КОРПОРАЦИЯ РБС

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.

©2008 Корпорация РБС

О трафиковом SEO

1. Учет внешними системами статистики

2. Итог = Общий трафик - база - стоп-слова

3. Стоимость переходов регрессивно зависит от количества трафика

©2008 Корпорация РБС

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.

©2008 Корпорация РБС

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.

©2008 Корпорация РБС

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.

©2008 Корпорация РБС

Схема привлечения трафика

©2008 Корпорация РБС

Конверсия

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

©2008 Корпорация РБС

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”

©2008 Корпорация РБС

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.

©2008 Корпорация РБС

Сбор словаря запросов

Скурпулезность 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.

©2008 Корпорация РБС

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).

©2008 Корпорация РБС

Взаимодействие с клиентом

Принципы:

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

©2008 Корпорация РБС

Взаимодействие с клиентом

1. Наращивание контента.
2. Наращивание 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.

©2008 Корпорация РБС

2010 год -
рост трафикового SEO

****

Успехов в бизнесе!

www.bdbd.ru

©2008 Корпорация РБС