



Привлечение поискового трафика

Виталий ШАПОВАЛ, начальник отдела трафика, Корпорация РБС



Привлечение поискового трафика





Переориентация целей на трафиковое продвижение

	Традиционный подход	Трафиковое продвижение
Первичная цель	Достижение позиций	Привлечение целевого трафика, повышение его конверсии
Запросы	Узкое семантическое ядро: ограниченное количество ВЧ и СЧ запросов	Широкое семантическое поле: охват как можно большего количества целевых запросов тематики (в т.ч. «длинный хвост» НЧ запросов)



Переориентация целей на трафиковое продвижение

	Традиционный подход	Трафиковое продвижение
Внутренняя оптимизация	Оптимизация ограниченного числа страниц, продвигаемых по запросам семантического ядра	Оптимизация максимально возможного числа информативных страниц сайта, внутренней ссылочной структуры
Обратная связь	Не анализируется	Изучение поведения пользователей на сайте, конверсии запросов
Устойчивость к изменению алгоритмов	Низкая	Высокая



Количество привлекаемого трафика

- Охват поисковых запросов
- Частотность запросов (с поправкой на накрутки, автоматические запросы, сезонность, событийность и т.п.)
- Занимаемые позиции
- Привлекательность сниппетов



Качество привлекаемого трафика

- Соответствие запросов целям бизнеса
- Соответствие содержимого целевой страницы запросу
- Соответствие сниппетов содержимому целевой страницы
- География пользователей



Цели и задачи трафикового продвижения

Цель:

Привлечение целевого поискового трафика.

Задачи:

- Удовлетворение спроса
(продажа товаров и услуг, предоставление информации)
- Формирование спроса



Целевой трафик

Высокая доля пользователей, совершающих требуемые целевые действия.

Виды целевых действий:

- Приобретение товаров и услуг
- Потребление контента (информации):
 - Просмотры страниц
 - Регистрации на сайте
 - Вовлечение в постоянную аудиторию



Типы кампаний продвижения

- Долгосрочные кампании
(постоянный спрос)
- Сезонные кампании
(периодический пиковый спрос)
- Событийные кампании
(разовый спрос)



Задачи продвижения

1. **Привлечение целевого трафика.**
2. Привлечение тематического трафика.
3. Обеспечение статусных позиций.



Трафиковый SEO-продукт

1. Внешние системы статистики.
2. Итог = Всего с поиска – база – стоп-слова.
3. Обратная зависимость стоимости от количества.



Подходы к продвижению

Технический оптимум:

1. Привести сайт к состоянию готовности приема трафика.
2. Нарастить релевантность в эффективных поисковых зонах.

Маркетинговые требования:

1. Попасть в область внимания целевой аудитории.
2. Создать дополнительную ценность контенту сайта.



Стадии продвижения

1. Оценка возможности продвижения.
2. Прогноз трафика.
3. Заключение договора.
4. Разработка проекта.
5. Технический аудит.
6. Оптимизация внутренних факторов
7. Внешнее продвижение.
8. Анализ результатов.



Прогнозы трафика

- Популярность и конкурентность тематики
- Наличие и необходимость наращивания контента
- Анализ требований клиента
- Возможные риски (трастовые факторы сайта, санкции поисковых систем и т.п.)
- И т.п.



Кластеризация запросов

Группировки – категории, бренды, модели:

1. Стиральные машины.
2. Фронтальные стиральные машины.
3. Фронтальные стиральные машины Ardo.
4. Фронтальные стиральные машины Ardo FLZ 105 L.



Сбор словаря запросов

Скрупулезность сбора словаря запросов определяет количество и качество трафика.

Запросы собираются на основании анализа предметной области, информации на сайте, а также у клиента запрашиваются списки его актуальной номенклатуры.

Запросы группируются по их типам.



Точки входа

Главная страница

“бытовая техника”, “электроинструменты”

Категории

“стиральные машины”, “купить стиральную машину”

Бренды

“samsung”, “sony”, “apart”

Категория+бренд

“стиральные машины Bosch”

“купить стиральную машину Bosch”

Карточки

“bosch kgs 39 x48”, “холодильник bosch kgs 39x48”

“купить bosch kgs 39 x48”



Взаимодействие с клиентом

Принципы:

1. Доверие и взаимопонимание.
2. Регулярный обмен и обсуждение планов.



Взаимодействие с клиентом

1. Нарращивание контента.

2. Рост цитирования:

- Размещение в популярных каталогах
- Мониторинг и активность в блогосфере
- Линкбайтинг, вирусный контент и т.п.



2010 - год трафика в SEO

Корпорация РБС

Мы не единственные, но мы лучшие
по многим направлениям интернет-маркетинга в России.

bdbd.ru – раскрутка и продвижение сайтов

mediaguru.ru – контекстная и медийная реклама

webprofy.ru – дизайн и создание сайтов

webvisor.ru – анализ посетителей сайта трафика

corp guru.ru – связь, игры, автомобили

rbsnetwork.ru – партнерская программа

allintop.ru – корпоративное обучение

miralinks.ru – биржа размещения статей

webeffector.ru – агрегатор методов
привлечения

indexoid.ru – биржа ссылок



Спасибо за внимание!

Виталий Шаповал, начальник отдела
трафика, Корпорация РБС

Корпорация РБС

115191, Россия, Москва,

ул. Б. Тульская, д. 13, 4-й этаж ТЦ «Ереван Плаза»

Телефон: (495) 772-97-91 (многоканальный)

ICQ-консультант: 377-169-437, <http://rbsgroup.ru>

<http://bdbd.ru>

<http://webprofy.ru>

<http://rbsnetwork.ru>

<http://bdbd.ru/conversion>

<http://mediaguru.ru>

<http://webvisor.ru>

<http://allintop.ru>

<http://indexoid.ru>

<http://corp guru.ru>

<http://miralinks.ru>

<http://webeffector.ru>