

Поисковая оптимизация — взгляд со стороны клиента: как «правильно» купить эту услугу?

Денис Иванов, Ad|Labs

promo@adlabs.ru, ivanov@mixmarket.biz

Почему люди покупают SEO?

Плюсы SEO по сравнению с другими методами раскрутки:

- Низкая стоимость привлечения целевого посетителя
- Хорошая конвертация трафика
- Длительное сохранение результата

Минусы SEO и риски Заказчика:

- Результат можно получить только через некоторое время
- Риск не получить планируемый результат в ожидаемые сроки – потерять деньги
- Риск быть забаненным

Типовые схемы работы SEO-компаний

- Выведение конкретных запросов на позиции в ТОП поисковой выдачи.
- Увеличение посещаемости сайта из поисковых систем.
- Увеличение числа продаж через интернет.
- Разовый SEO-аудит сайта.
- Комплексная услуга – комбинация перечисленных выше схем.

Кто оказывает SEO-услуги в Рунете?

Сотрудничество с фрилансером:

- Большой выбор потенциальных исполнителей
- Привлекательные цены

Сотрудничество с солидной оптимизаторской компанией:

- Большой опыт работы, большой выбор используемых инструментов
- Возможность получения комплексных услуг (все в одном окне)
- Работа по договору

Оптимизатор в штате компании:

- Расходы чаще всего сопоставимы с расходами при сотрудничестве с оптимизаторской компанией
- Оптимизатор всегда «под рукой»

Как оформить запрос на поисковое продвижение сайта?

Два «крайних» пути:

а. Описываем задачу максимально подробно:

- Какой результат интересует?
- Предполагаемые сроки
- Планируемый бюджет
- На каких условиях Вы хотите сотрудничать?

б. Посмотрим, что предложат

- Описываем задачу в общих чертах
- Анализируем предложенные варианты

Анализируем полученное коммерческое предложение

- Предлагаемая схема работы
- Поисквые запросы:
 - полнота охвата продвигаемой тематики
 - реальность предлагаемых запросов
- Обещаемый результат и сроки
- Цены и гарантии
 - цена всего пакета
 - разброс цен по запросам

**Понравилось коммерческое предложение?
Попросите прислать для ознакомления договор!**

Предлагаемые поисковые запросы

Пример «приоритетных» поисковых запросов, для сайта оптимизаторской компании (из реального коммерческого предложения, полученного компанией AdLabs):

- продвижение сайта раскрутка доходы
- продвижение сайта раскрутка коммерция
- мощное продвижение сайта раскрутка
- продвижение сайта раскрутка увеличить
- раскрутка сайта продвижение сайтов выпуск
- уникальное продвижение сайта раскрутка
- продвижение сайта раскрутка активная
- продвижение сайта раскрутка активное посещение
- продвижение сайта раскрутка процесс

«Манипуляции» со статистикой: запрос «гостиницы Санкт»

«Запрос» гостиницы Санкт

- **Директ:** якобы **152518** запросов в мес.
- Но запрос **гостиницы Санкт Петербурга** **149862** запросов в мес.

+ еще куча запросов типа **гостиницы Санкт Петербурга**

В итоге запрос имеет частоту по Директу порядка **1170** в мес.

Для справки — по Рамблеру частота всего **401** запрос в месяц

Продавать такой запрос как высокочастотный — мягко говоря, нехорошо.

Аналогичная история с запросом **офисная**

(для клиента по *офисной мебели*).

якобы **189747** запросов в месяц

реально — считать очень долго.

Но не больше тысячи.

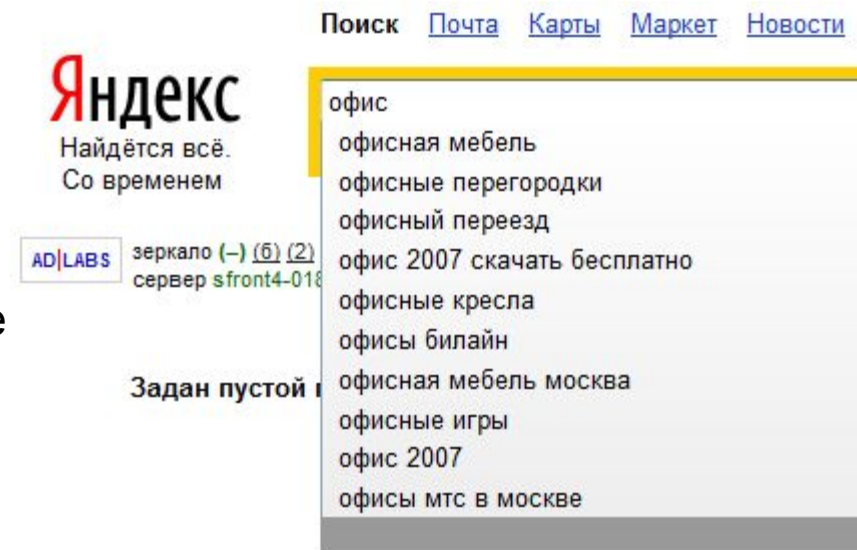
Слова	Показов в месяц
гостиницы Санкт	152518
гостиницы Санкт Петербурга	149862
Санкт Петербург гостиницы эконом	5438

Слова	Показов в месяц
офисная	189747
офисная мебель	53264
офисные кресла	12639
офисные перегородки	12128

+ есть же еще оптимизаторы, которые мониторят эти самые запросы!

Куда смотреть?

- **статистика Директа**
<http://wordstat.yandex.ru/>
- **статистика Рамблера**
<http://adstat.rambler.ru/wrds/>
- **поисковые подсказки на Яндексе**
и в Гугл-тубларе
- **общая интуиция!!**



Гарантии оптимизаторов:

чем жестче гарантии – тем выше цена

- а. Оплата только за те запросы, которые выведены на гарантируемые позиции. Остальные запросы либо не оплачиваются, либо оплачиваются с начислением штрафов.

Запрос	Цена за ТОП 1	Цена за ТОП 2-3	Цена за ТОП 4-5	Цена за ТОП 6-10
Запрос1	500	400	300	250
Запрос2	700	550	400	300
Запрос3	10000	8000	6000	4000
...

- б. Гарантия выведения определенной доли всех продвигаемых запросов в ТОП поисковой выдачи (например, $x\%$ - в пределах ТОП-10, $y\%$ - в пределах ТОП-20)
- в. Гарантия приведения определенного объема поискового трафика (за неприведенный трафик назначается штраф)
- г. Возврат (части) денег в случае невыполнения оптимизатором своих обязательств.

Гарантии оптимизаторов и модель SEOMarket

д. Сочетание запросов и переходов

Например:

- оплачиваем **только переходы**, но
- по заранее согласованному **списку запросов**.

Пример реализации: <http://SEO.AdLabs.ru/> (пока что бета-версия)

е. Еще какие-нибудь экзотические сочетания.

Условия сотрудничества – что потребует от Вас оптимизатор?

- Выполнение рекомендаций по устранению причин, мешающих успешной индексации сайта
- Выполнение рекомендаций по оптимизации сайта: оптимизация основных мета-тегов (преимущественно, TITLE), оптимизация содержимого страниц, улучшение юзабилити, изменение структуры сайта, создание новые страниц (разделов)
- Доступ к системе статистики и/или установку таковой
- Предоплата



Анализ эффективности продвижения — продумать заранее!

- Достигнутые за подотчетный период позиции
- Прирост трафика
- Увеличение числа заказов/звонков
- Рентабельность продвижения

Новое от Яндекса: Регионы!

В начале апреля Яндекс запустил новый алгоритм с регионализацией результатов поиска.

Регионов с отдельной выдачей пока что **восемь**:

1. Москва и область
2. Санкт-Петербург и область
3. Екатеринбург
4. Остальная Россия
5. Украина (с некоторыми тонкостями)
6. Беларусь
7. Казахстан
8. Весь остальной мир

MSK	27	23
SPB	2	6
EKB	14	10
RU	6	8
UA	118	111
KN	-	20
BY	144	18
KZ	90	18
Др.	27	23

Регион пользователя необходимо учитывать! Особенно:

- на этапе съема позиций
- на этапе оценки поискового трафика

Не забудьте оговорить региональный аспект на этапе заключения договора!

Типичные ошибки заказчика

- Чрезмерная экономия на этапе создания сайта
- «Экономия» на низкочастотных и среднечастотных запросах
Из письма потенциального клиента, торгующего автомобильными шинами и дисками: «...мы не готовы на начальном этапе выделить на продвижение такую сумму. Поэтому мы решили ограничиться двумя самыми приоритетными для нас запросами: 1) шины, 2) диски. Надеюсь, цена уменьшится пропорционально уменьшению количества запросов?..».
- Отказ от выполнения рекомендаций оптимизатора / излишняя инициатива
- Главное – «быть выше, чем конкурент»
Из разговора с потенциальным клиентом: «... в принципе не так важно на какой позиции будет наш сайт. Важно чтобы сайт www.caym.ru нашего основного конкурента был ниже нас...».
- «Быстрая» смена оптимизатора
- Плохая организация обработки заказов на стороне клиента

Типичные ошибки заказчика: отказ от «низкочастотки»

В отличие от «шин и дисков», где продающих запросов совсем немного, есть тематики с очень «жирным хвостом» запросов.

Например:

ноутбуки hp vs. модели ноутбуков hp

Слова	Показов в месяц
ноутбуки hp	42694
ноутбуки hp pavilion	9136
ноутбуки hp compaq	5110

pavilion	75257
hp pavilion	65827
pavilion dv5	10312
ноутбук pavilion	9645
ноутбуки hp pavilion	9136
hp pavilion dv5	8876
pavilion dv	8459
hp pavilion dv	7329
pavilion dv7	6105
pavilion dv6000	5484

The end

Советуем ответственно подойти к поиску оптимизатора.

Удачного вам выбора!

Денис Иванов, эксперт по поисковому продвижению и партнерскому трафику

Ad|Labs: Москва, Большая Новодмитровская улица, дом 12, стр.11

Телефон: +7 (495) 77-55-145

E-mail: promo@adlabs.ru, ivanov@mixmarket.biz