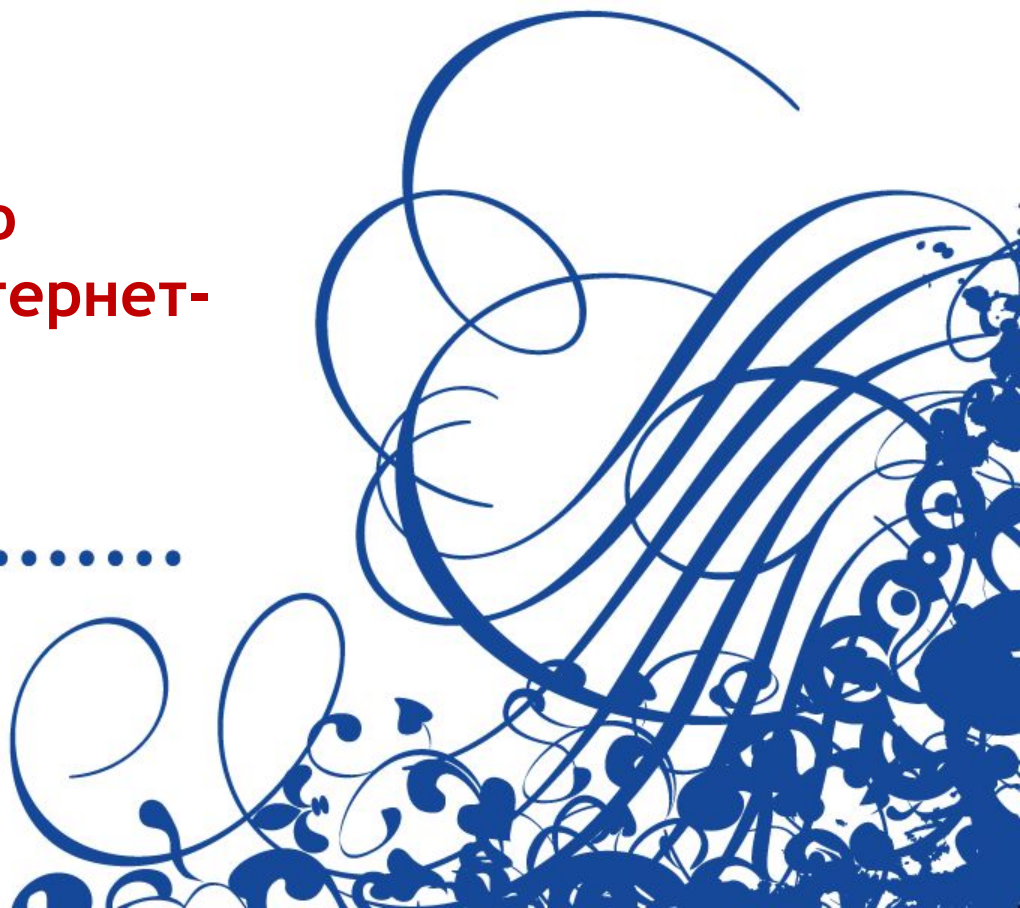




## Привлечение продающего поискового трафика в интернет- магазины

На примере трафикового SEO

---



# Интернет-магазины



Типы сайтов – магазины, витрины.

Модель монетизации – продающие целевые действия (звонки, заказы, продажи).

Цель продвижения - привлечение поискового трафика с высокой конверсионностью.

# 0 трафиковом SEO



1. Учет внешними системами статистики
2. Итог = Общий трафик - база - стоп-слова
3. Стоимость переходов регрессивно зависит от количества трафика

# 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.



# Концепции SEO-продвижения

## Техническая модель

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

## Маркетинговая модель

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

# 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.

# Схема привлечения трафика



# Конверсия



- Выбор запросов.
- Релевантность точек входа.
- Высокая видимость.
- Привлекательность сниппетов.
- Вовлечение в целевые действия в точках входа.





# Типовые точки входа

**Главная страница** – общие запросы

*“бытовая техника”, “электроинструменты”, “детские товары”*

**Категории** – “категории”, “категории+признаки”

*“стиральные машины”, “купить стиральную машину”*

**Бренды** – названия торговых марок

*“samsung”, “sony”, “apart”*

**Категория+бренд** – “категория+бренд”,  
“категория+бренд+признаки”

*“стиральные машины Bosch”, “купить стиральную машину Bosch”*

**Карточки** – “бренд+модель”, “категория+бренд+модель”,  
“бренд+модель+транзакционные признаки”

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

# Структура сайта



Оптимальна глубокая сегментация по категориям и брендам:

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

# Сбор словаря запросов



**Скруплезность 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.

# Сбор словаря запросов



1. Частотные запросы из поисковой статистики.

2. Генерация ключевых словосочетаний:

На основании анализа конструкций типовых запросов выстраиваются гипотезы о паттернах и масках запросов:

- Модель.
- Бренд + модель.
- Бренд + модель + признаки  
(купить/продажа/цена/стоимость/интернет-магазин).

В зависимости от контекста, а также при необходимости роста трафика используются информационные маски:

- Бренд + модель + признаки  
(обзоры/тесты/отзывы/характеристики/фото/форум).

# Взаимодействие с клиентом



## Принципы:

- Доверие и взаимопонимание.
- Регулярный обмен и обсуждение планов.

# Взаимодействие с клиентом



1. Нарращивание контента.
2. Нарращивание цитирования:
  - Размещение в популярных каталогах (крупные каталоги, ведущие рейтинги, Wiki, справочники).
  - Размещение в социалках информации о компании и ее продуктах.
  - Мониторинг упоминаний брендов и товаров в блогосфере и основном поиске.
  - Линкбайтинг, размещение вирусного контента.



# 2010 год - рост трафикового SEO

\*\*\*\*\*

## Успехов в бизнесе!

[www.bdbd.ru](http://www.bdbd.ru)