Как угробить проект по SEO?

Как провалить проект по SEO?

Не все проекты по поисковой оптимизации сайтов заканчиваются успехом: достижением высокой видимости сайтов и поисковых системах, и, как следствие, повышением продаж.

Любая компания, профессионально занимающаяся продвижением, имеет в своей истории несколько проектов, которые завершились неудачно по нескольким причинам, которые часто и не зависят от профессионализма самих компаний.

Можно выделить 11 причин провалов проектов по оптимизации

1 Техническая поддержка сайта Заказчика

Любые изменения на сайте зачастую выполняет техническая поддержка заказчика.

В случае если техническая поддержка недостаточно квалифицирована, могут возникнуть существенные проблемы с продвижением сайта в поисковых системах, вплоть до полного провала проекта.

Следствие: тех поддержка заказчика должна быть грамотной и четко исполнять рекомендации специалистов по оптимизации.

Случаи из практики…

1. Техподдержка сайта одного из клиентов выполняла простейшие рекомендации 6 месяцев. Только через полгода, когда рекомендации так и не были выполнены, клиент отказался от этой техподдержки. Итог – полгода потерянного времени и нервов.

2. Техподдержка сайта написала 20 страниц своих комментариев к рекомендациям специалистов. Суть комментариев: рекомендации были выданы неверно. Через полтора месяца дебатов специалисты техподдержки признали нашу правоту.

2 Плохие коммуникации с заказчиком

Если заказчик просит провести комплекс работ по оптимизации сайта, но при этом не понимает, что ему придется постоянно контактировать с исполнителем и, мало того, прислушиваться к советам специалистов, то весь смысл работы теряется. Продвижение сайтов подразумевает, что заказчик должен находиться в постоянном контакте с исполнителем.

Следствие: заказчик и исполнитель должны общаться часто и на понятном друг-другу языке.

3 Невыполнение рекомендаций специалистов по продвижению

- Некоторые клиенты считают, что их сайты самые лучшие и никакие рекомендации им не нужны. От выполнения рекомендаций зависит как промежуточный показатель – рост видимости сайта в поисковых системах, так и конечный показатель – рост уровня продаж.
- Когда рекомендации или не выполняются вовсе или выполняются на 20-30 процентов, то это прямой путь к провалу проекта.

Следствия:

- заказчик должен читать рекомендации специалистов и прислушиваться к ним,
- в случае несогласия с рекомендациями – дискутировать и обсуждать альтернативные пути,
- в конечном итоге, рекомендации специалистов должны быть выполнены.

Случаи из практики…

1. Один клиент выразил свое недовольство тем, что, несмотря на неплохую посещаемость с поисковых машин, звонков и заявок с сайта практически нет. Был проведен аудит его менеджеров и аудит обработки заявок с сайта. Менеджеры обрабатывали звонки крайне некачественно, заявки через формы на сайты никем не обрабатывались. Клиенту было рекомендовано обучить менеджеров и наладить обработку заявок с сайтов. Рекомендации были проигнорированы. Количество продаж не выросло.

2. Одному клиенту было рекомендовано сменить хостинг на более надежный. Клиент проигнорировал рекомендацию. В результате клиент получил картину, когда половину месяца его сайт был на хороших позициях, а другую половину на плохих.

4 Некачественный хостинг

Хостинг является критическим звеном в успешности проектов по оптимизации.

Если сайт «висит» хотя бы несколько часов, то поисковые системы могут убрать его из своих БД и, как следствие, результат будет нулевым либо нестабильным.

Следствие: располагайте сайты на надежном хостинге

Случай из практики…

Клиент разместил сайт на серверах местного провайдера. 2 раза в неделю у провайдера отключали электричество на несколько часов и сайт был недоступен.

Результат – нестабильное положение сайта в поисковых системах, недовольство заказчика, игнорирование рекомендаций по смене хостинга и провал проекта.

5 Медлительность заказчика

В процессе работы идет постоянный обмен информацией
Обмен информацией должен идти оперативно.

В противном случае срываются сроки и падает мотивация
Исполнителя.

Следствия:

- **рекомендации должны внедряться оперативно**
- **согласования должны происходить не месяцами и не неделями.**

6 Неподготовленность заказчика

Заказчик часто бывает «не готов» к услуге: неправильные представления, недостаток информации, ложная информация об услуге.

Если компания берется за проект такого заказчика «как есть», то риск провала проекта возрастает.

Следствия:

- заказчика услуги нужно обучать и подробно разъяснять ему все вопросы, касающиеся услуги по продвижению сайтов.
- менеджеры по продажам должны быть обучены работе с клиентом. Компании, специализирующейся на поисковом продвижении полезно иметь руководство по продаже данной услуги, портфолио проектов, отзывы клиентов.

7 Потеря клиентов, пришедших на сайт

Высокие позиции и посещаемость еще не означают много продаж!

Должна быть хорошо отлажена система работы с клиентами, пришедшими с сайта: обработка звонков, заявок.

Следствия:

- ✔ в состав работ должны быть включены мероприятия, направленные на улучшение обслуживания посетителей сайта,
- ✔ заказчик должен понимать, что если посетитель его сайта не будет обслужен быстро и профессионально, то никакого роста доходов ждать не стоит.

Случаи из практики…

На сайт, посвященный отдыху в Подмосковье, за месяц до нового года позвонил клиент с просьбой посоветовать ему отдых в коттедже на группу в 10 человек.

Менеджер, принимающий звонки, выдал клиенту только 2 варианта отдыха, причем клиенту пришлось вытягивать из менеджера всю дополнительную информацию.
Менеджер отвечала на вопросы крайне неохотно и не пыталась заинтересовать клиента.

Как следствие – клиент ничего не купил.

8 Нереальные цели, сроки, гарантии

- Проект по продвижению может провалиться из-за того, что поставлены слишком короткие сроки, слишком высокие цели и даны невыполнимые гарантии.
- Минимальный срок продвижения сайта не может быть меньше 3 месяцев. Вхождение сайта по 100% запросов в топ-10 всех поисковых систем на практике почти недостижимо т.к поисковые системы работают нестабильно. Гарантировать конкретные места невозможно по этой же причине.
- Исполнителю работ стоит заранее предупредить заказчика о массе тонкостей, связанных со сроками, целями и гарантиями, чтобы спустя некоторое время не наступило разочарование и, как следствие, разрыв отношений.

Следствия:

- в процессе переговоров должны быть согласованы выполнимые цели, сроки и гарантии,
- заказчик должен понимать, чего может и чего не может обещать оптимизатор.

9 Несоответствие бюджетов поставленным задачам

Невозможно заплатить 200 долларов и оказаться в топах поисковых систем по большому количеству конкурентных запросов. Желание заказчика заплатить как можно меньше вполне понятно, но это не повод для жадности. Бюджеты должны соответствовать поставленным целям.

Если заказчик ожидает от исполнителя, что тот продвинет его сайт в топ-10 по запросу «кондиционеры» за 200 долларов и исполнитель берется за такую работу, то проект провалится.

Следствия:

- ✔ сложные задачи должны соответственно оплачиваться.
- ✔ качественное продвижение сайта в поисковых системах не может стоить 200 долларов.
- ✔ в зависимости от целей и возможностей заказчика можно подобрать решения стоимостью от 300 до нескольких тысяч долларов в месяц

10 Действия поисковых систем

- Поисковые системы постоянно меняют алгоритмы выдачи документов.
- Если цель поискового продвижения – только выход в топ-10 по нескольким запросам, то такой проект может провалиться по причине изменения алгоритмов поисковых систем.
- Если же кроме выхода в топ-10 ставятся и иные цели и, как следствие, идет большая работа с самим сайтом (юзабилити, контент, хтмл-код), то такой сайт менее зависим от действия поисковых систем т.к интересные, понятные посетителю и информативные сайты будут интересны всегда и всегда будут продавать.

Следствия:

- поисковые системы одним «взмахом волшебной палочки» могут перечеркнуть все усилия по выходу сайта в топ-10.
- если не зацикливаться на высоких позициях по нескольким «жирным» запросам, а комплексно подходить к проблеме продвижения, то действия поисковых систем могут не так пагубно влиять на результат.

11 Изменения на сайтах, не согласованные со специалистами по продвижению

Любые изменения на сайте критичны: тексты, код, структура.

Очень часто клиенты производят изменения без согласования.

Как результат – потери позиций, посещаемости, времени.

Специалист по продвижению не может уследить за 100% изменений, несмотря на регулярный мониторинг сайта

Следствия:

- для достижения хороших результатов все изменения на сайте должны быть сначала согласованы со специалистами по продвижению,
- необходимость такого согласования должна быть разъяснена заказчику.

Случай из практики…

Клиент удалил с сайта большинство страниц, которые продвигались по приоритетным запросам. Менеджер проекта вовремя заметил отсутствие страниц, и через несколько дней все они были восстановлены. Как результат – потери времени и потери мест по ряду запросов.

Яндекс заметил отсутствие страниц раньше, чем менеджер.

Резюмируя…

- Успех продвижения того или иного сайта зависит и от компании, предоставляющей услуги, и от действия и понимания специфики услуги заказчиком.
- Даже если за дело берутся супер профессионалы, но заказчик не понимает отдельных моментов, проект может оказаться провальным.
- Вместе с тем, заказчик услуг не может знать множества тонкостей и зачастую обладает своим пониманием. Причем часто его понимание очень сильно отличается от реалий.
- Заказчика нужно обучать специфике данной услуги, и делать это должны специалисты компании через консультации, презентации и иные информационные материалы (портфолио, отзывы и др).