

# Сравнение цен на ПОИСКОВУЮ ОПТИМИЗАЦИЮ

---

Как правильно гоняться за  
дешевизной

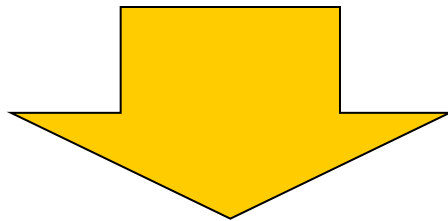
Игорь Истомина

**ПРОМОСИЛА**

# Постановка задачи

---

- Найти поставщика услуги с самой низкой ценой
- Уложиться в бюджет



- Минимизировать затраты
- Максимизировать эффект

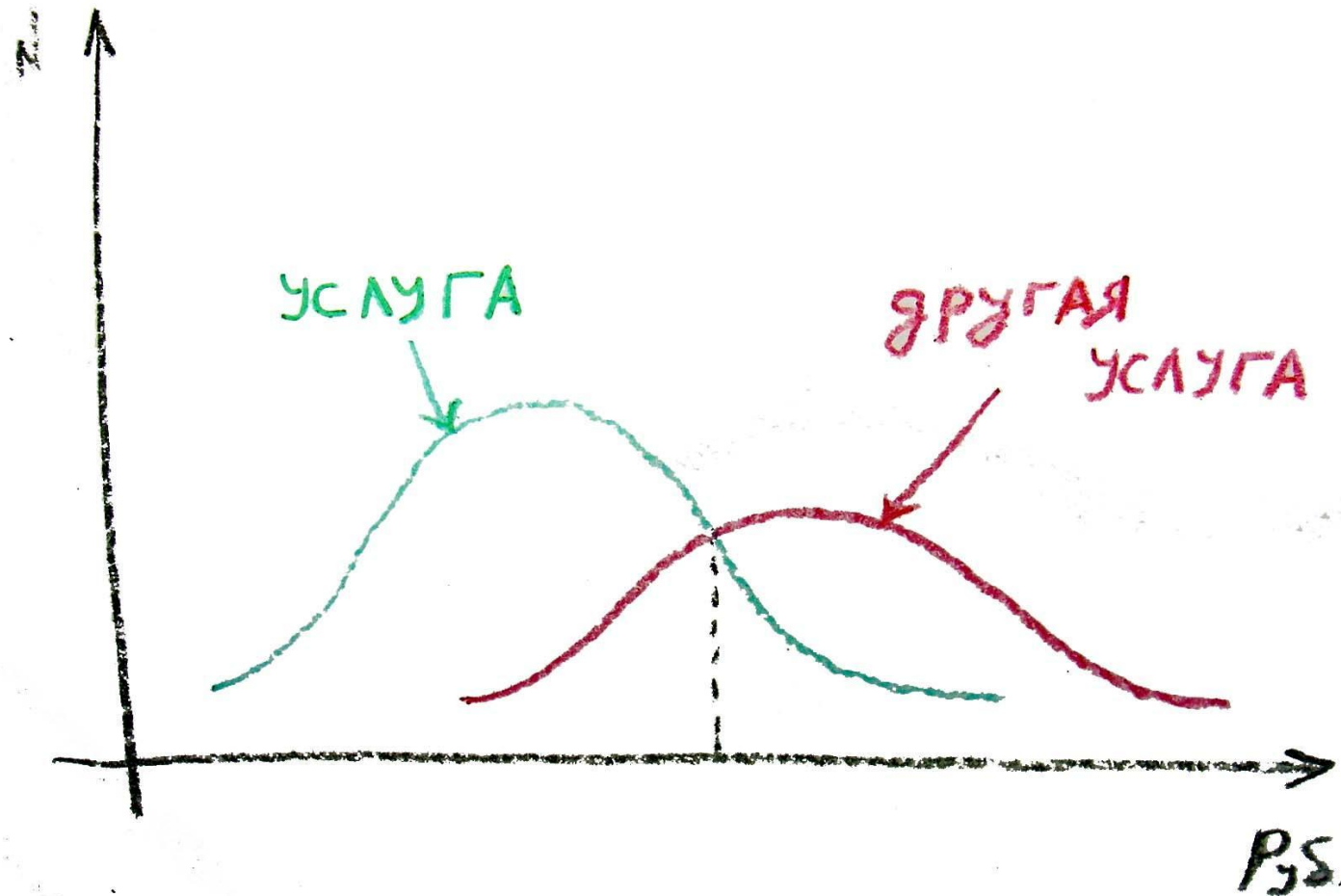
# Сложности сравнения

---

- Разный состав услуг
- Разная терминология
- Разные модели ценообразования

# Маленькая цена – другая услуга

---



# Состав услуг

---

- Какую задачу решаем?
- Кто корректирует сайт?
- Объем услуг в количественных единицах
- Дополнительные расходы

# Терминология

---

Что такое

«лингвистическое ядро сайта»

«техническая оптимизация страниц»

«повышение релевантности контента»

«оптимальный ссылочный бюджет»

«средневзвешенное место в выдаче»

И т.п.

# Модели ценообразования

---

- Стоимостная модель – клиент «делится» прибылью
- Гонорары – почасовая оплата
- Индикаторная модель – оплата за места, за клики и т.п.

# Структура цены на seo-услуги

---

- Зарплаты
- Офисные расходы (аренда, инфраструктура и т.п.)
- Налоги
- «Покупка ссылок»
- Прибыль



# Экспресс-тест на «серьёзность»

---

- Налоги?
- Прибыль?
- Адекватность сметы?

# Прибыль – без неё конец

---

- Обучение
- Исследования
- Мотивация специалистов
- Стабильность seo-компании

# Выводы

---

- Мало сравнивать цены, надо сравнивать услуги
- Услуги сравнивать сложно, но можно
- Самое дешевое не всегда дешево обходится