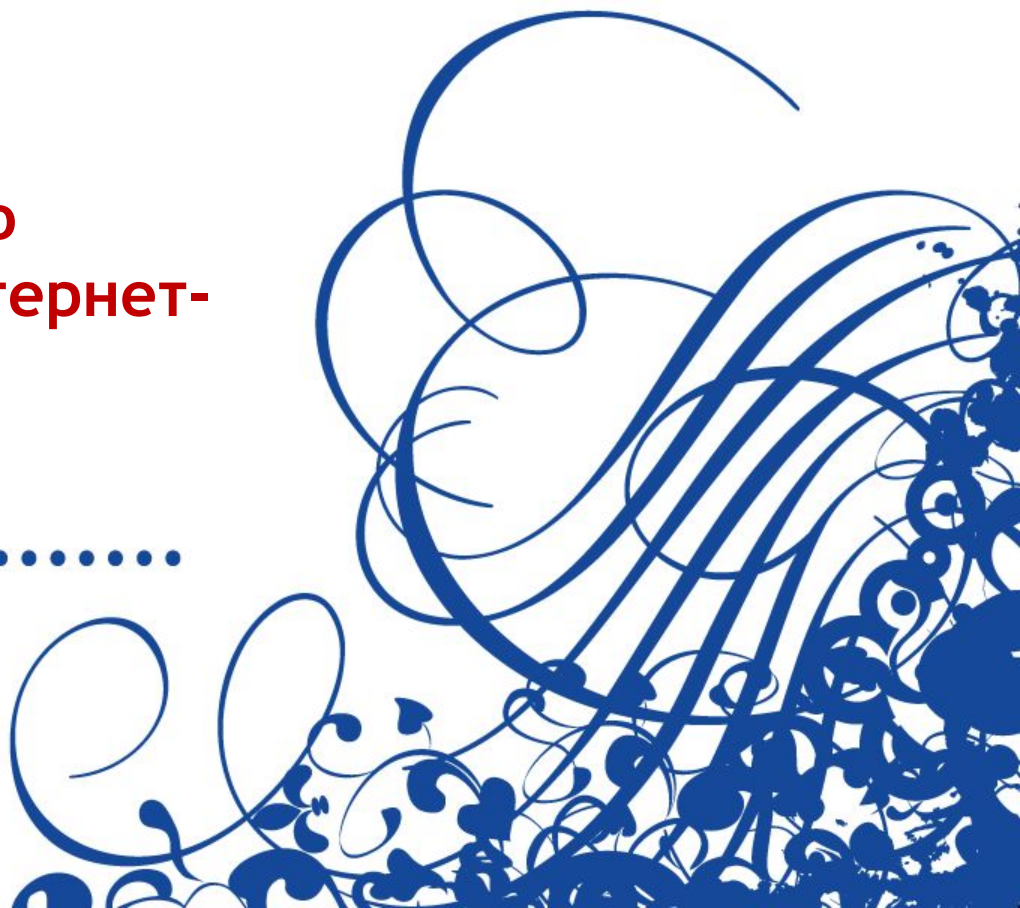




Привлечение продающего поискового трафика в интернет- магазины

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