ключевой способ получения информации и её обсуждения в сообществах.

Поскольку в соцсетях пользователи имеют возможность объединяться в группы по интересам, существуют сотни тысяч сообществ, посвящённых брендам и компаниям. В связи с этим все большую роль в продвижении приобретает SMM (англ. Social Media Marketing) — маркетинг в социальных сетях.

Под SMM часто понимают размещение рекламных баннеров в социальных сетях и привлечение

## Станьте друзьями

Пять способов повышения эффективности маркетинга в социальных сетях

пользователей в группу, посвящённую бренду. И вроде бы все хорошо, много показов рекламы, точное попадание в целевую аудиторию, в группе тысячи участников, но отдачи — ноль. Почему такая низкая эффективность? Как известно, дело в деталях.

Во-первых, социальные сети — это канал двусторонней коммуникации, то есть важно не только говорить, но и слушать и отвечать. Только от того, насколько много пользователей написали комментарии к новости, поделились этой новостью с друзьями или нажали кнопку “Мне нравится”, зависит эффективность взаимодействия с брендом.

Во-вторых, на пользователя в соцсети ежедневно сваливается огромное количество информации. И для того, чтобы новость или предложение были замечены, необходимо, чтобы они были интересны. Вряд ли кто-то захочет читать сухой текст пресс-релиза. Содержание сообщения должно отвечать всего на один вопрос пользователя: “А мне-то что?”. Есть ответ — будет и действие.

В-третьих, важны открытость и умение говорить на одном языке

(который может значительно отличаться в разных соцсетях). Участники группы уже лояльны к вашей организации, сделайте и вы шаг навстречу, будьте ближе, станьте “френдами”.

В-четвёртых, надо задавать вопросы пользователям. Ответы на них могут дать больше точной информации, чем проведение масштабных маркетинговых исследований и десятков фокус-групп. И при этом абсолютно бесплатно.

В-пятых, возможно, уже существует группа, посвящённая вашей компании, организованная пользователями самостоятельно. Как показывает опыт, требование об её закрытии в адрес администрации соцсети всегда имеет отрицательный результат. Игнорировать заинтересованную аудиторию тоже не стоит.

В заключение хотелось бы ещё раз повторить: не стоит оценивать эффективность SMM такими классическими количественными показателями, как охват или количество показов. Основное внимание стоит обратить на количество действий пользователей и их заинтересованность в общении с вашим брендом.

## ОПРОС

### Подешевеет ли жильё?

**Себестоимость жилья при строительстве в Нижнем Новгороде составляет около 30 тыс. рублей за 1 кв. м, но за такие деньги квартиру в городе купить невозможно. За счёт чего можно снизить стоимость 1 кв. м в многоквартирных домах?**



**Анатолий СЕКОВТОВ,**  
председатель правления  
объединения работодателей  
“Союз нижегородских строителей”:

Снизить себестоимость строительства жилья можно. Для этого необходимо освободить застройщика от платы за аренду земельного участка, сократить затраты на прохождение административных процедур и выполнение технических условий на подключение объекта капитального строительства к сетям инженерно-технического обеспечения.

**Игорь БАЖЕНОВ,**  
председатель общественного  
комитета по строительству  
ТПП Нижегородской области:



Цены на жильё у нас отличаются в зависимости от района. Если в Автозаводском районе квадратный метр стоит 30—33 тыс. рублей, то в центре города — под 100 тыс. Цена материалов одинаковая, зарплата — тоже. Вся разница — стоимость земли и подключений. Но к тем, кто строит дешёвое жильё, выстроилась очередь на три дома вперед. А дома, что в центре города, стоят пустыми несколько лет. Это означает, что компании могут себе позволить так делать, ведь первый закон рынка — не делать того, что не выгодно. Предпосылок для снижения себестоимости сейчас нет. Материалы в цене растут, зарплата — тоже (инфляцию никто не отменял). Снижения добиться можно за счёт цены подключений и платы за землю.



**Ольга САЖИНА,**  
директор по маркетингу  
ООО “Жилстрой-НН”:

Лучший способ снизить издержки — точный расчёт для каждого случая. Но здесь много подводных камней. Например, многим кажется, что наиболее оптимально построить 17-этажный дом. Но это спорное утверждение, поскольку по требованиям пожарной безопасности в таком доме должны быть два лифта и просторные холлы, и это может свести экономический эффект на нет. Поэтому нужно соотносить затраты на землю с затратами на дополнительное оборудование и учитывать стоимость подключения к сетям. Другими словами, 30 тыс. рублей — это только цена возведения “коробки”. Продавать по такой цене нельзя, если только в ущерб качеству.

**Дмитрий КУЗИН,**  
генеральный директор  
производственно-строительной  
группы компаний “Кварц”:



В 2011 году выросли цены на цемент — 45%, на песно-гравийную смесь — порядка 30%, на арматуру — 10%. Аналогичным образом складывается ситуация и со стоимостью земельных участков, она определяется рынком и по факту. Цена земли в Нижнем Новгороде выше, чем в большинстве регионов России. Однако есть определённые подвижки в подготовке властями участков под строительство на месте ветхого фонда: там проведено расселение, снесены дома и получены технические условия на подключения. Предлагать застройщикам подготовленные площадки предписывает Земельный кодекс РФ.

Опросили Михаил АШТАЕВ  
и Александра ЕЛИНА

