



# Оплата за запросы – глобальное заблуждение SEO рынка

*ЛЕОНИД ГРОХОВСКИЙ*

[WWW.ARWM.RU](http://WWW.ARWM.RU)



# Краеугольный камень продаж SEO

- Качество услуг
- Простота продажи





# Контекстная реклама

Всё просто и измеримо

- Известна стоимость 1 посетителя
- Планируется точный срок рекламной компании
- Рекламную компанию в любой момент можно запустить, остановить и изменить





# Продвижение VS Контекст

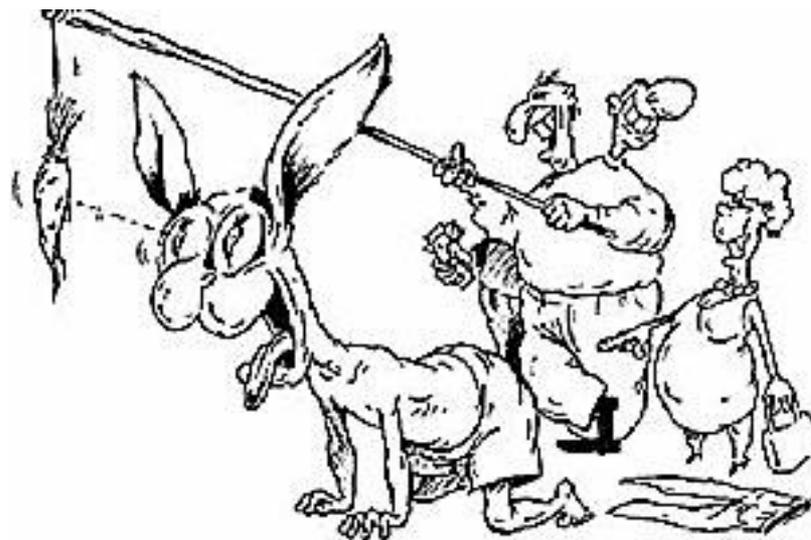
В SEO всё сложно

$$p = \frac{1}{2} \frac{\sqrt{2} \left( \frac{1}{2} \sqrt{2} \sqrt{\pi} + \frac{1}{2} \sqrt{2} \sqrt{\pi} \operatorname{erf}(50 \sqrt{2}) \right)}{\sqrt{\pi}} - \frac{1}{2} \operatorname{erf} \left( \frac{1}{40} \sqrt{2} m - \frac{25}{2} \sqrt{2} \right) - \frac{1}{2} \quad \text{vs} \quad 2+2 = 4$$



# Простота продажи – лохотрон?

Продажа запросов\*  
Финансовые гарантии



Нет, но пора понять, что земля круглая



# Как продать «запросы», которых нет?

1. Нужно считать частоту по ключевым словам, а не по запросам
2. Частоту нужно считать по России, а не по Москве
3. Игнорировать низкочастотные запросы
4. Игнорировать словоформы

А что? Я продал вам подушки с натуральным гусиным пухом! Ну, и с гусем впридачу...



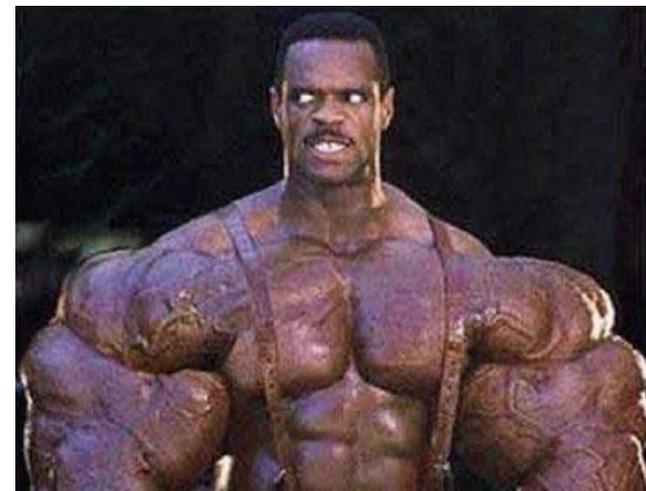
# Продажа запросов: резюме

- + Услуга SEO получила широкое распространение
- Пострадало качество услуг
- Услугу стали воспринимать как лохотрон
- Феноменальный разброс цен\*

\*Исследование также показало, что на рынке присутствует феноменальный разброс цен: в 40 раз отличалась стоимость продвижения одного и того же сайта по заданному списку запросов: 20 000 и 800 000 рублей за первый месяц. Всего мы исследовали предложения 35 компаний, и нужно сказать, что, к сожалению, это не крайние числа: по возрастающей ~ 40 000, ~ 48 000, ~57 000; по убывающей 606 000, 598 000, 541 000, причем как среди самых дешевых, так и среди самых дорогих предложений оказались как лидеры рынка, так и мелкие игроки.

# 1-я аксиома поисковых систем

«Если на результаты поиска можно влиять, ЭТИМ будут пользоваться в корыстных целях».



# Эволюция поисковых систем

Схема оплаты за запросы становится не рентабельной для клиентов

1. Очень большой разброс цен из-за невозможности точно предсказать стоимость продвижения
2. Невозможно точно спрогнозировать количество посетителей
3. Продвижение занимает несколько месяцев, точный срок предсказать невозможно
4. Высокая конкуренция

# Качество услуг: западная модель

Схема оплаты за услуги:

- Консалтинг
- Проведение работ
- Аренда сервисов



Оптимизатор не ограничен рамками невыполнимых обязательств  
Оптимизатор получает возможность быть честным с клиентом  
Оптимизатор обязуется реагировать качественно и в установленный срок (SLA)

# SLA: сервисы

## Зоны риска:

- Стабильность работы хостинга
- Продление домена
- Неизменность контента в указанном месте
- Предупреждение воровства контента
- Мониторинг конверсии входных страниц
- Проверка соответствия продвигаемых страниц входным страницам в выдаче ПС
- Проверка сайта на аффилированность
- Скачки посещаемости
- Индексация страниц сайта

# SLA: реакция в критических ситуациях

## Отказ хостинга:

- Зафиксировано более 2 отказов хостинга за месяц: оптимизатор в течении 48 часов проводит работы, обеспечивающие стабильность хостинга;

## На сайте обнаружен вирус:

- Оптимизатор в течении 4 рабочих часов устраняет вируса с сайта;

## Воровство контента

- Обнаружен сайт, использующий авторские тексты клиента: оптимизатор в течении 24 часов пишет письмо администратору сайта, также на mail, указанный в whois, а также хостинг-провайдеру, с требованием убрать ворованный контент. Если в течении следующих 24 часов никакие действия не привели к удалению авторских материалов, а сайт размеще на территории РФ, оптимизатор обязуется провести клиенту консультацию по подаче иска о защите авторских прав.

# Консалтинг

Компания вынуждена проводить аналитические и образовательные работы для поддержания актуальности технологий

- Проводить исследования и эксперименты
- Анализировать технологии конкурентов
- Разрабатывать и развивать специализированные аналитические системы
- Пополнять копилку опыта
- Проводить внутренние и внешние семинары
- Повышать квалификацию сотрудников
- Посещать и принимать участие в профессиональных мероприятиях

# Проведение работ

## **[1 неделя от начала работ]**

- Подбор запросов на основе брифа, заполненного клиентом;
- Группировка запросов с указанием входных страниц;
- Согласование запросов и входных страниц с клиентом;

## **[2 недели от начала работ]**

- Составление подробного ТЗ на написание текстов с рекомендациями для каждой страницы;
- Составление ссылочной карты сайта с подробными указаниями о перелинковке страниц;
- Согласование с клиентом ТЗ на написание текстов и ссылочной карты;
- Проведение комплексного SEO аудита;
- Согласование аудита с клиентом;
- Внесение правок в аудит;
- Подготовка ТЗ по доработке сайта на основании аудита;

## **[1 месяц от начала работ]**

- Отчетность о проделанной за 1-ый месяц работе;
- Написание текстов и их согласование с клиентом;
- Доработка сайта и размещение текстов;

# SLA: контроль обязательств

При заключении договора по SLA подразумевает сроки реагирования, а значит должна содержать описание штрафных санкций в случае задержек:

- В случае задержки выполнения обязательств, с исполнителя взимается штраф в размере 0.1% месячной стоимости услуг за каждый час задержки.

# Трафиковое продвижение?

- + Качество
- достаточно сложно понять за какой трафик платить, за какой нет
- трафик зависит от сезонности
- существуют риски при оплате за результат
- конверсия – не цель оптимизатора



# Какую схему выбрать?

Простота:

- Продажа запросов
- Продажа трафика

Качество:

- Продажа услуг



# Оплата за запросы – глобальное заблуждение SEO рынка

*ЛЕОНИД ГРОХОВСКИЙ*

[WWW.ARWM.RU](http://WWW.ARWM.RU)

**Телефон:** +7 (495)  
648-68-65

**Почта:**  
grohovskiy@yandex.ru

**Блог:** [www.grohovskiy.ru](http://www.grohovskiy.ru)