

Информация о докладчике

ФИО: Севостьянов Иван Олегович

Должность: генеральный директор

Организация: ООО «ВебПроекты» (WebProjects.ru)

Сайт: WebProjects.ru

email: ivan@webprojects.ru

Телефон: (495) 918-56-72, 8-926-224-73-64

Scype: ivan_sevostianov

Рынок поисковой оптимизации - 2006 год

Структура доклада

Часть 1. Оценка объема рынка

Часть 2. Организации, предоставляющие услуги по оптимизации. Статистика

Часть 3. Частные лица, предоставляющие услуги по оптимизации. Статистика

Часть 4. Тенденции, проблемы, перспективы рынка.

Сколько игроков на рынке?

Игрок рынка – тот, кто зарабатывает деньги на продвижении сайтов

По нашим оценкам таких около 1000

Количество опрошенных

Прислано анкет: 275

Обработано анкет: 254

- 153 организации
- 101 частники (фрилансеры)

$\Sigma = 254$ респондента (~25% рынка)

Объем рынка SEO в 2006 году

Объем рынка – 70 млн. долл в год

Из них на платные методы уходит около
20 млн. долл в год

Как считали объем?

Исходные данные:

Средний годовой оборот компаний: 2 700 000 руб.

Средний годовой оборот частных лиц: 623 000 руб.

Количество организаций, принявших участие в опросе – 153

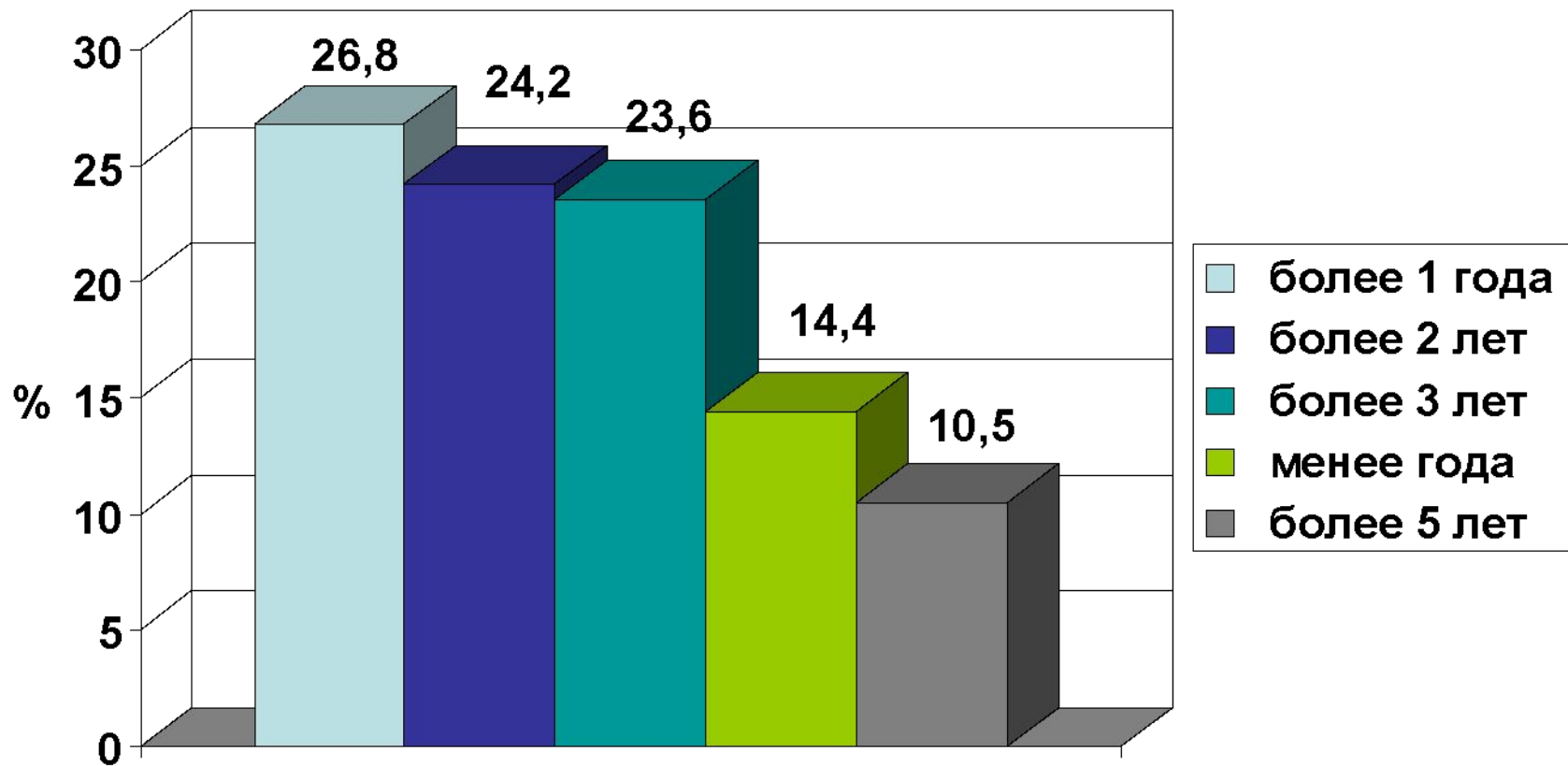
Количество частников, принявших участие в опросе – 101

Коэффициент 4 берется исходя из того, что объем рынка равен 1000 игроков, а опросить удалось четверть.

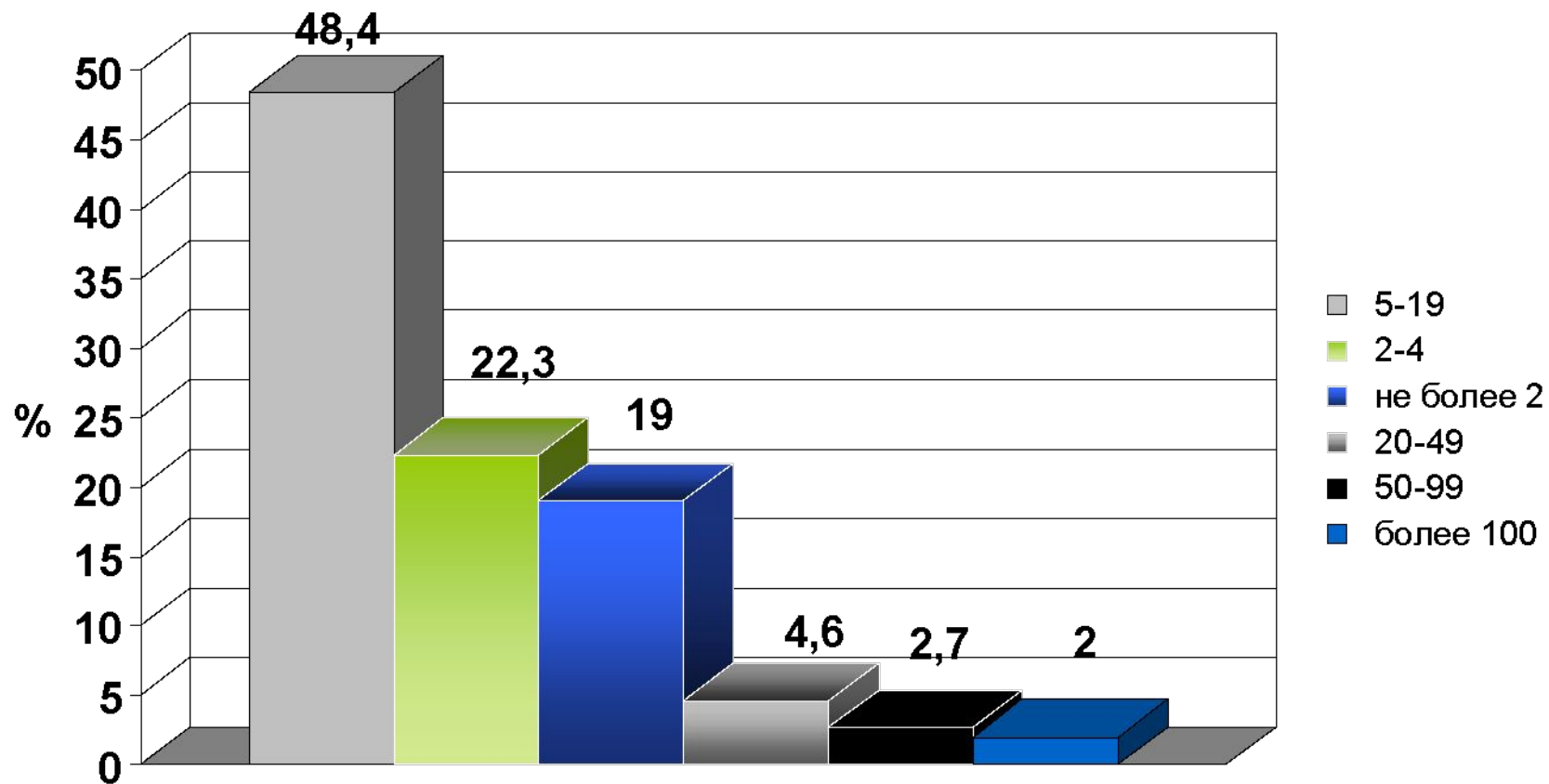
Объем рынка = $(2\,700\,000 * 153 + 623\,000 * 101) * 4 =$
1 882 492 000 руб. (около 70 млн. долл.)

**Организации,
предоставляющие услуги по
оптимизации**

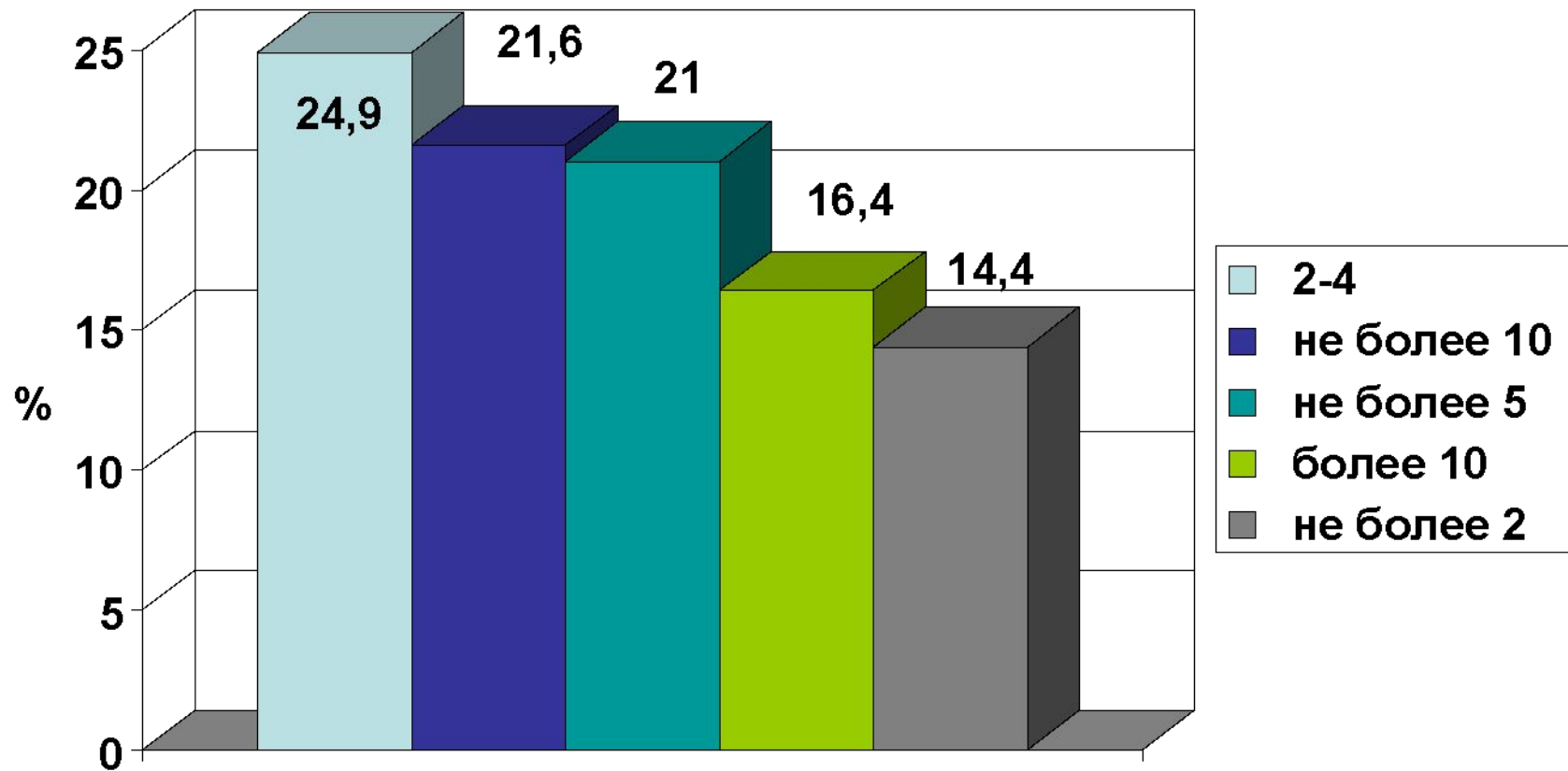
Опыт работы на рынке услуг



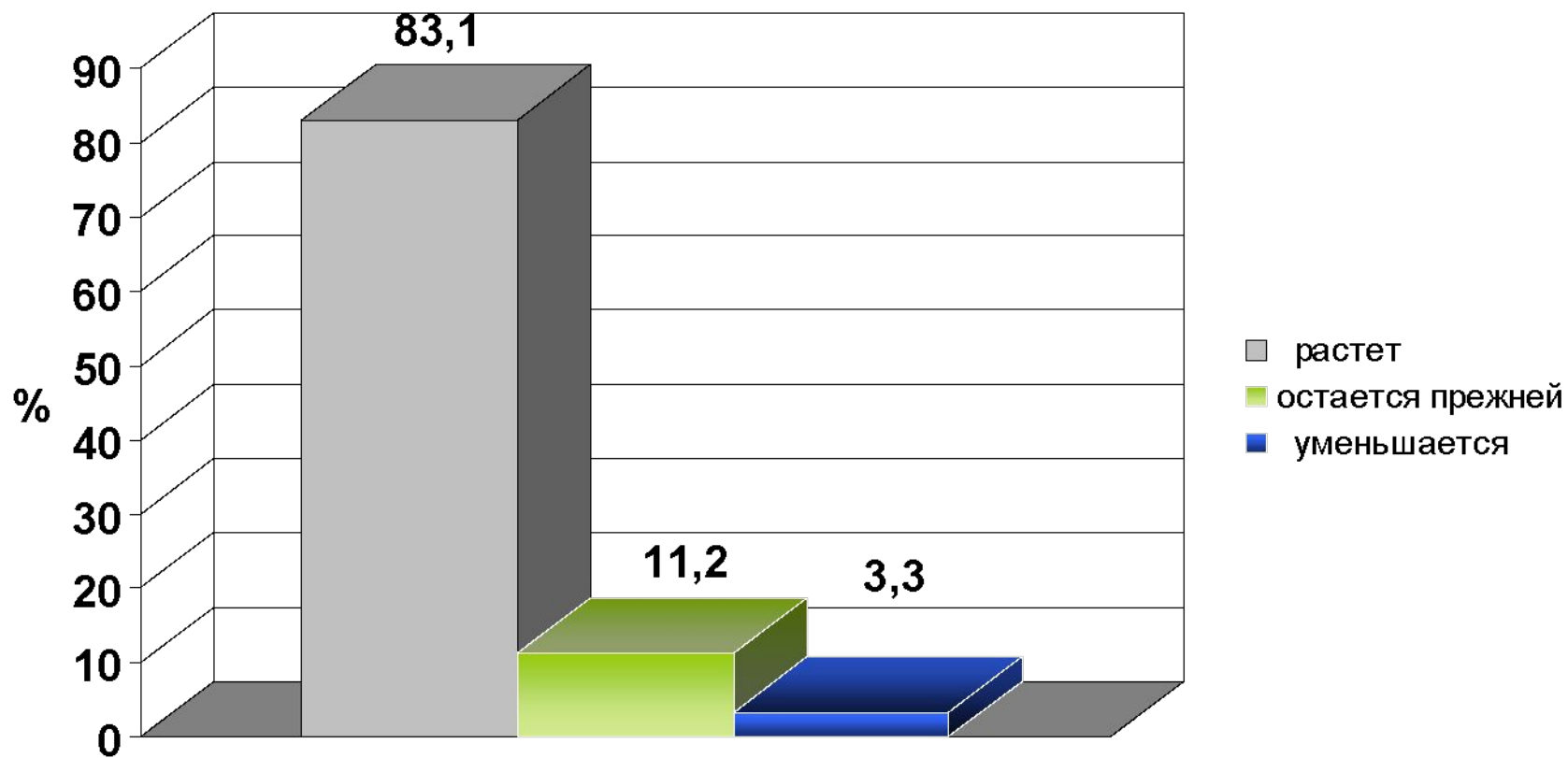
Количество сотрудников



Число проектов на 1 сотрудника



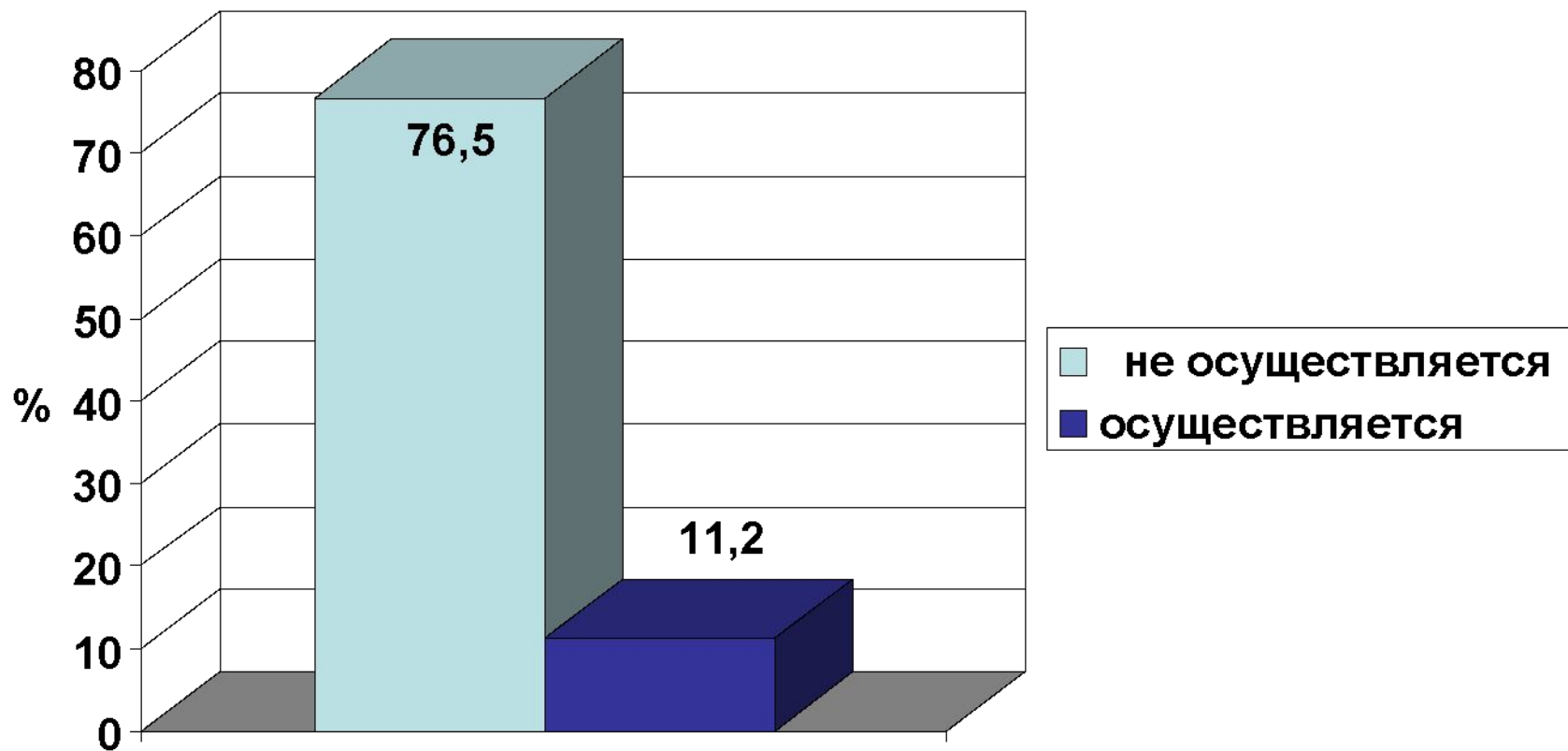
Конкуренция на рынке



Оценка уровня конкуренции организациями

- Рынок растет количественно, но не качественно;
- Количество профессионалов растет медленно;
- Количество фрилансеров растет быстро, но качество их услуг не удовлетворительное;

Распределение рисков в компании



Как диверсифицируются риски

- **Предоставление комплексных услуг;**
- **Предоставление услуг по контекстной рекламе, как более предсказуемых**
- **Увеличение цены контракта для страхования рисков;**
- **Четкое прописывание всех условий в Договоре;**
- **Предоставление гарантий в Договоре**

Годовой оборот компаний

Средний годовой оборот* – 100.000 у.е

Средний месячный оборот* – 8 300 у.е

* Данные по 53 компаниям, предоставившим информацию

Цена 1 проекта на продвижение

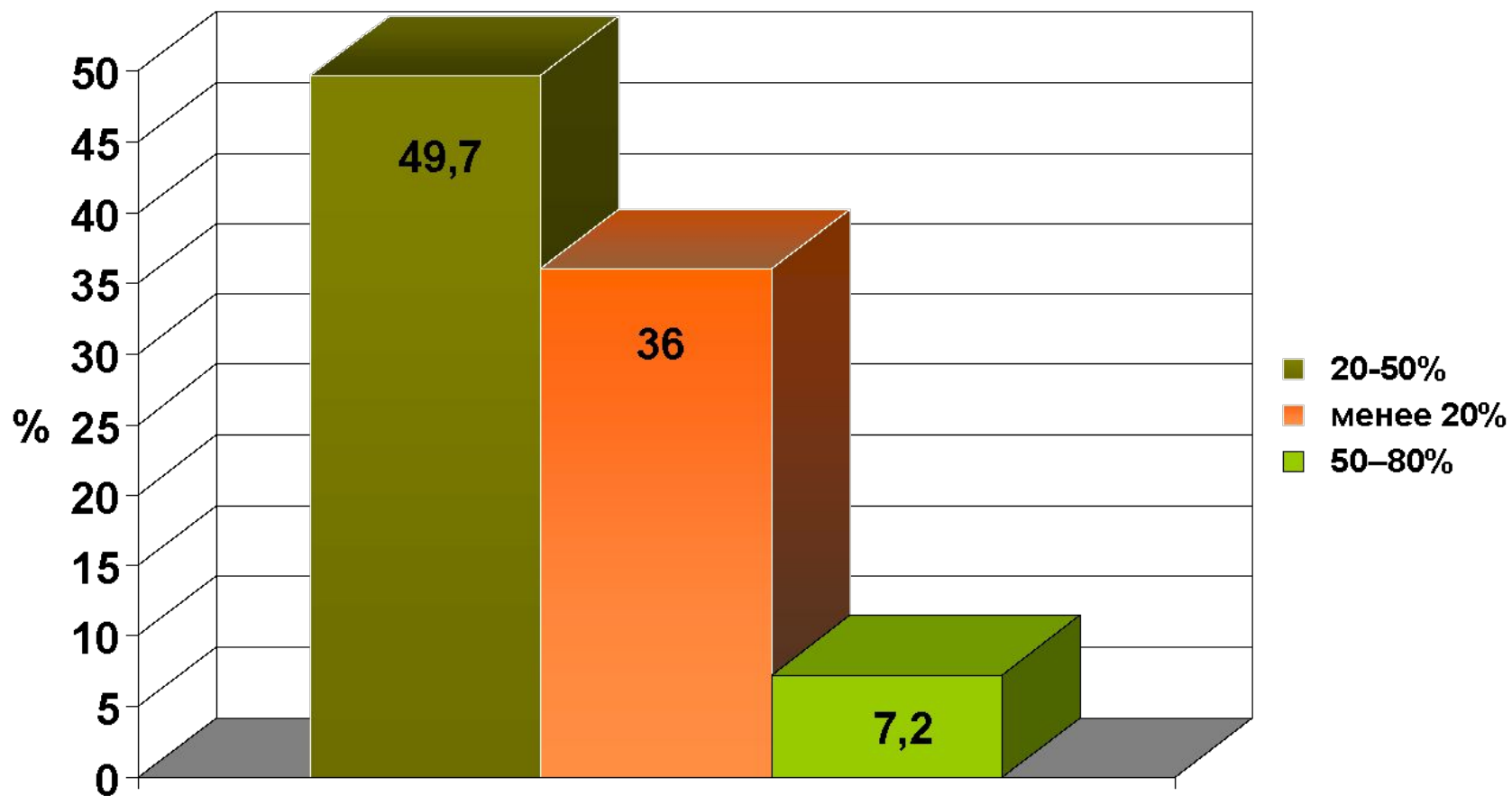
Средняя цена проекта* – 39 000 рублей

Максимальная цена* – 500 000 рублей

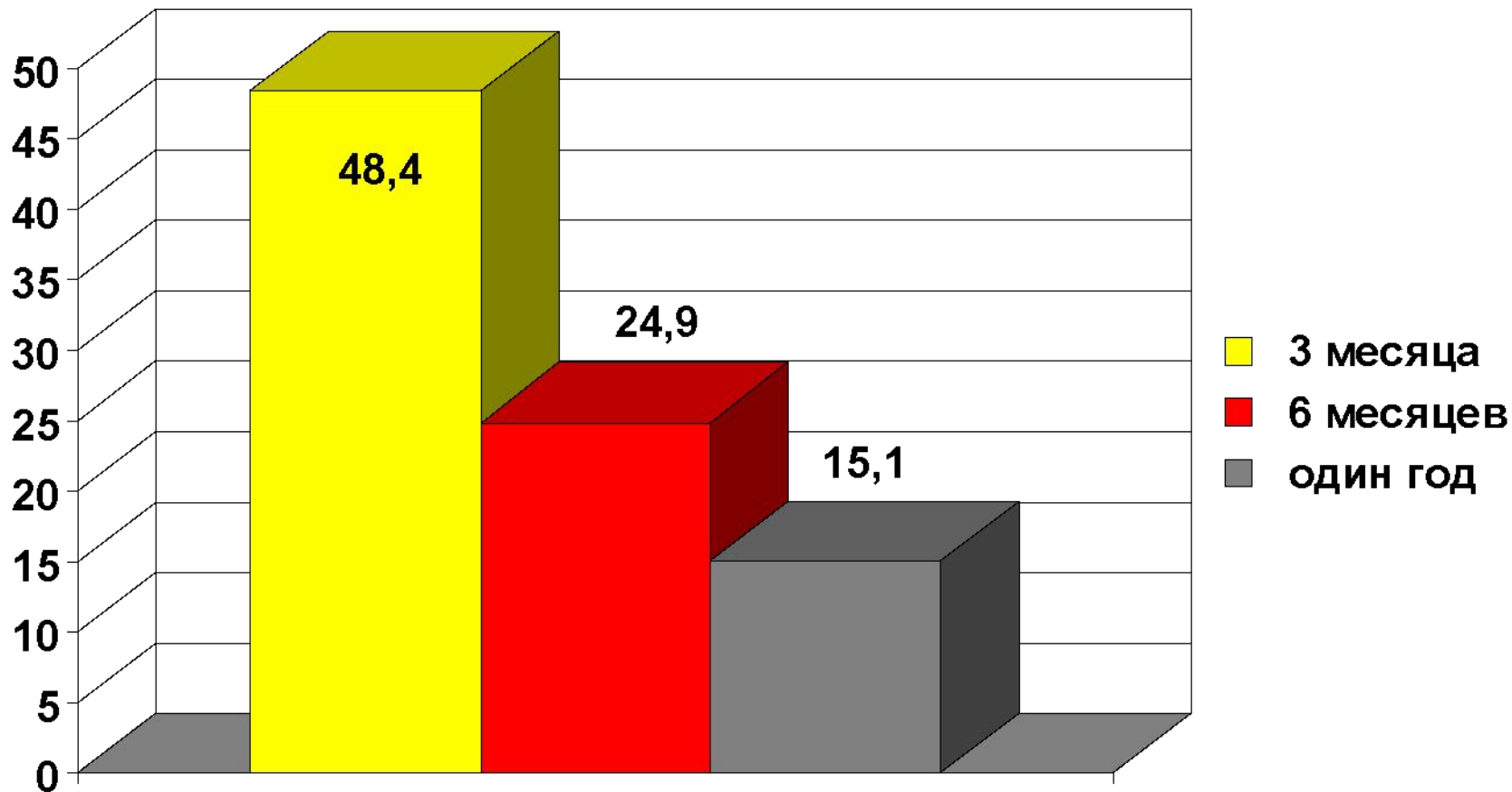
Минимальная цена* - 3 000 рублей

* Данные по 125 компаниям, предоставившим информацию

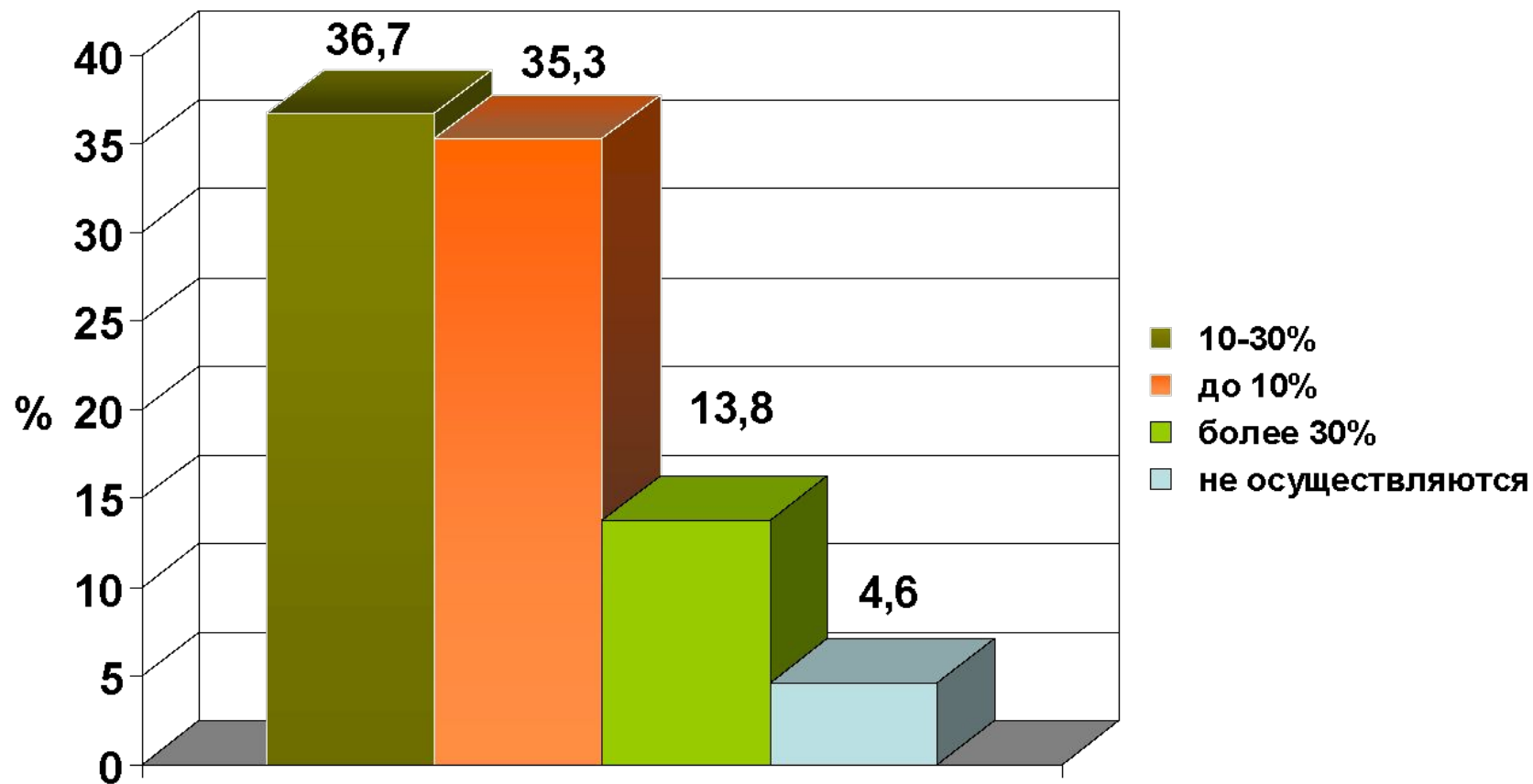
% средств, уходящий на оплату сторонних ресурсов



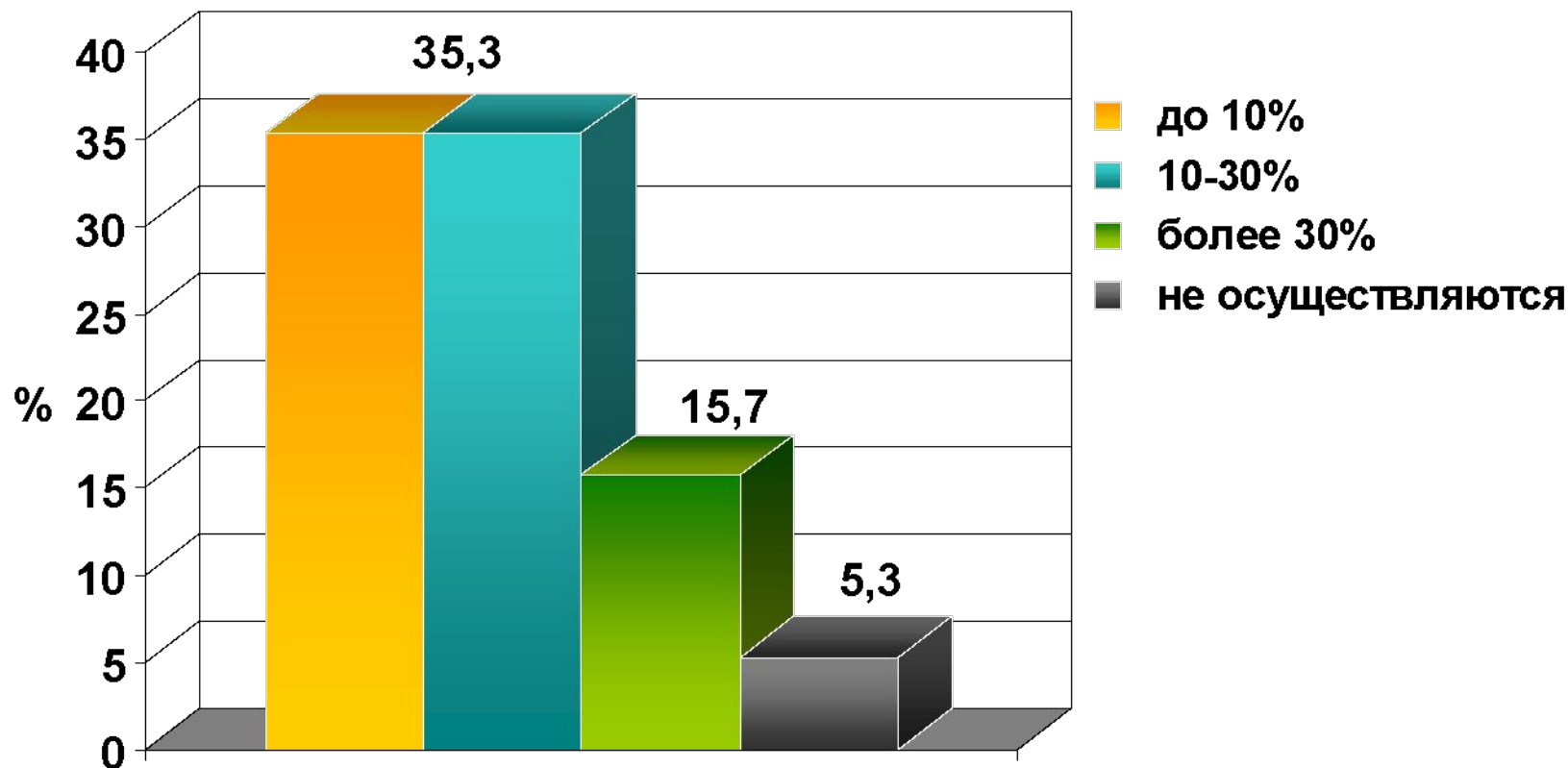
Минимальная продолжительность 1 контракта



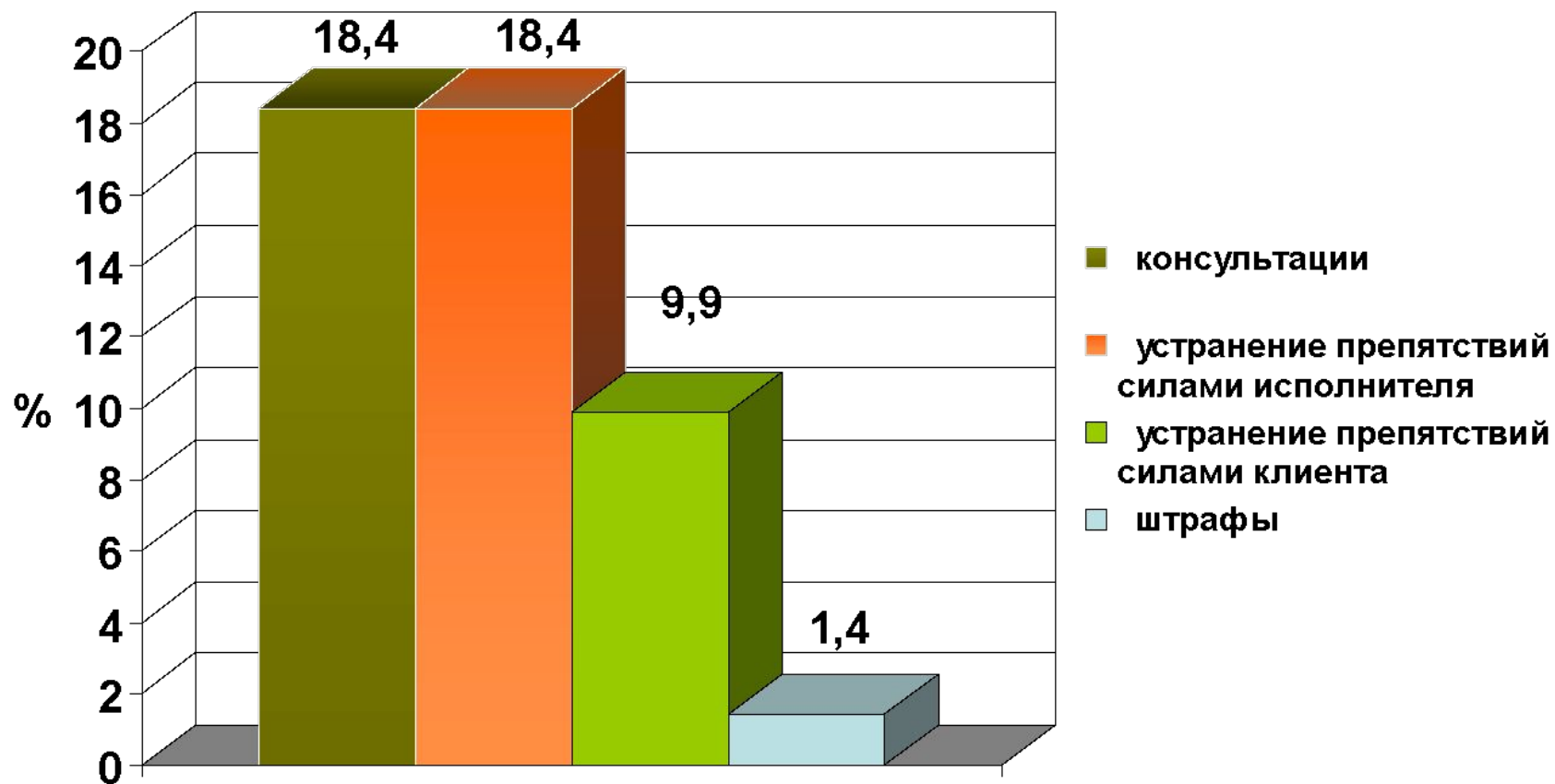
Вложение в новые технологии (в % от годового оборота)



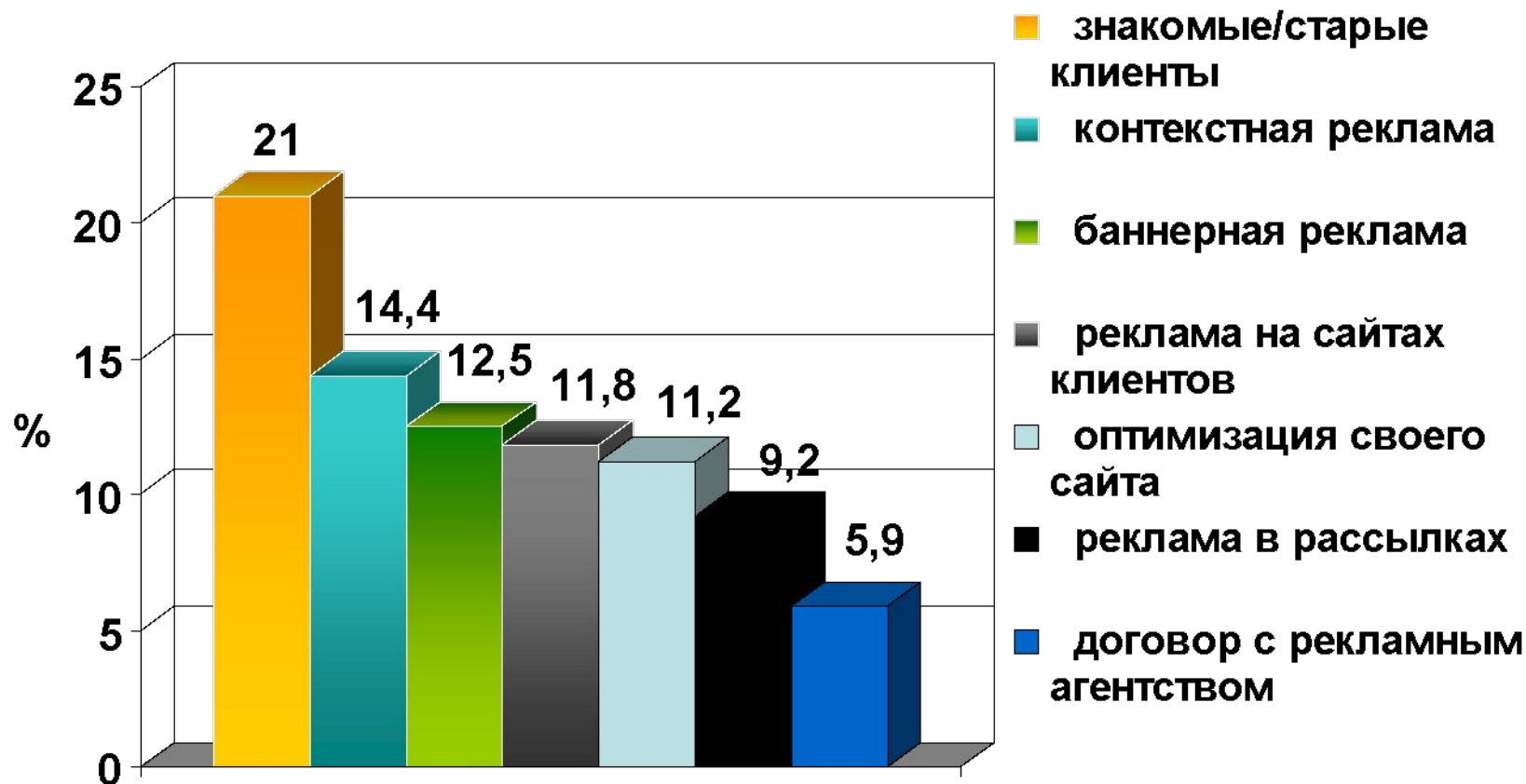
% от годового оборота на ведение собственных проектов



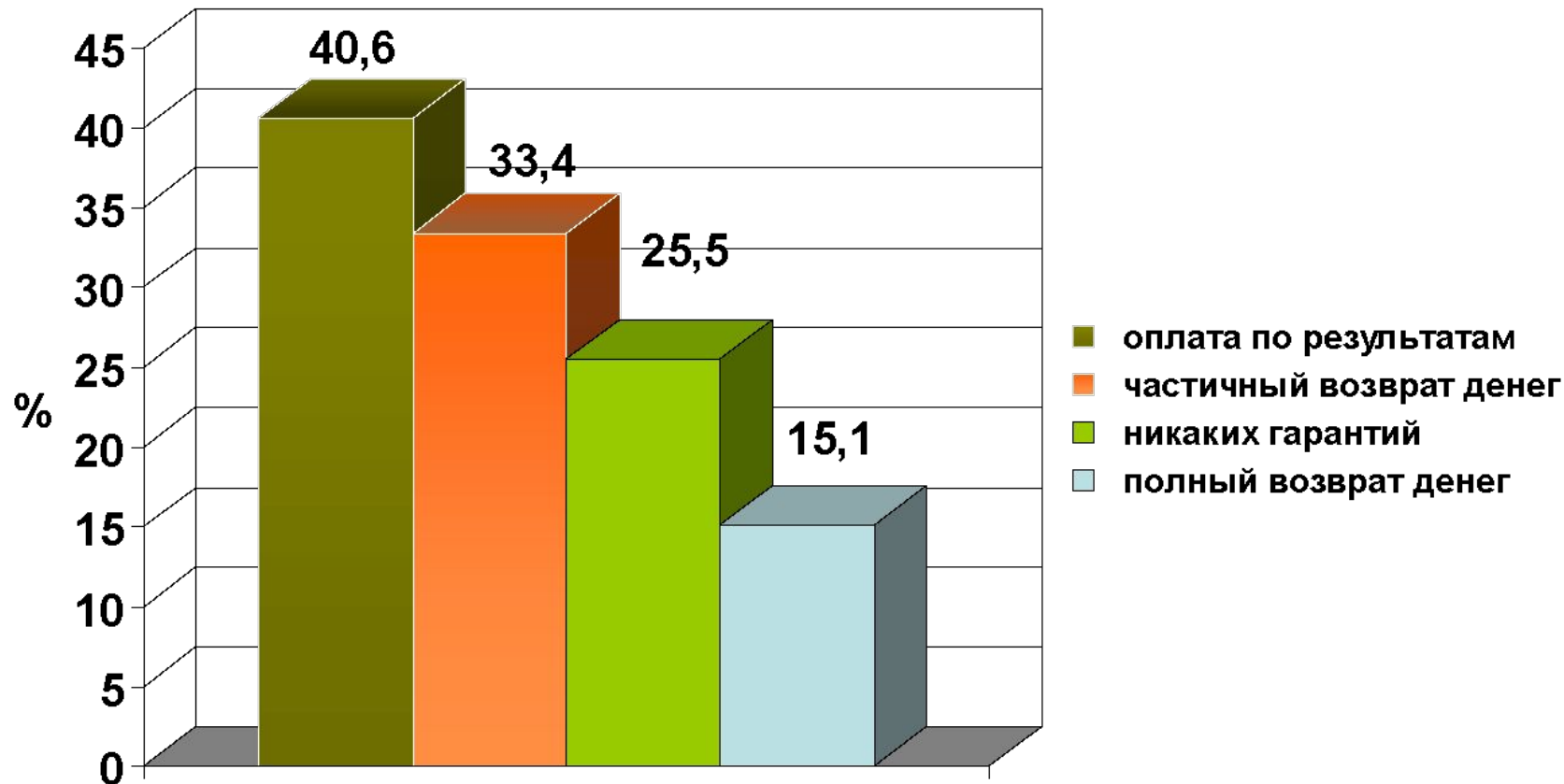
Способы решения проблем



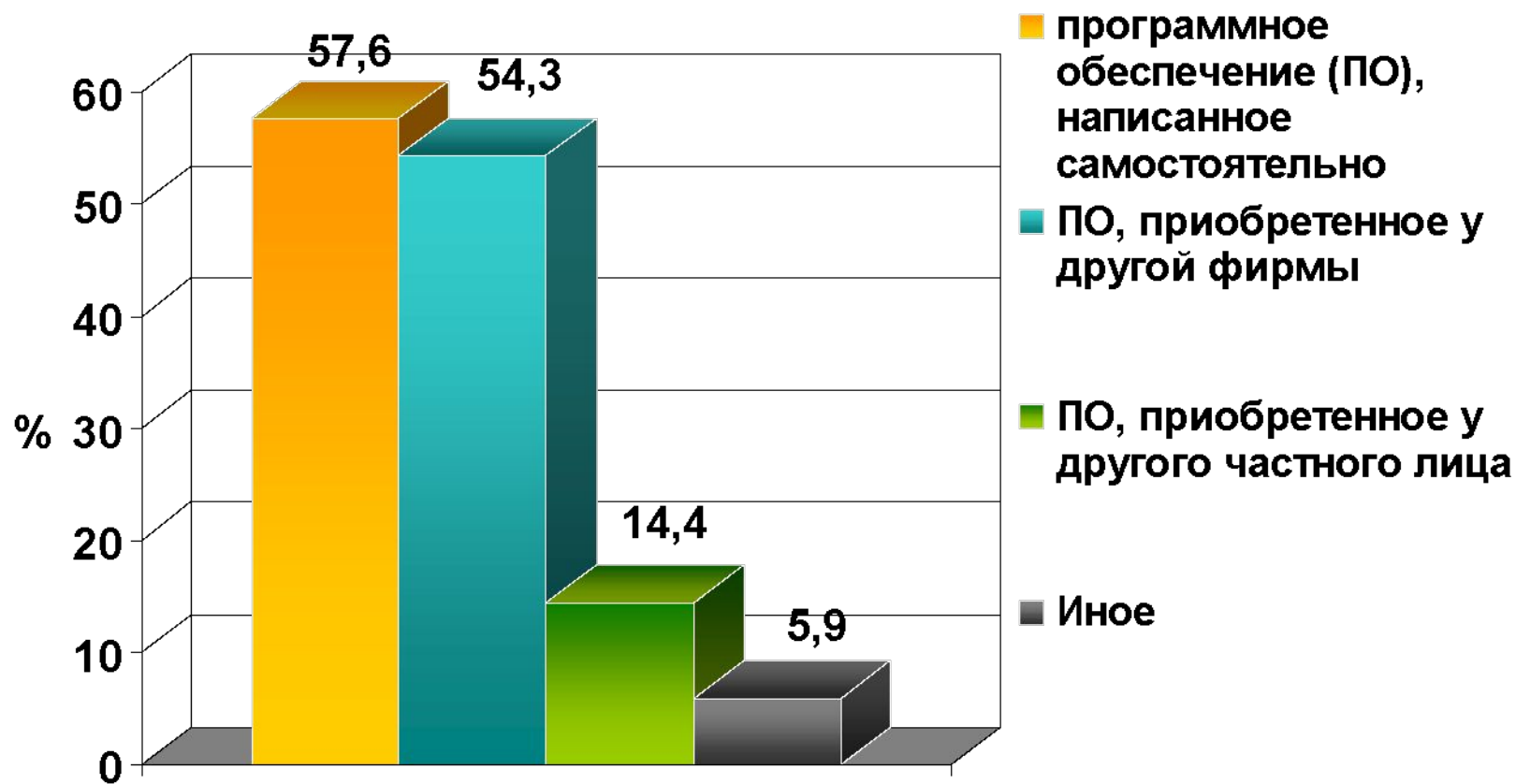
Способы привлечения клиентов



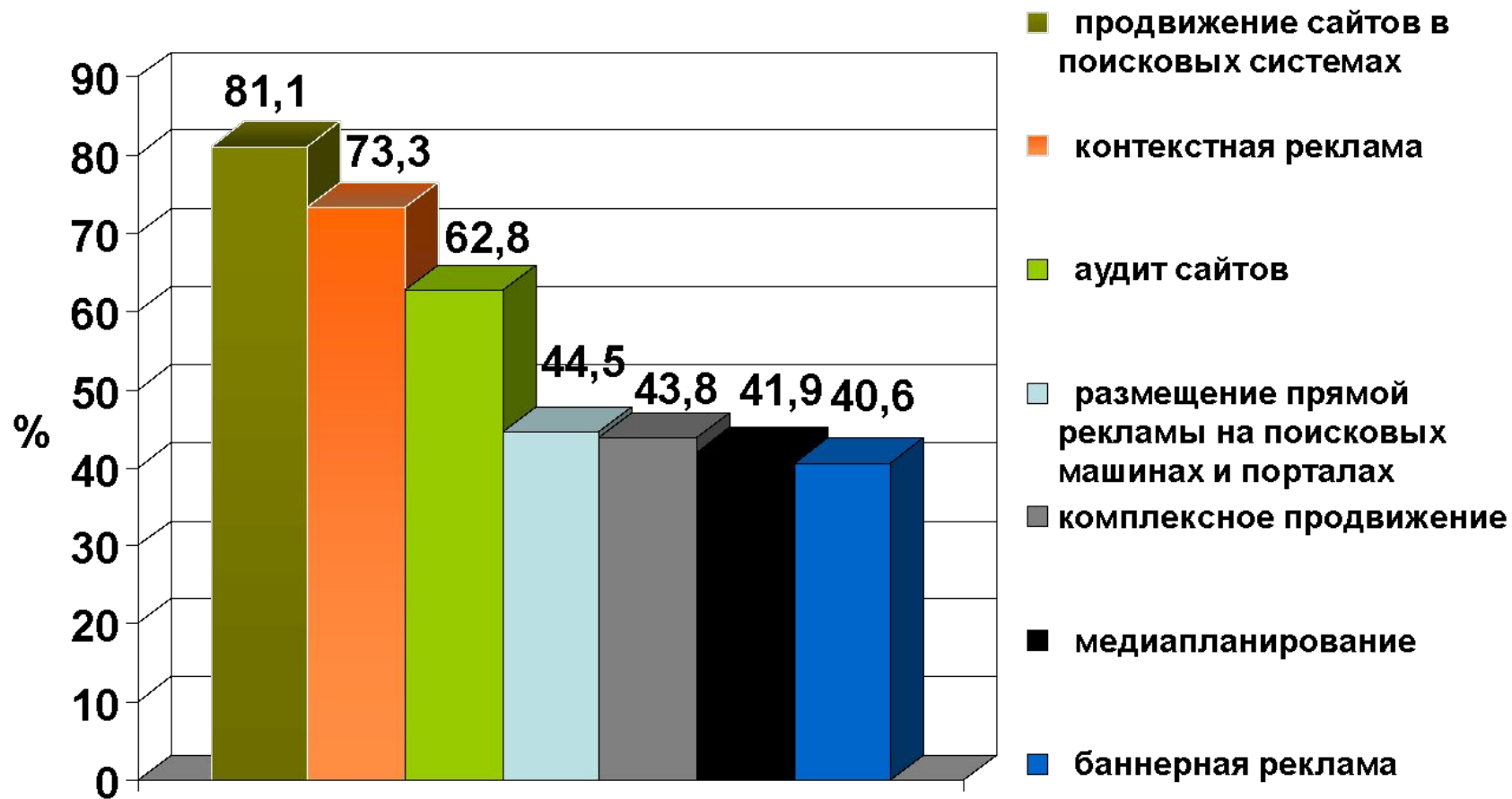
Гарантии клиентам



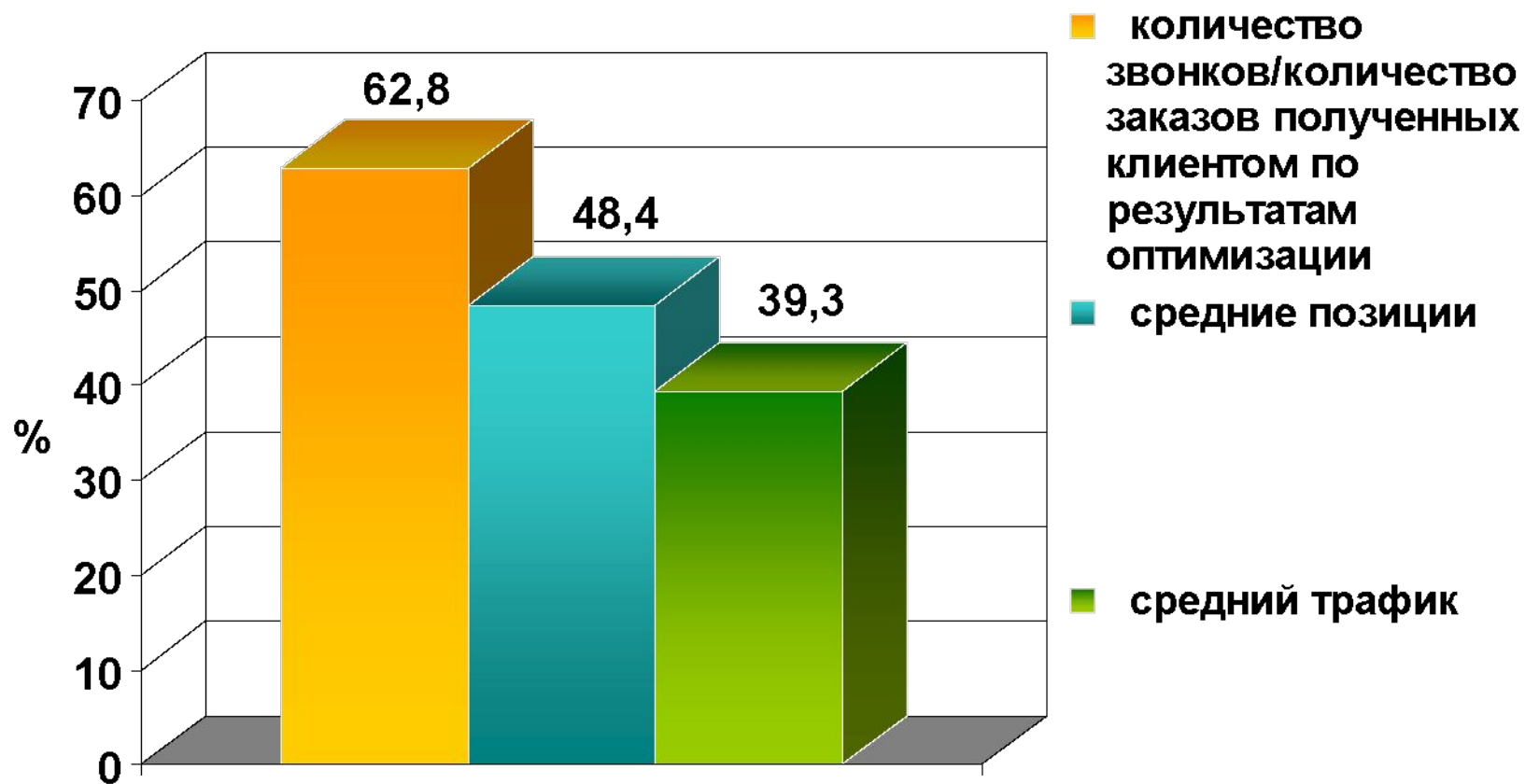
Использование ПО



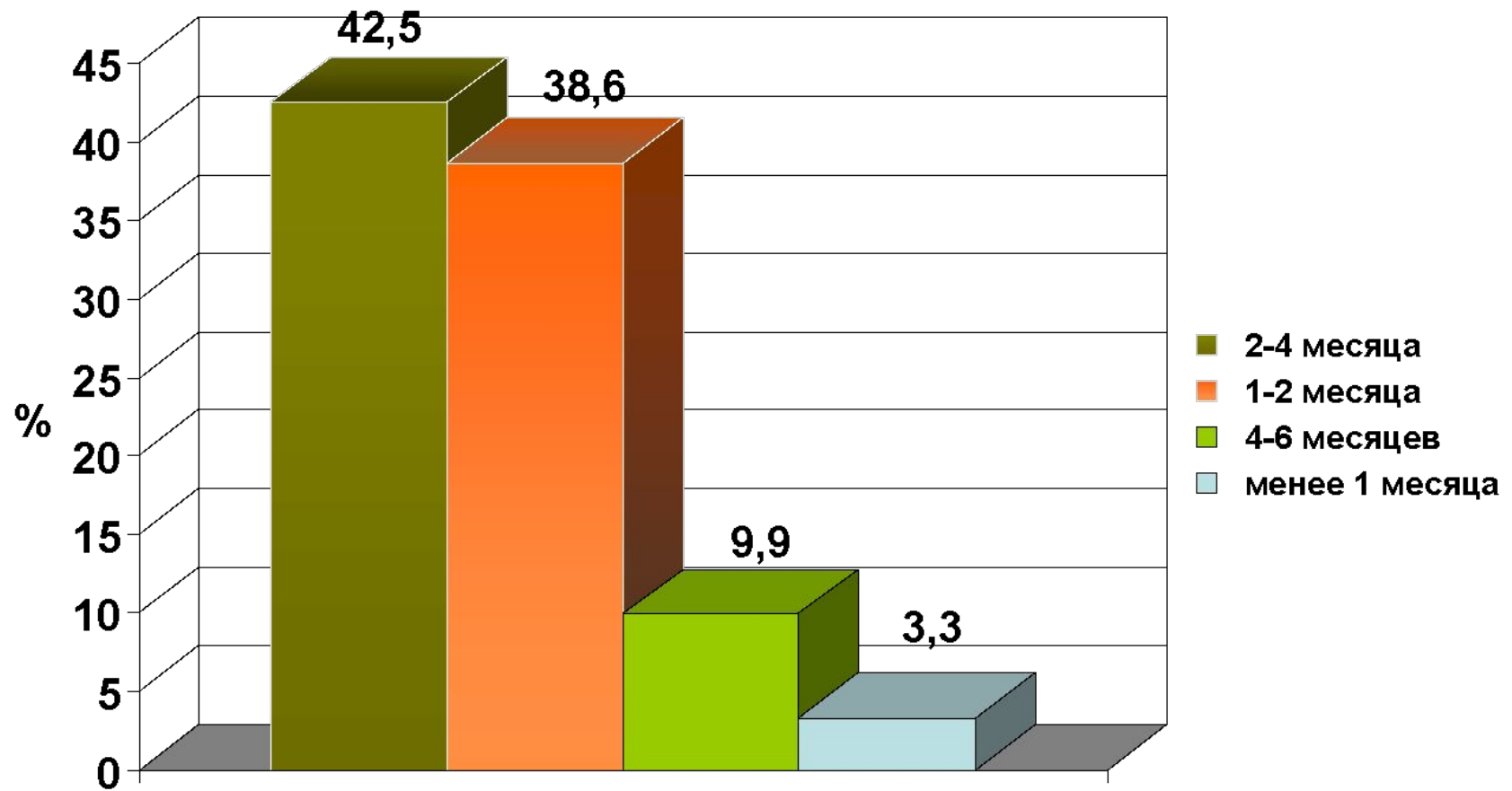
Спектр услуг



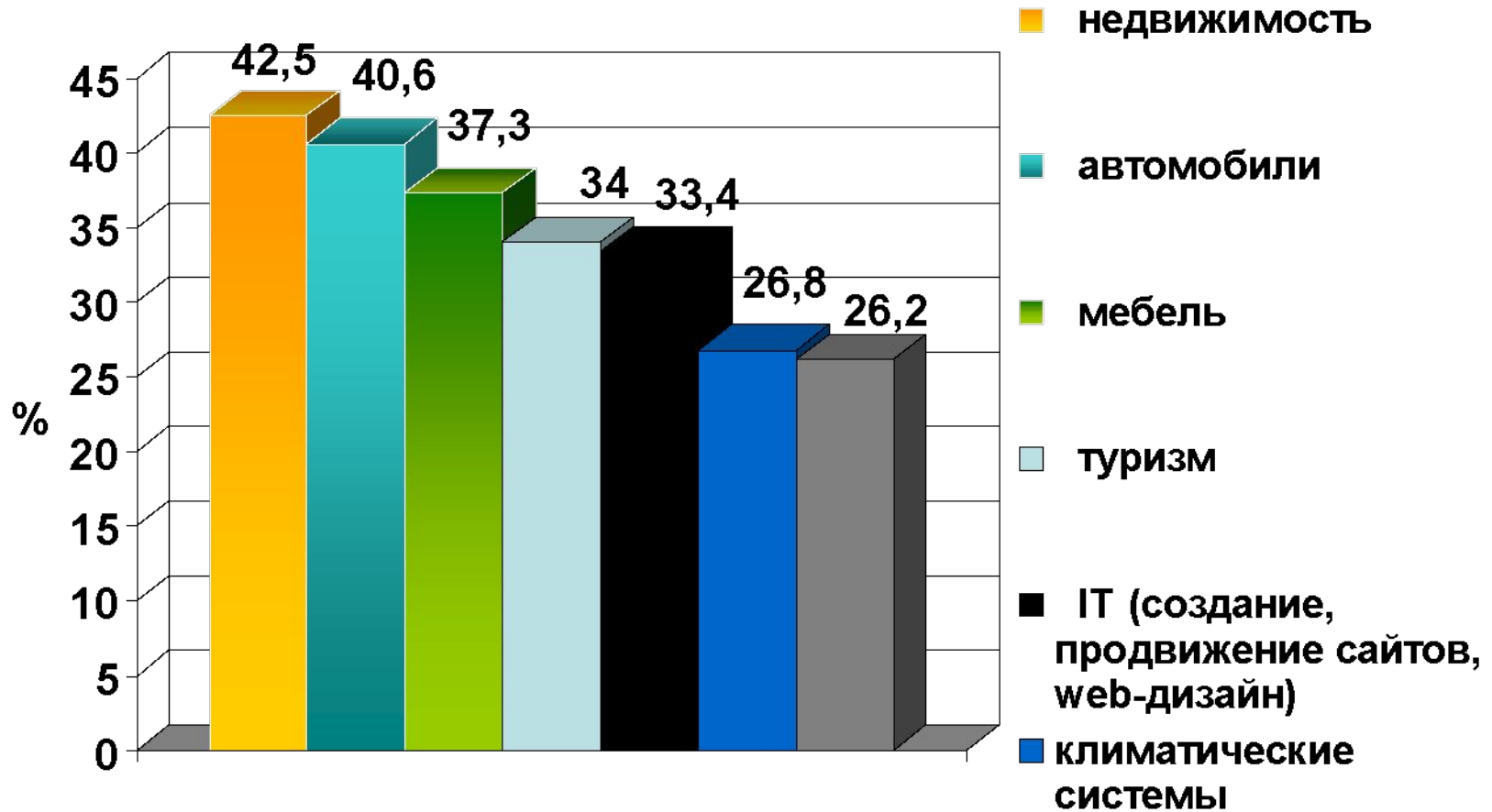
Оценка результатов работы



Время достижения результатов

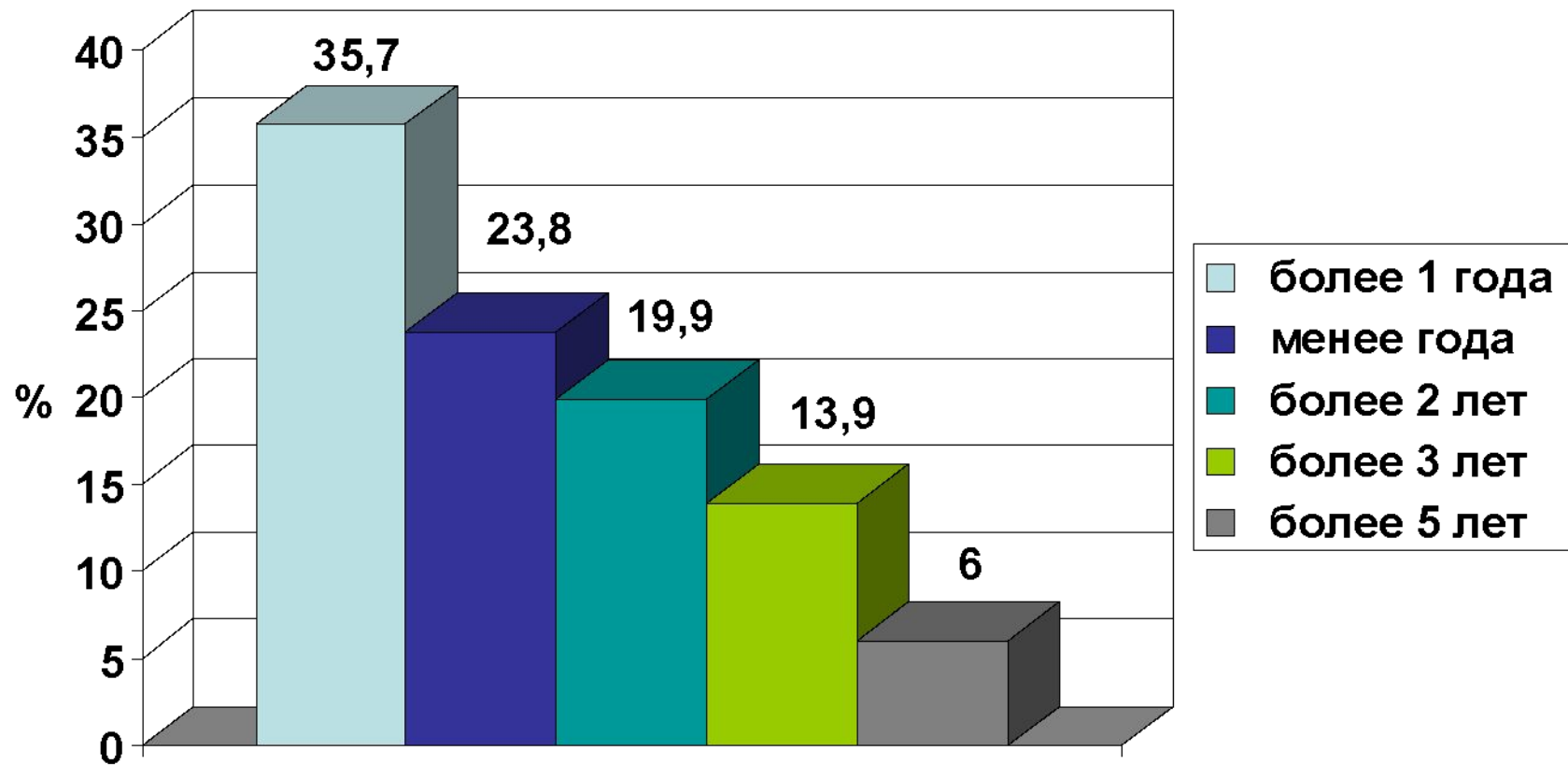


Отрасли, в которых продвигаются сайты

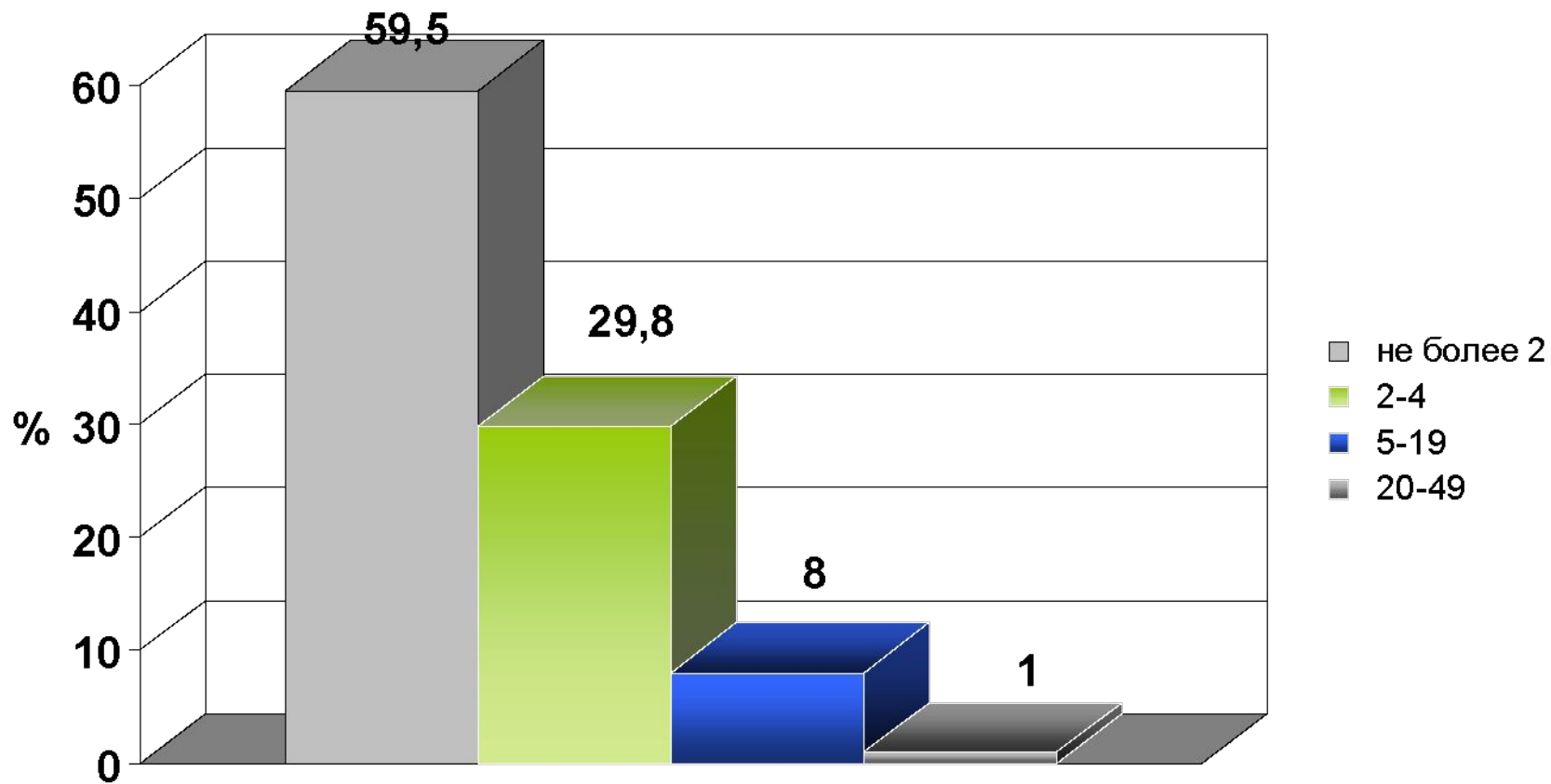


**Частные лица,
предоставляющие услуги по
оптимизации**

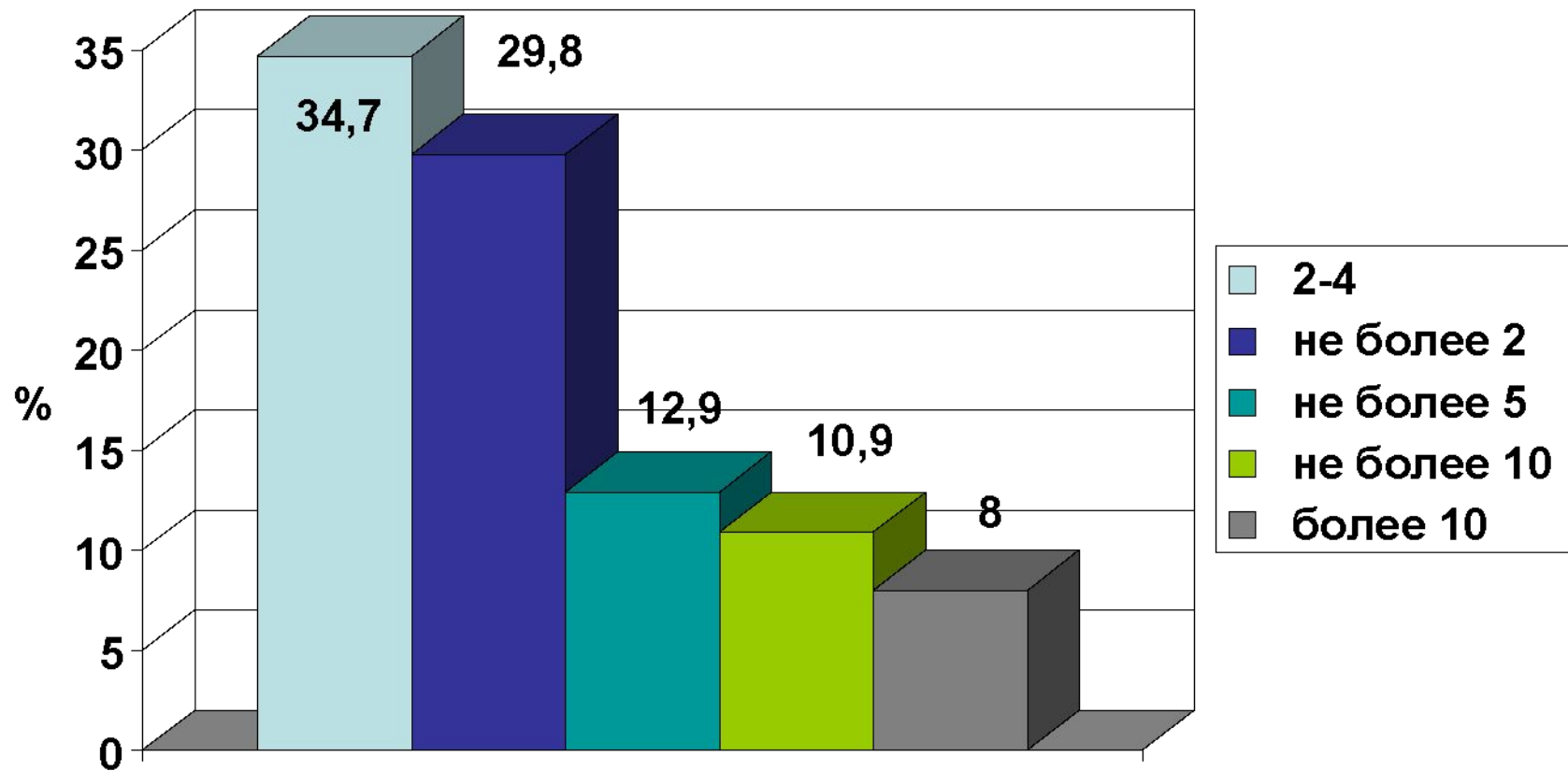
Опыт работы на рынке услуг



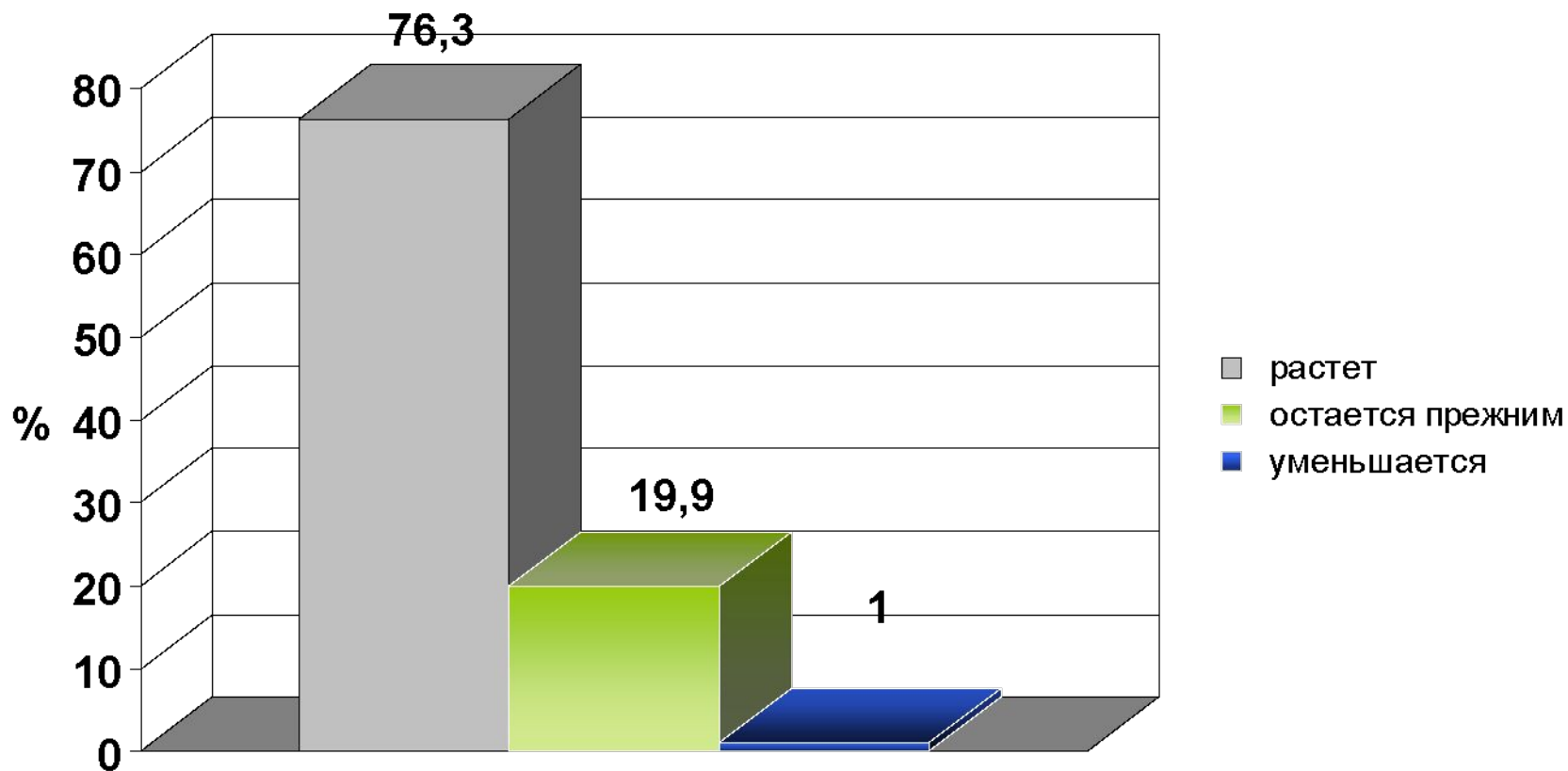
Количество сотрудников



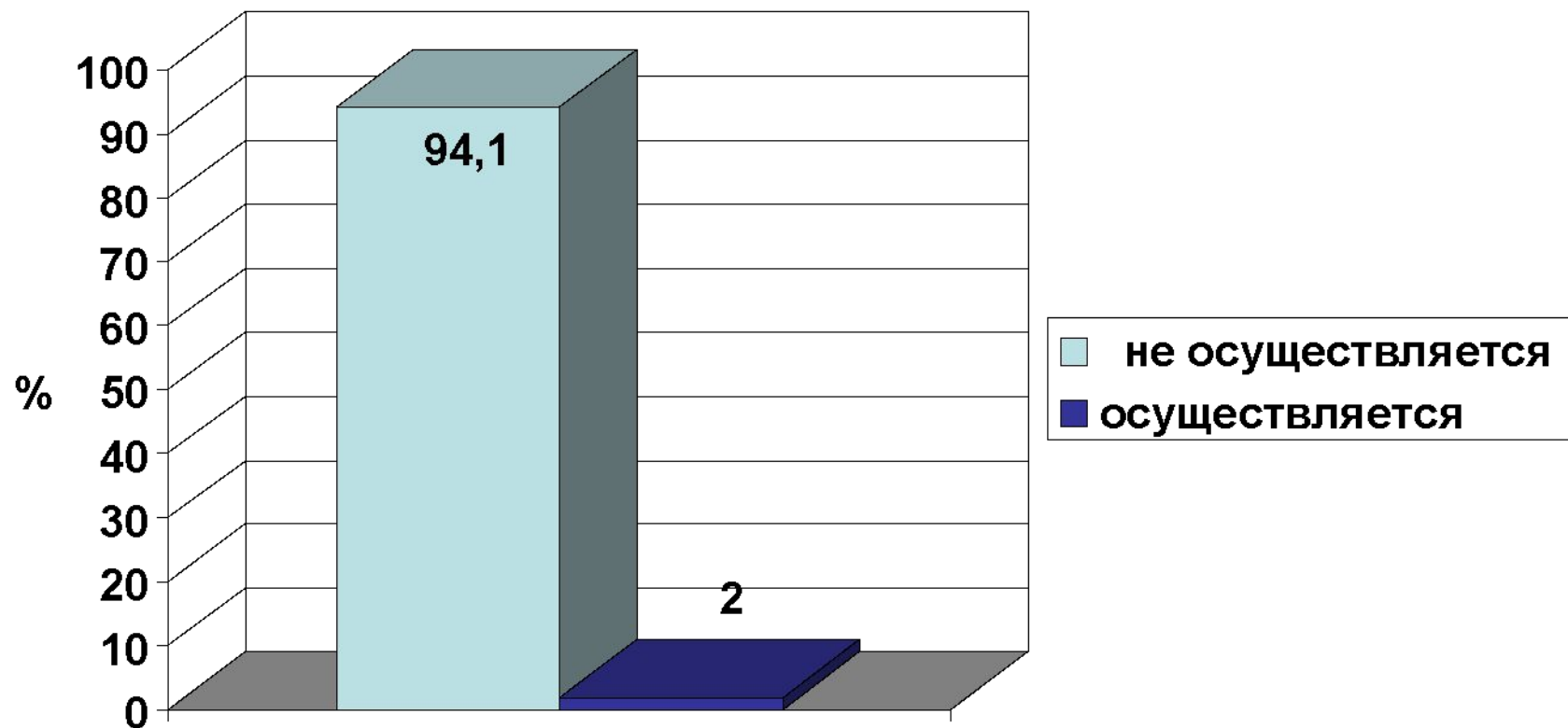
Число проектов на 1 сотрудника



Конкуренция на рынке



Распределение рисков



Как диверсифицируются риски

- **Предоставление комплексных услуг;**
- **Работа без предоплаты**
- **Использование гибких финансовых схем;**
- **Разъяснительная работа с клиентом;**
- **Диверсификация услуг**
- **Диверсификация клиентов**

Годовой и месячный доход частных лиц

Средний годовой доход* ~ 24.000 у.е

Средний месячный доход* ~ 2 000 у.е

* Данные по 56 частным лицам, предоставившим информацию

Цена 1 проекта на продвижение

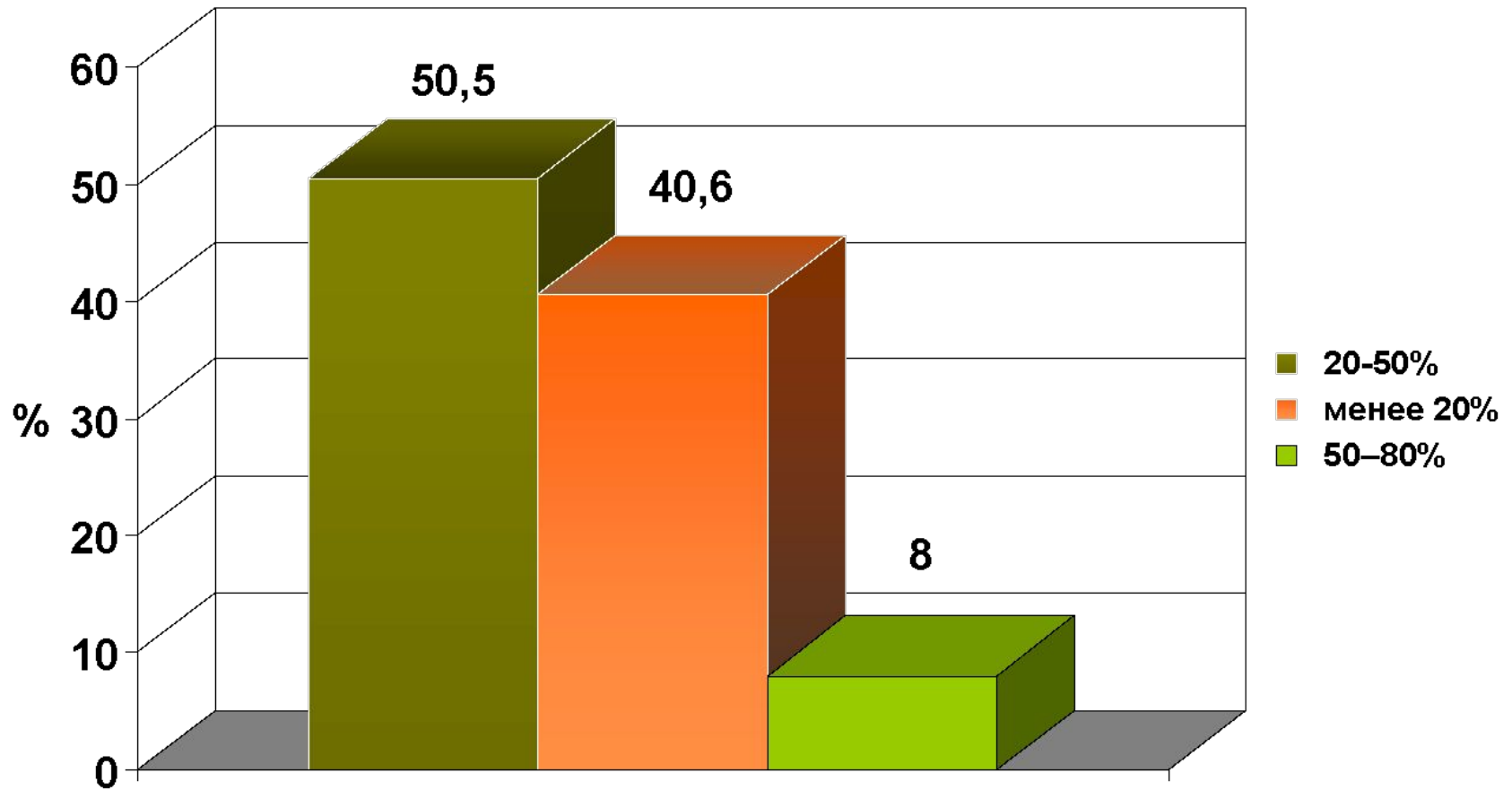
Средняя цена проекта* – 26 700 рублей

Максимальная цена* – 1 млн. рублей

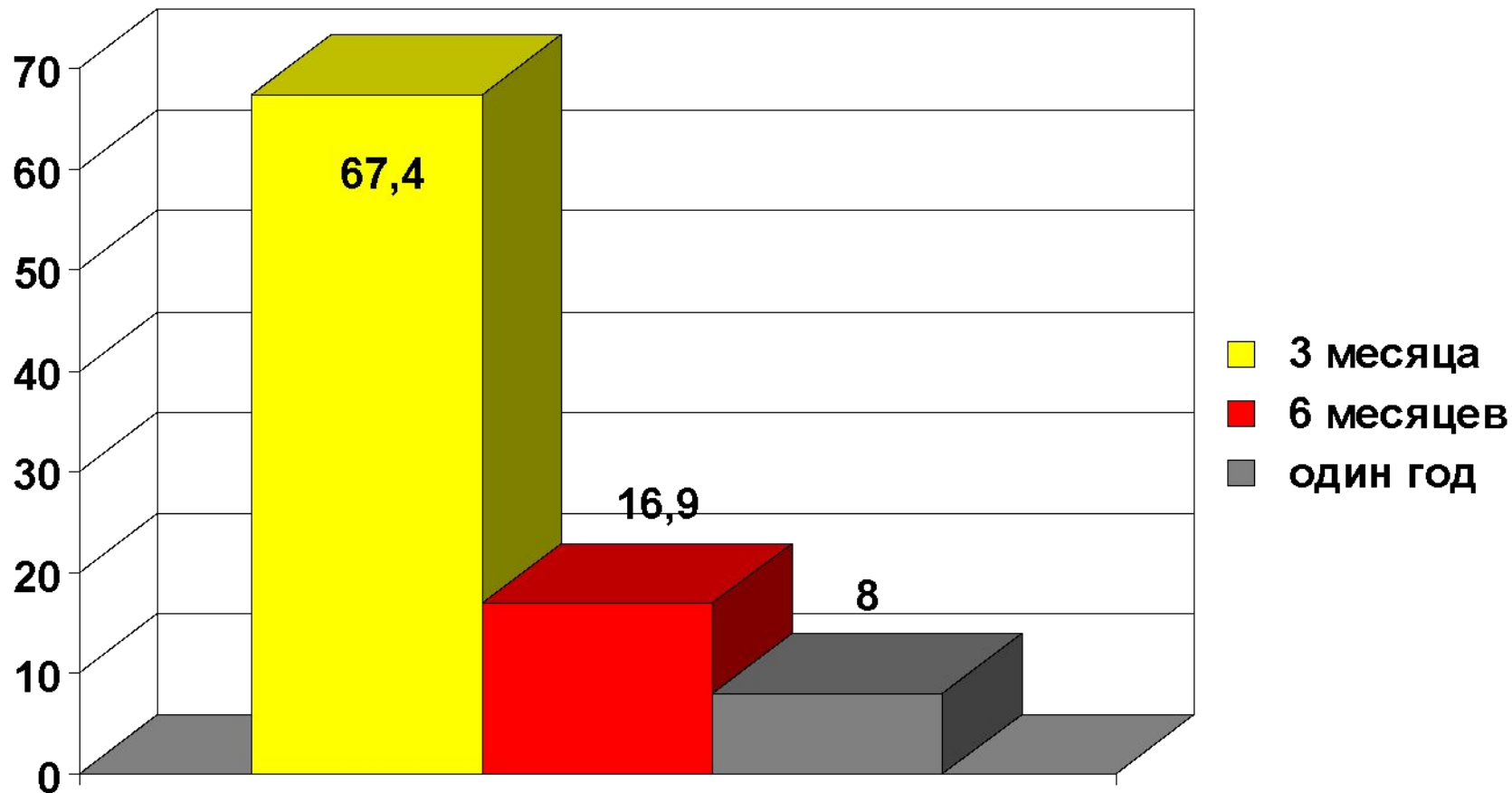
Минимальная цена* - 2 000 рублей

* Данные по 89 частным лицам, предоставившим информацию

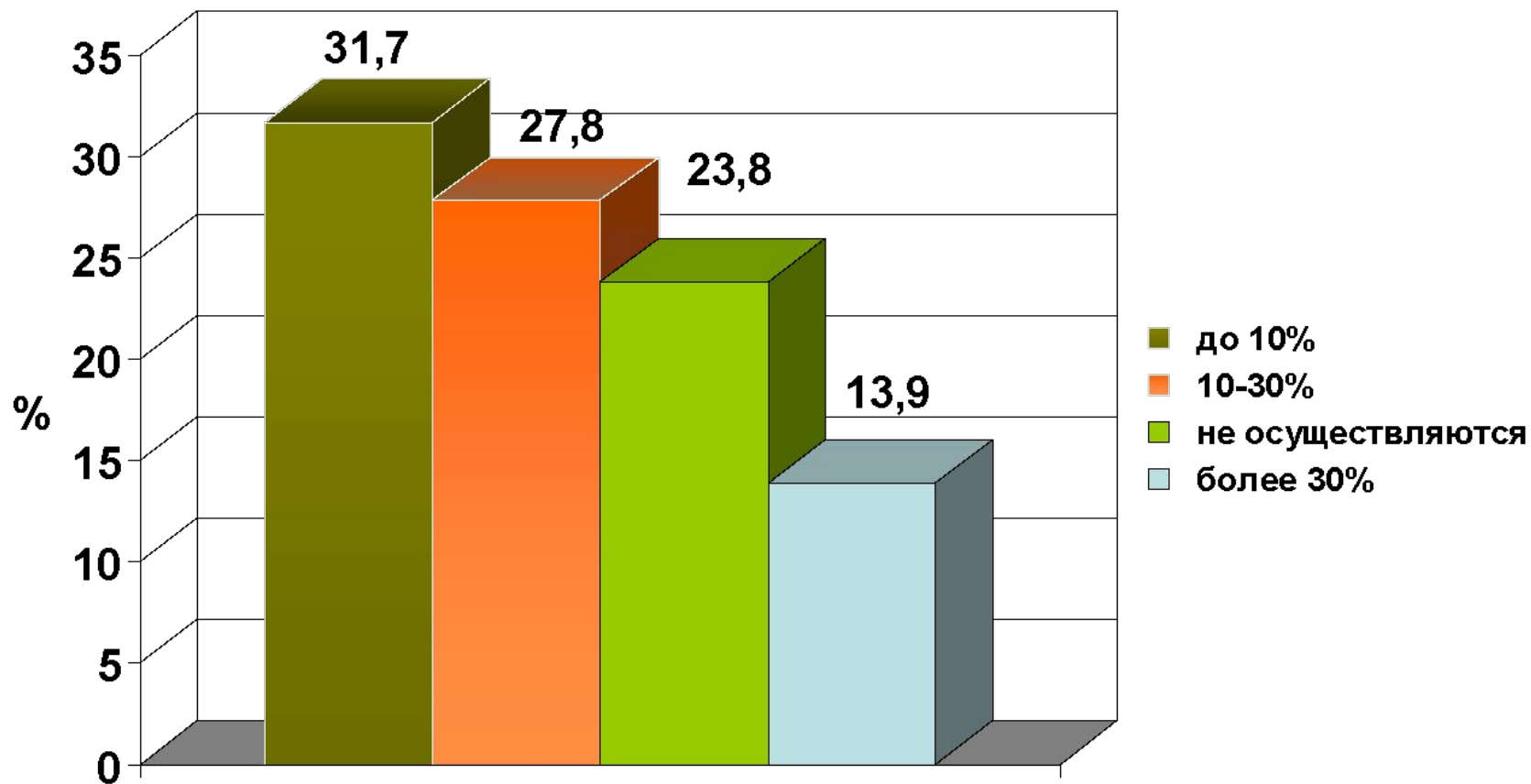
% средств, уходящих на оплату сторонних ресурсов



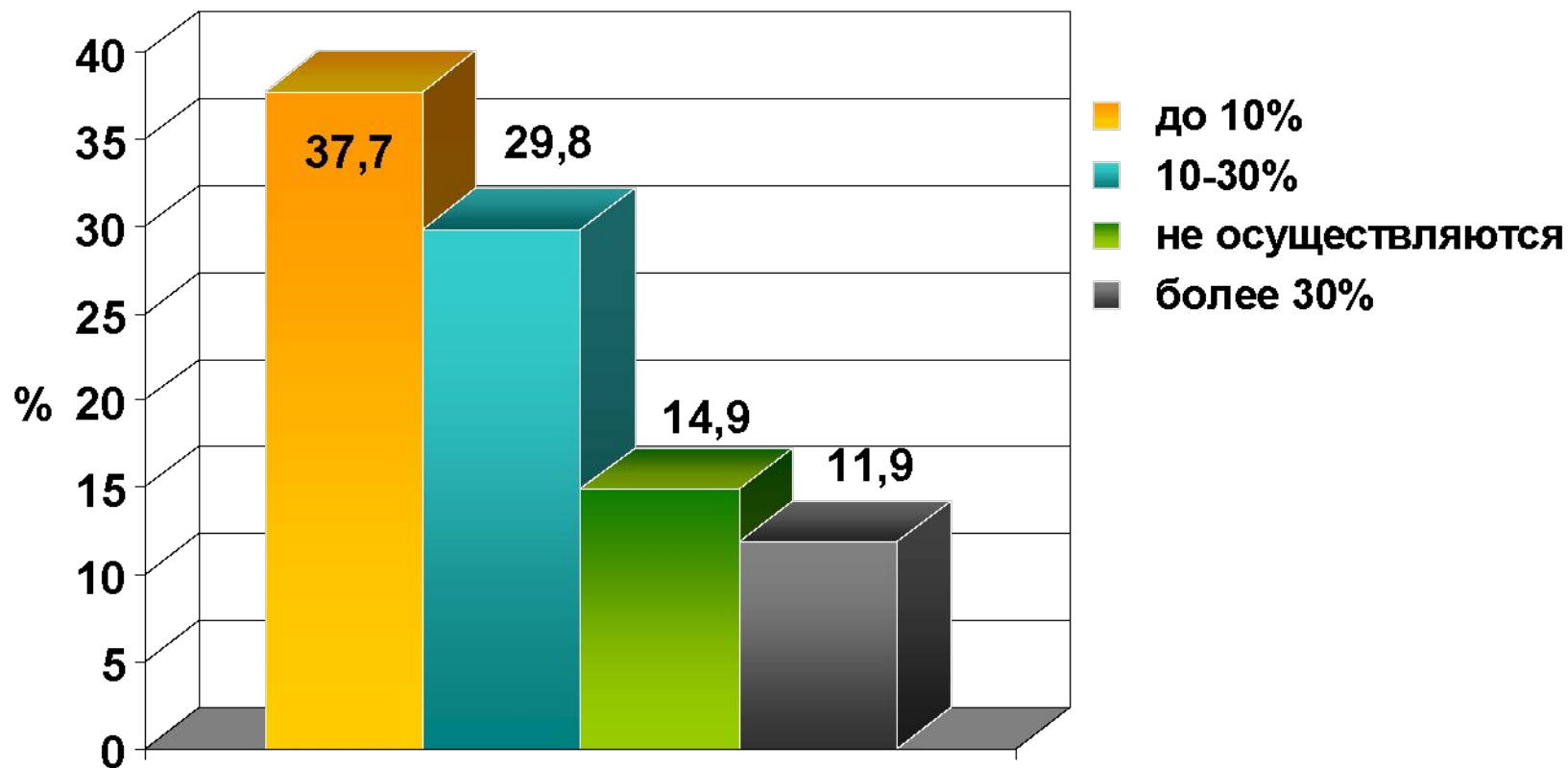
Минимальная продолжительность 1 контракта



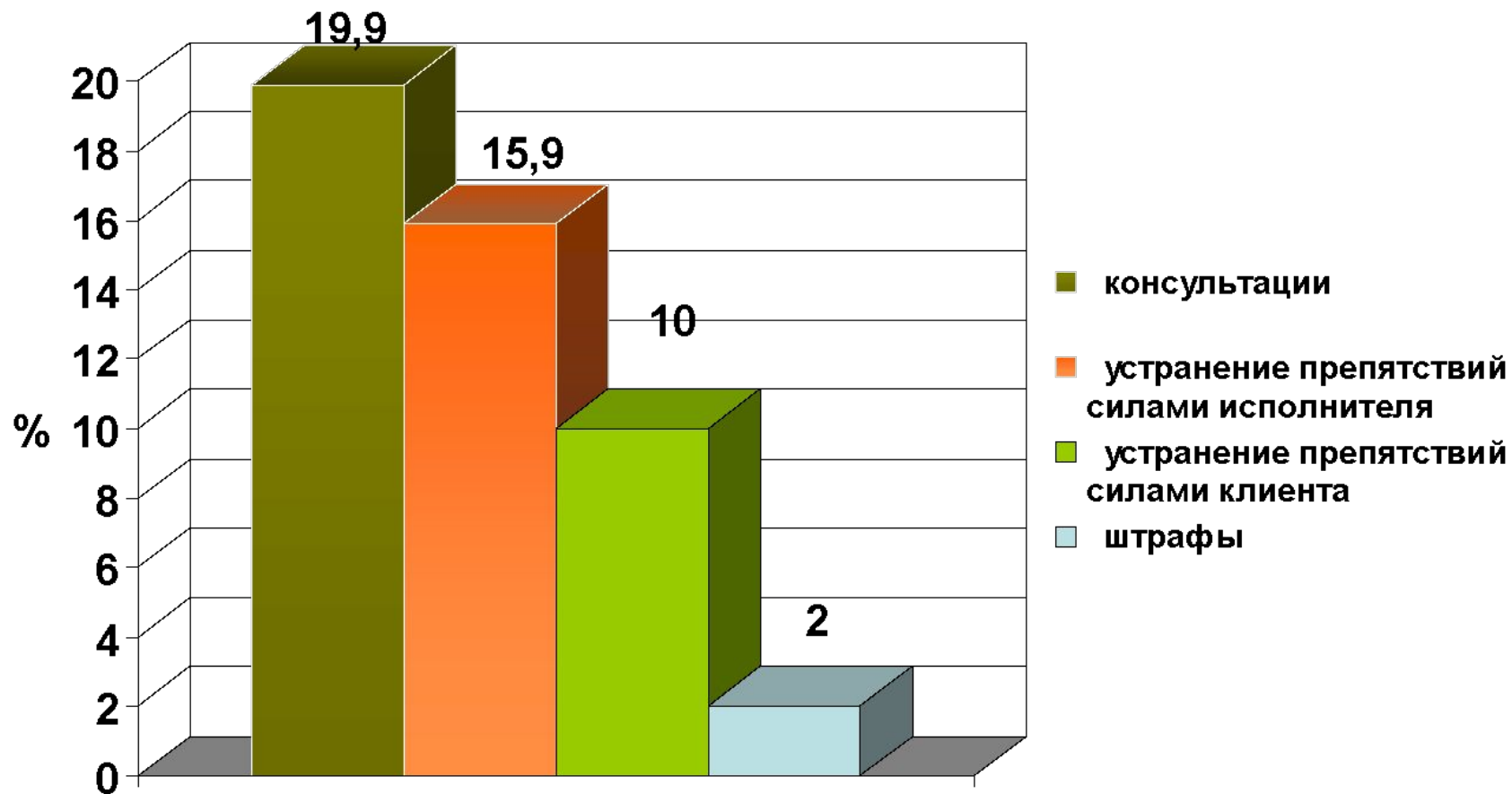
Вложение в новые технологии (в % от годового оборота)



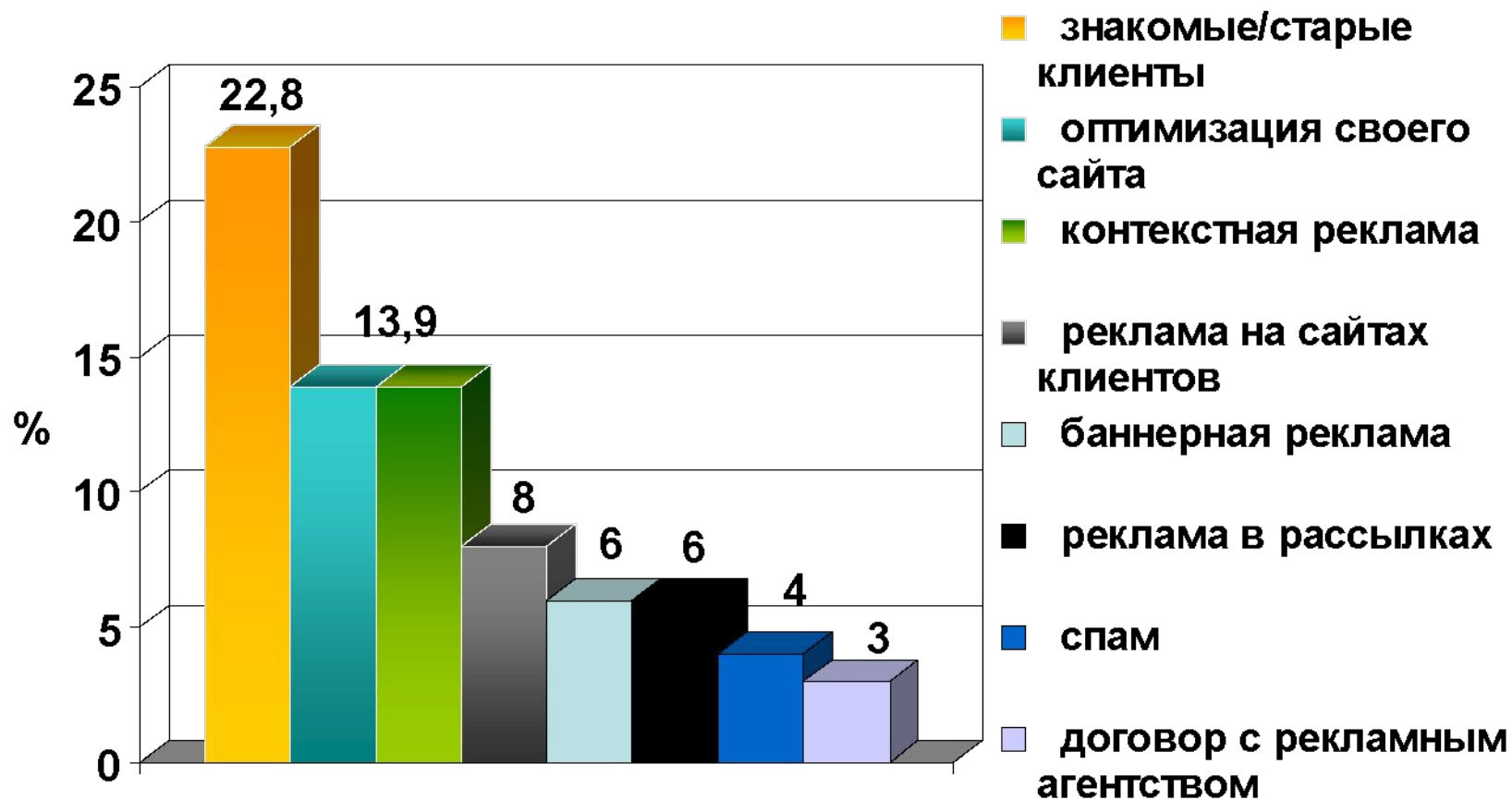
% от годового оборота на ведение собственных проектов



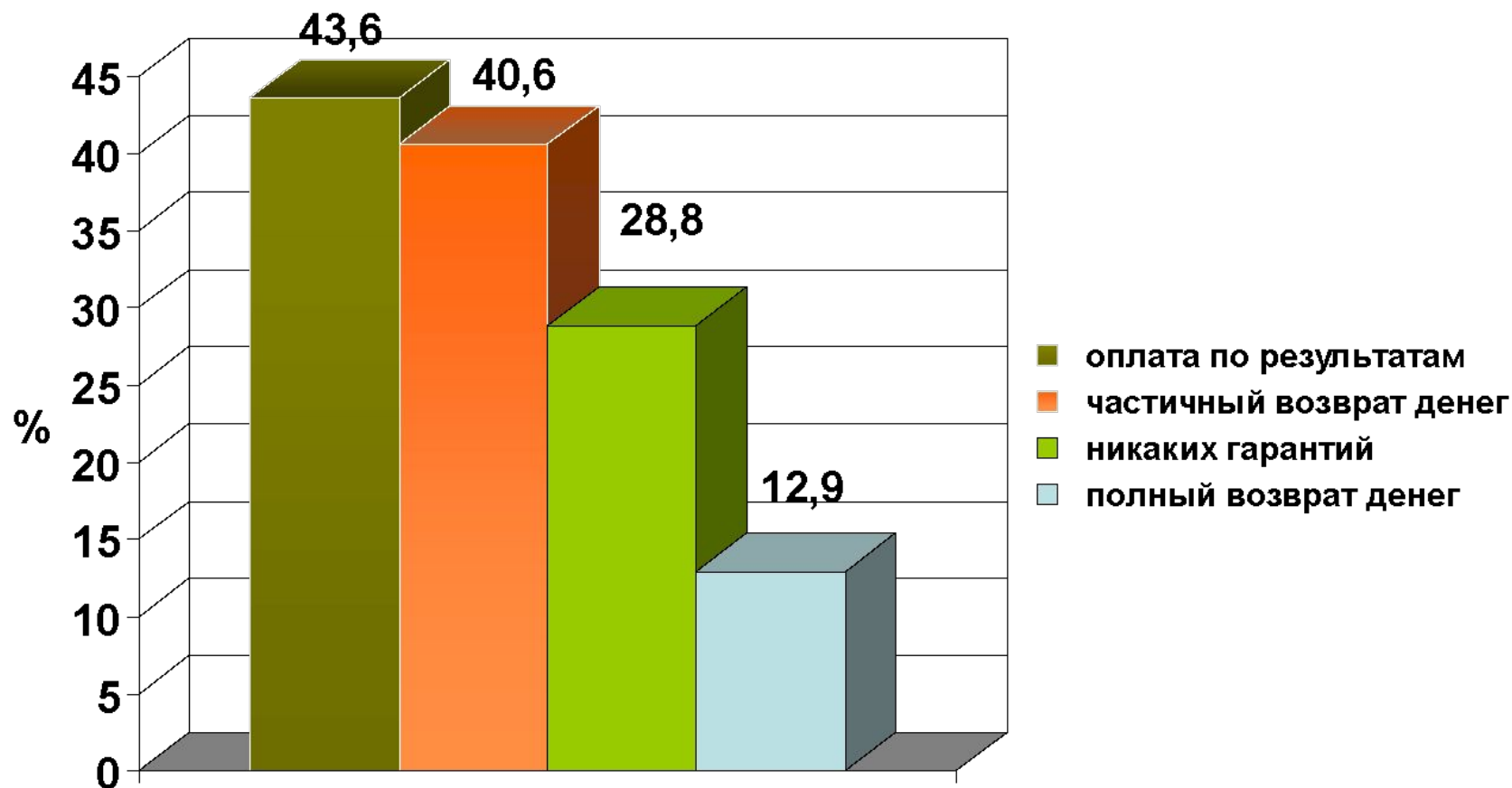
Способы решения проблем



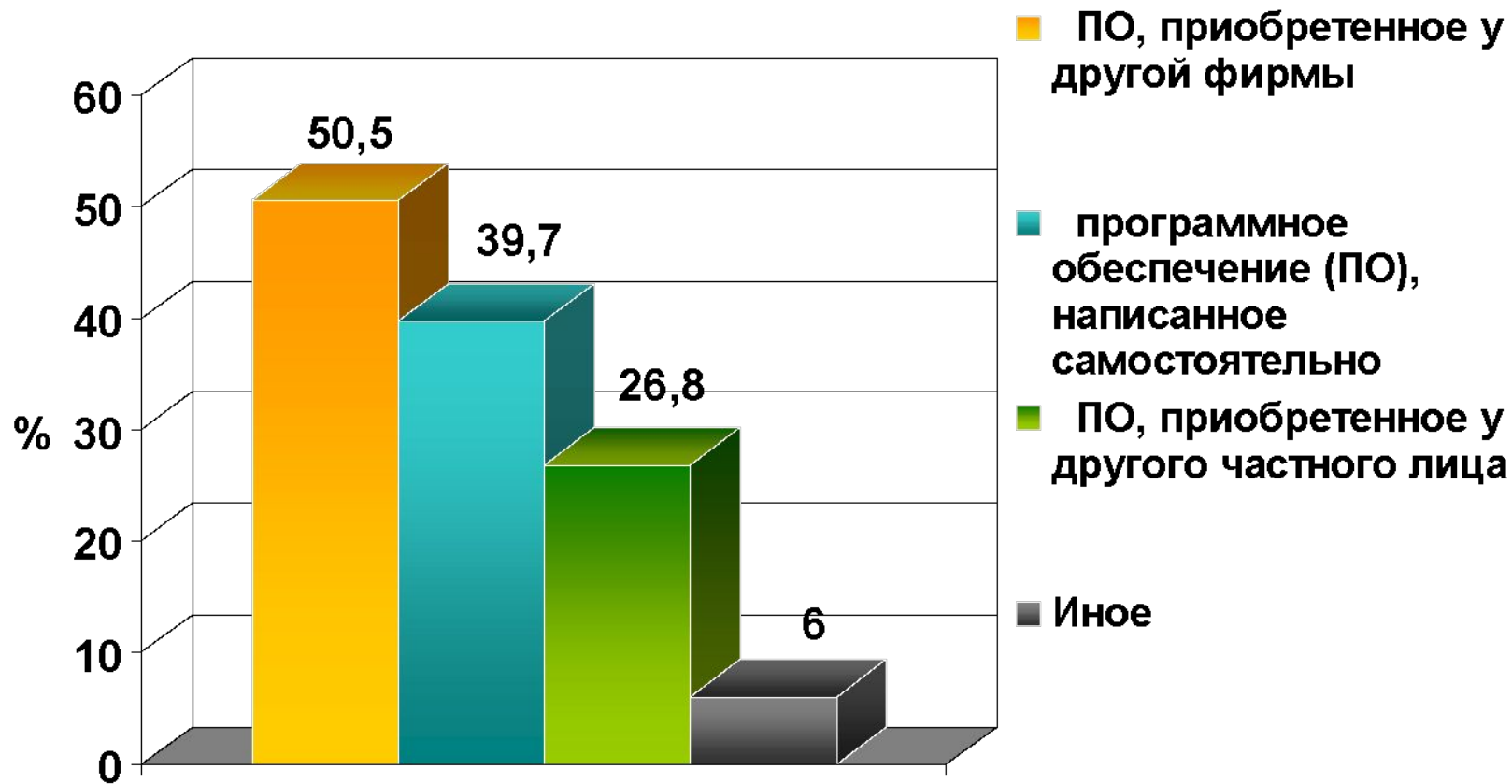
Способы привлечения клиентов



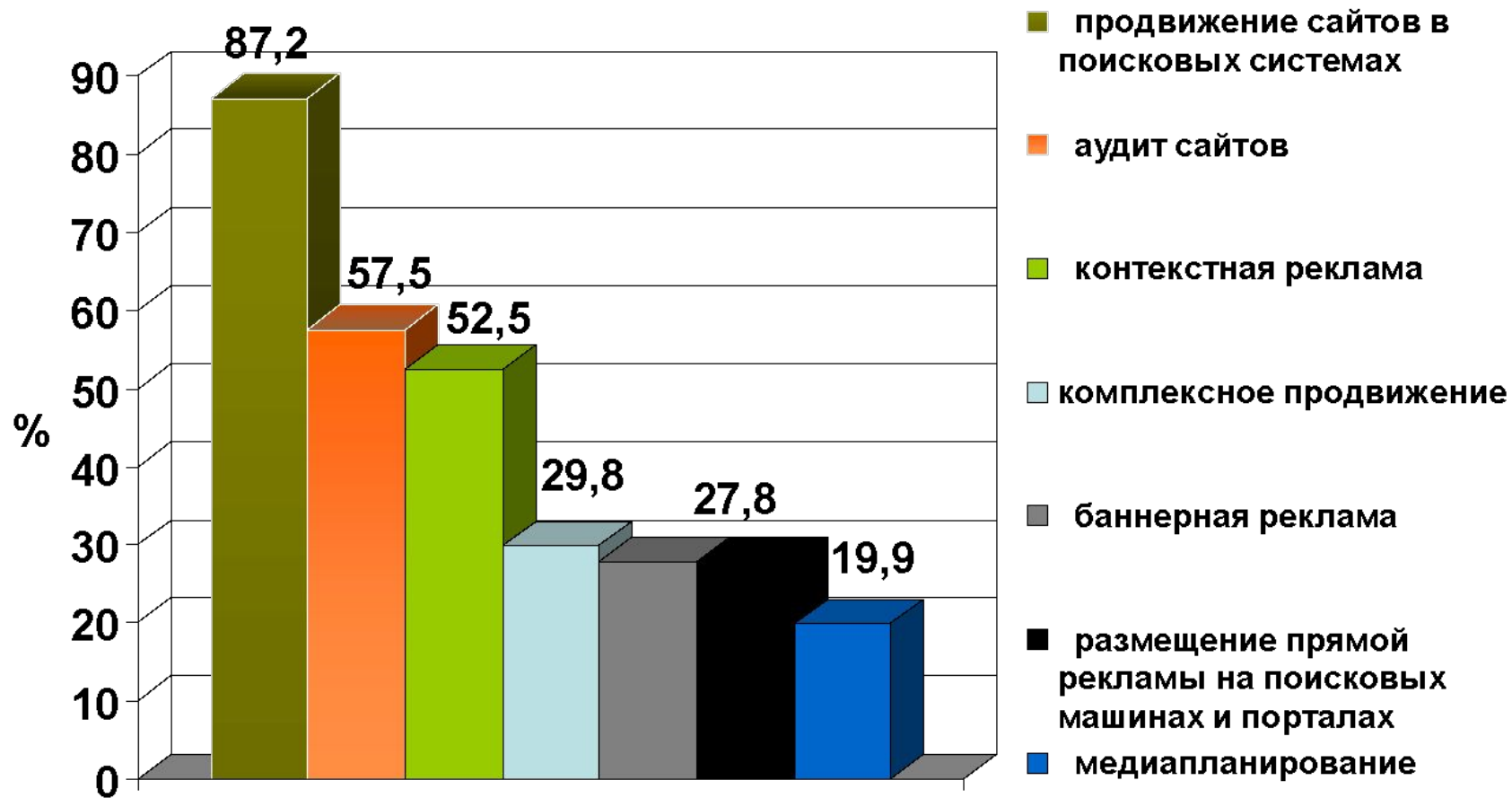
Гарантии клиентам



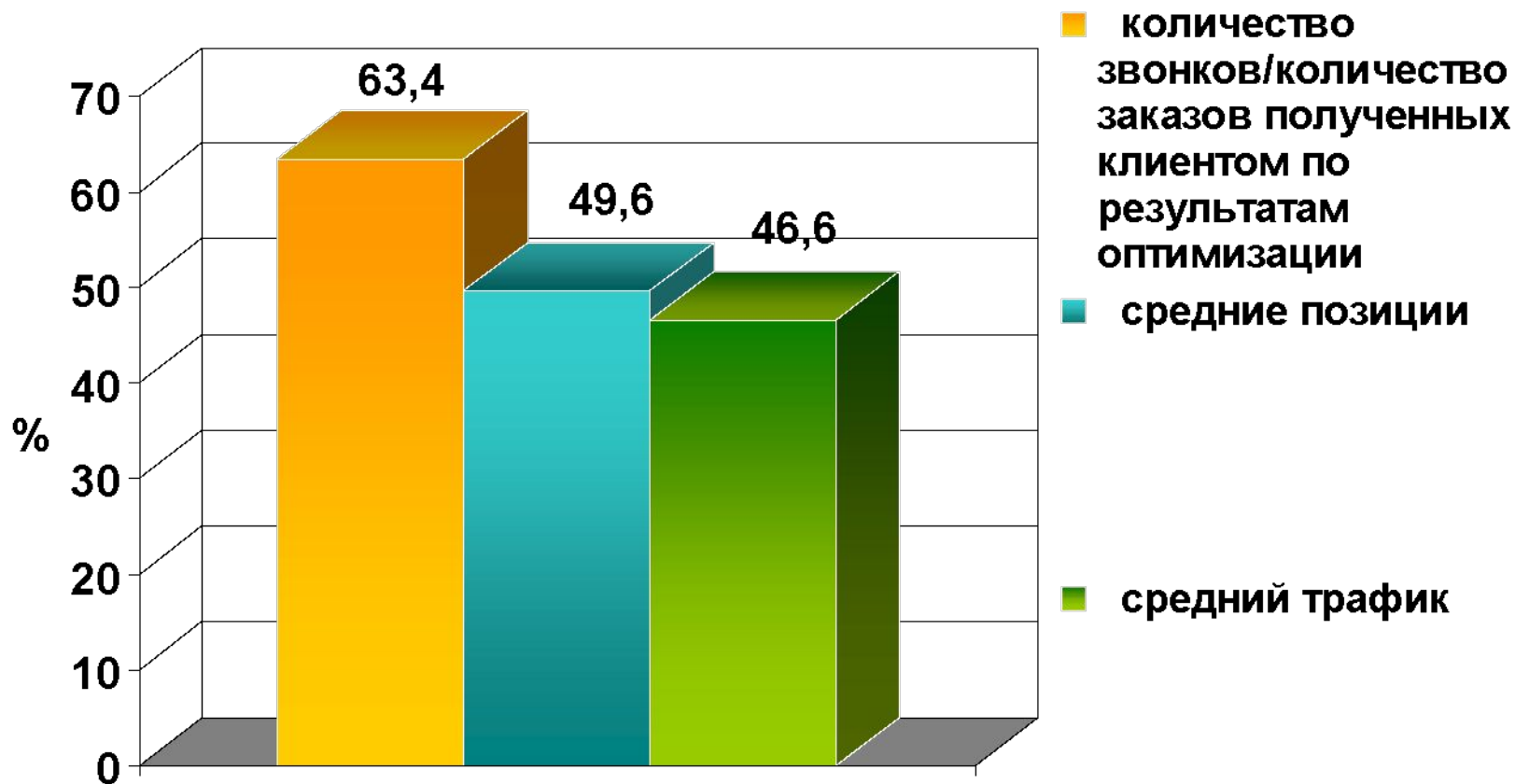
Использование ПО



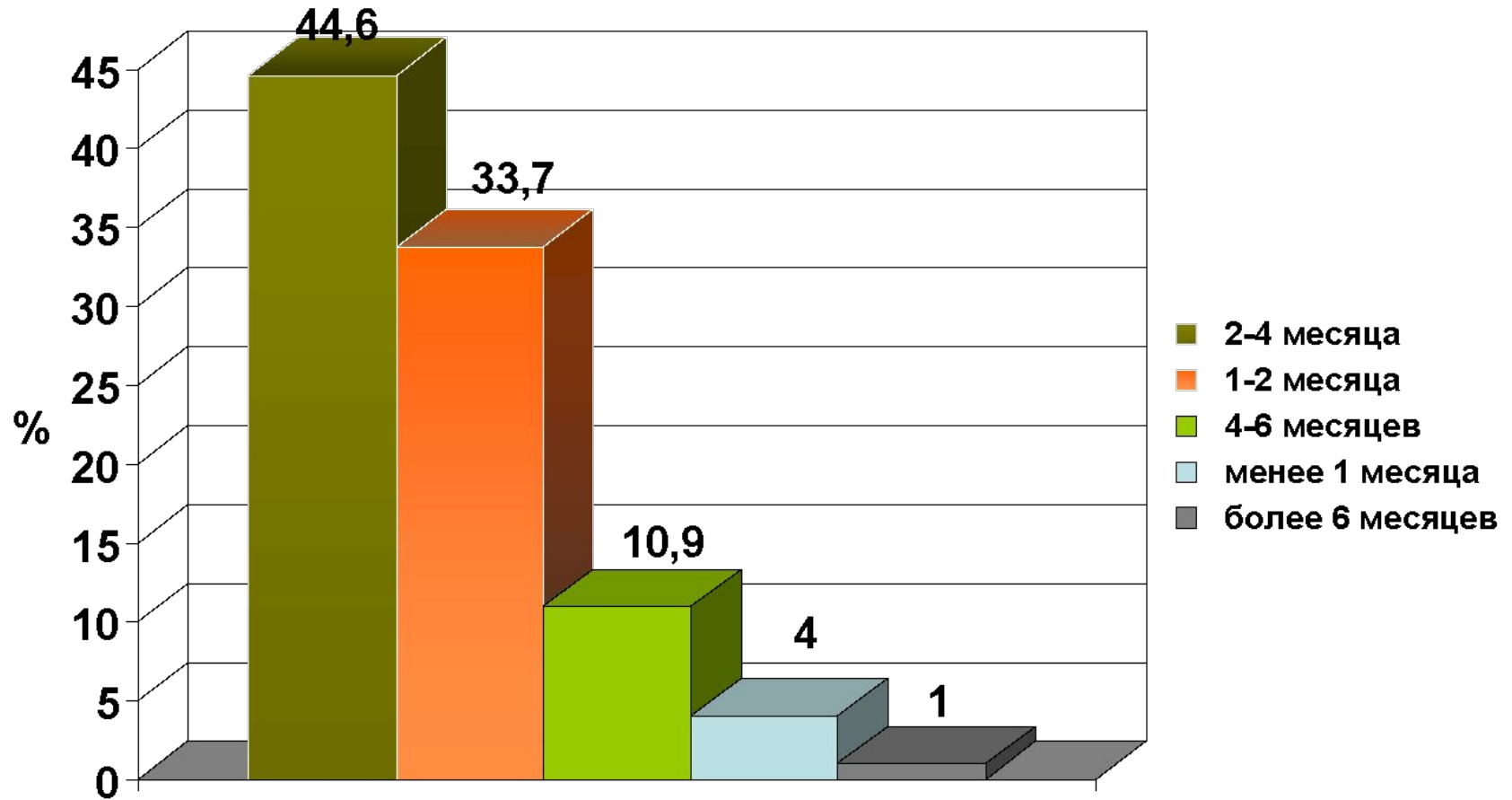
Спектр услуг



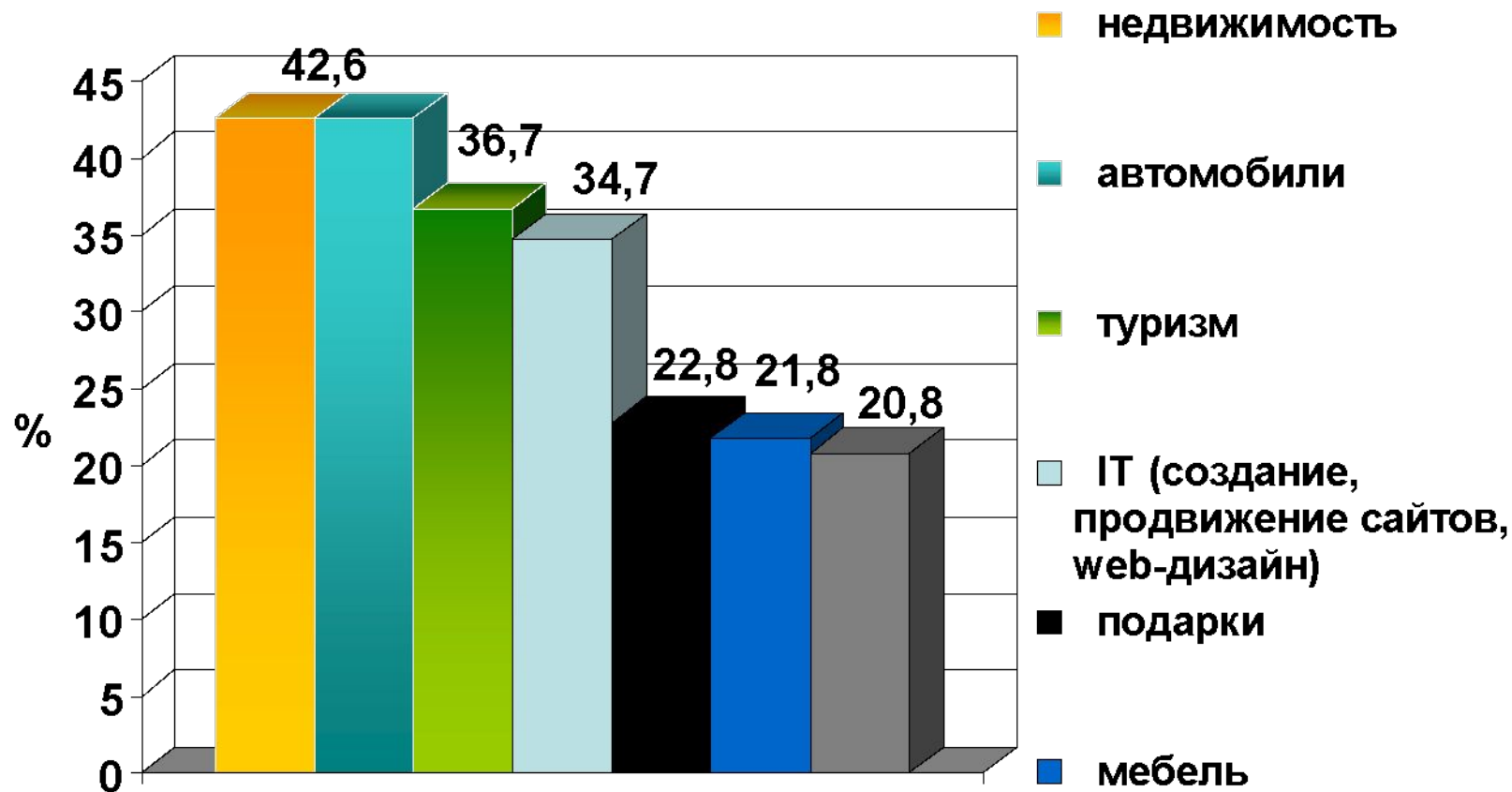
Оценка результатов работы



Время достижения результатов



Отрасли, в которых продвигаются сайты



Рынок SEO. Тенденции, проблемы, перспективы

Проблемы, характерные для рынка SEO в 2006 году

- Отсутствие четких «правил игры»
- Недобросовестные оптимизаторы
- Взаимоотношения с клиентами

Новая проблема – сайты-сателлиты,
сайты для платной рекламы

Сайты-сателлиты, сайты MFA

Суть проблемы - появление множества бесполезных для пользователя сайтов, созданных:

- А) для продвижения проектов (сайты-сателлиты)
- Б) для заработка на контекстной рекламе (сайты MFA)

Некоторые тенденции рынка

- Рост числа игроков рынка
- Формирование крупных компаний
- Рост доходов игроков рынка
- Усиление конкуренции, «война денег»
- Появление новых методов продвижения, отмирание старых

Рост числа игроков рынка

Рынок растет примерно на 15-20% в год

Причина: устойчивый спрос на услуги

Проблема: немногие игроки рынка
оказывают услуги на высоком
профессиональном уровне

Формирование крупных компаний

Происходит формирование крупных компаний со следующими характеристиками:

Количество сотрудников – десятки и сотни высококвалифицированных профессионалов

Количество клиентов – несколько десятков (сотен)

Качество клиентов – крупные компании

Высокий уровень автоматизации

Годовой оборот – несколько миллионов долларов

Стоимость контракта на SEO – свыше 1 500 у.е в месяц

Усиление конкуренции

Конкуренция по основным коммерческим тематикам растет

Проблема: «война мозгов» перерастает в «войну денег»

По нашим оценкам, на платные методы расходуется около 20 млн. долларов в год

Новые методы продвижения

Появляются новые методы продвижения:

1. Закрытые ссылочные сети
2. Сайты-сателлиты
3. Платные ссылки на внутренних страницах

Итп

Отмирают старые методы продвижения:

1. Регистрации в немодерируемых каталогах
2. Обмен ссылками

Некоторые перспективы рынка

- Расширение и укрупнение организаций
- Рост доходов профессиональных игроков рынка
- Рост количества игроков рынка (15-20% в год)
- Более медленный рост «качества» игроков рынка
- Противостояние «поисковики-оптимизаторы»
- Дальнейший рост конкуренции
- Появление все более сложных методов продвижения

Благодарности

- Всем, кто принял участие в опросе;
- Компании NetPromoter;
- Он-лайн сервису SeMaster.ru;
- Он-лайн сервису Be1.ru/stat/;
- Всем критикам

Контакты

ФИО: Севостьянов Иван Олегович

Должность: генеральный директор

Организация: ООО «ВебПроекты» (WebProjects.ru)

Сайт: www.WebProjects.ru

email: ivan@webprojects.ru

Телефон: (495) 918-56-72, 8-926-224-73-64

Scype: ivan_sevostianov