

Все что вы хотите знать про SEO

Лекция 1.0

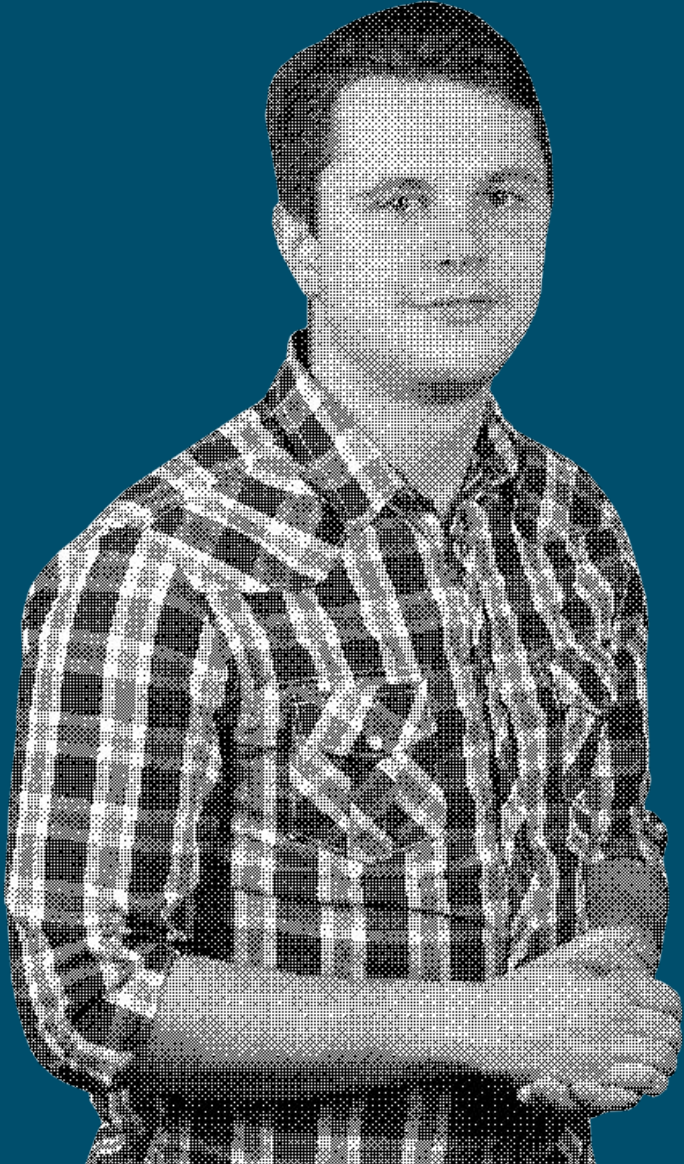
Немного обо мне



Александр
Демьянчук

- Пришел в SEO в 2014 году;
- Team lead команды;
- Работал с более чем 50 проектов разных тематик;
- Участвовал в организации отраслевые конференции UDC 2016, BDD;
- Участвую в экспериментах разной сложности
- Большую часть времени работаю
- Готов поделиться всеми знаниями что есть у меня с Вами

Немного обо мне



Алексей
Чеканов

- 2 года работы в SEO
- 16 лет играю в футбол
- Открытый человек
- Всегда занимаюсь тем, что приносит удовольствие

Теперь давайте немного о вас?

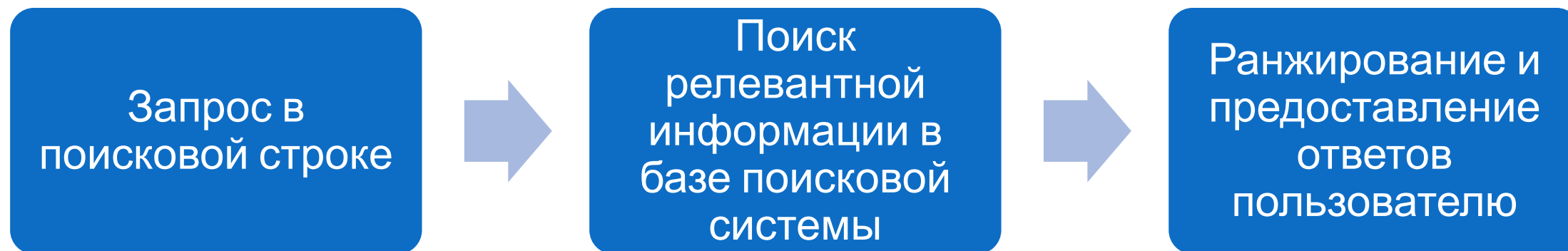
Зачем вам SEO?

Как будут проходить занятия?

- Максимум практических моментов;
- Выбираем и продвигаем ресурс в течении двух месяцев;
- Оперативно обсуждаем возникшие вопросы в чате Skype;
- Пользуемся популярными инструментами;
- Изучаем информацию параллельно;
- Идем в Facebook следить за новостями;
- Обратная связь по каждой из лекций.

Перейдем к самой лекции

Что такое SEO?



Основные термины

Поисковая система – система поиска информации среди массы документов при помощи собственных алгоритмов.

Релевантность – соответствие документа запросу.

Ранжирование – выстраивание документов по позициям (точности ответа) при помощи алгоритмов ПС.

ТОП – выстраивание документов в заданном диапазоне страниц поисковой системы.

Факторы ранжирования документа:

Внутренние

- Технические
- Текстовые
- Поведенческие
- Коммерческие

Факторы ранжирования документа:

Внешние

- Ссылочные
- Поведенческие

В итоге мы получаем

SEO – влияние на ранжирование и повышение релевантности документа путем влияния на внутренние и внешние факторы.

Немного проще:

SEO – процесс внутренней и внешней оптимизации сайта с целью занять более высокую позицию по запросу.

Основные поисковые системы

- Google – Украина, Европа, США, Канада и т.д.
- Яндекс – Россия, до 50% доли в странах СНГ;
- Bing, Yahoo, Msn, Mail.ru...

Главные отличия поисковых систем

Яндекс – пытается аккумулировать трафик на своих внутренних сервисах (преимущественно коммерческий), упор на коммерческие и поведенческие факторы ранжирования, большое значение имеет ссылочный вес.

Google – поисковик, который специализируется на внедрении новых технологий. Основной упор на техническую оптимизацию и ссылочный фактор ранжирования.

Этапы работы в SEO

Внутренняя оптимизация сайта

Работа с контентом сайта, технической оптимизацией, юзабилити и удобством сайта

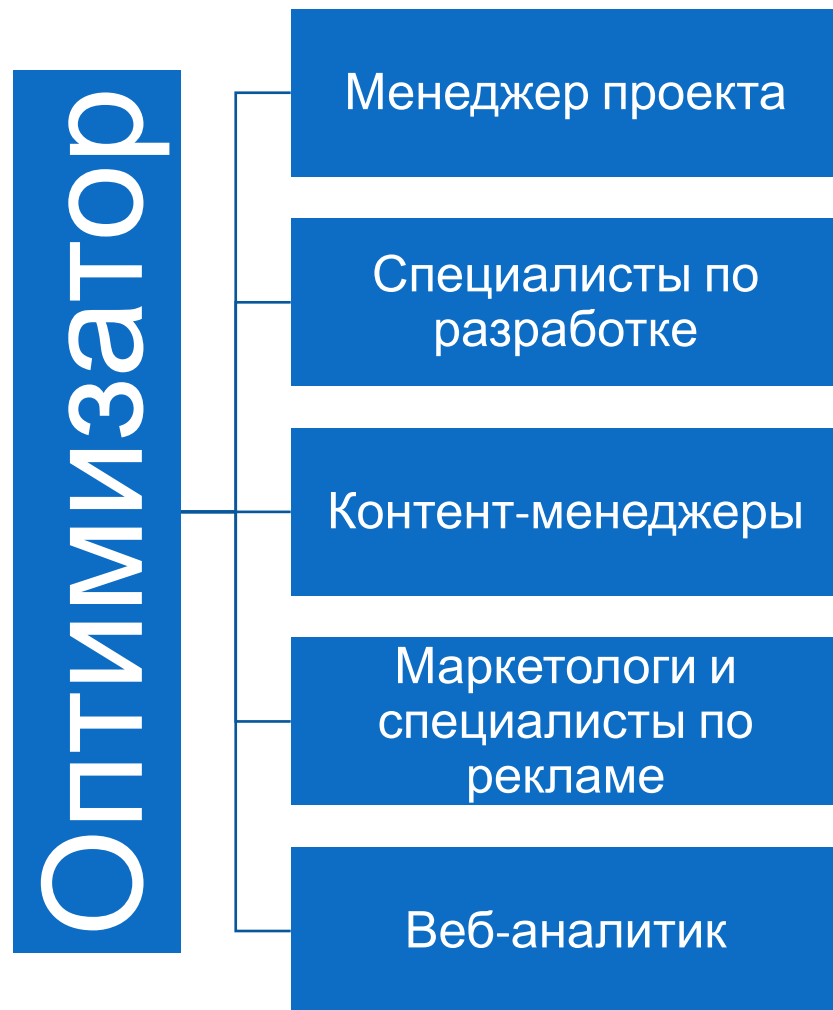
Внешняя оптимизация

Линкбилдинг, повышение количества и качества ссылочной массы и упоминаний

Веб-аналитика

Анализ трафика, корректировка стратегий, поиск и выявление проблем конверсии

Роль оптимизатора в проекте



Какими бывают оптимизаторы?

Процессинг – составляют план, планируют время, очень редко отходят от намеченных действий.

Коммуникаторы – отличная коммуникация с клиентов, выполняют большинство требований клиентов.

Аналитики – делают аналитику основываются только на цифрах, коммуникация с клиентом сложная.

Стратегия и интеграторы – строят стратегию проекта, считают что их идею внедрения превыше всего.

Основные задачи оптимизатора

1. Техническая оптимизация, оптимизация коммерческих и поведенческих факторов ранжирования. Постановка технического задания разработчикам.
2. Оптимизация контента. Работа с форматированием и постановка задач специалистам по контенту.

Основные задачи оптимизатора

3. Создание стратегии внешнего продвижения. Линкбилдинг, контент-маркетинг, статейное продвижение. Взаимодействие с маркетологами.

4. Веб-аналитика. Поиск и устранение проблем, анализ трафика и эффективности работ по SEO.

Золотое правило оптимизатора

ВСЕГДА нужно знать что
делаешь, и для чего
делаешь!!!

В противном случае это слив
денег!!!

Задачи

1. Выбрать проект либо тематику проекта, который будем развивать.
2. Прийти в чат для оперативного решения вопросов.

**Спасибо
за внимание!**

Skype

LLIkill, chekanov93alexey

Facebook.com

/inroat

Vk.com

/inroat

/chekanov_alexey