


ДЕНЬ 1

КАТЕГОРИЯ И ЗАПРОСЫ



Орг **вопросы** :)

- Уровень знаний?
 - MPSTATS есть?
 - SEO без оборотки на ВБ не работает*
- 

Наши цели

- Собрать все компоненты успеха по SEO для MAX результата
- На практике лично попробовать все процессы

Основные **компоненты** успеха **SEO**

1. Категория + подкатегории
2. Большое ядро (базы + хвосты)
3. Эффективность использования
- 4. Безопасность бизнеса**

Термины **И** ПОНЯТИЯ

- **База** (основные слова)


куртка женская

- **Хвосты** (дополняющие смысл слова)


куртка **женская**



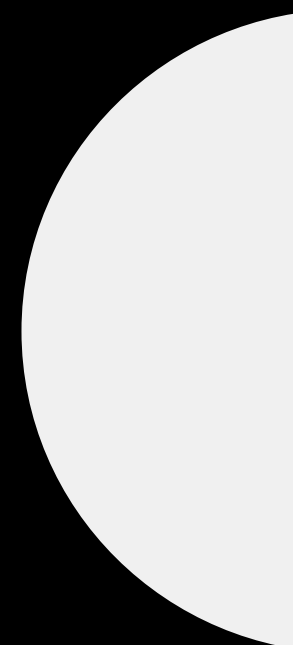
Алгоритм **SEO** на **ВБ**

- Поисковые запросы = произведение баз и хвостов
 - При поиске нам необходимо = иметь эти компоненты в карточке
 - **В тех местах, которые индексируются***
- 

Стратегия **и тактика**

- **Базы** (полезные)
 - **Хвосты** (много/целевые)
- 

БЛОК 1 // **ПРЕСЕТЫ**



Главная SEO особенность ВБ

- Все могут а ВБ нет :)
- Пресеты семантики...

Тезис #1

- [Тайтсы...](#) VS Леггинсы // 1 к 1
- [Джемпер...](#) // 1 к 3

Вывод #1


1. Есть **Базы** по которым наша карточка **никогда*** не попадет в ТОП
2. Некоторые **базы** доступны в сразу **нескольких** категориях
- 3. Логика пресетов практически не существует!**

Тезис #2

- [Эффект лосин...](#)



Вывод #2


- Если у **Базы** нет своей категории она “не пресетна” и идет в ТОП со всеми!
 - Такие могут быть в каждой нише...
- 

Тезис #3

1. [Тайсты леггинсы...](#)
2. [Кроссовки ботинки...](#)

3-ий термин = **двухбазные** запросы

Вывод #3

- С помощью “двухбазных” запросов мы получим много НЧ и СЧ трафика
 - По моим оценкам двухбазный потенциал от 10 до 30%
 - Двухбазный трафик получает карточка у которой есть 2-е базы
 - **НЧ** и **СЧ** и **ВЧ** + 3 термина (Низко, Средне и Высоко Частотные запросы)
- 

Тезис #4

Иногда пресеты обновляются и корректируются

- **1 сценарий (постоянный)** // [Кейс 1](#) / [Категории](#) (очиститель)
- **2 сценарий (блудный сын)** // [Кейс 2](#) ([SERP](#)) / [Категории](#) (мобиль)

Как определить куда “ехать” за своим ядром? :)

Через инструмент [Результаты поиска \(SERP\)](#) смотрим основные запросы

Вывод #4

- Следим за пресетами и проверяйте обстановку за пределами SKU
- Иначе мы можем не заметить как наше ядро уплывет

Решения:

1. Если пресеты **радикально** скорректировались (**меняем категорию**)
2. Если пресеты **частично**/терпимо изменились (**ждем**)

- Средний срок “пены изо рта ВБ” **2-3 недели**

Напрашивается **еще один вывод...**

- А что если категория в которой ваш товар сейчас не самая лучшая?
 1. Новый товар?
 2. Старый товар?


БЛОК 2 //
ПЕРЕЕЗДЫ




Абакан **VS** Москва

- Если открывать магазин то где? :)


Обрезание **семантики** :)

- Категория может определять эффективность!
 - **Мы должны** проверить текущую на спрос/деньги
 - Для нового товара также подбирать категории по этим критериям!
- 

Определяем **гражданство** :)

- Заходим на карточку в MPSTATS
 - Переходим в “Историю позиций” в категориях / Предмет
 - Иногда предмет указан не в том числе, что есть при выборе в кабинете
 - Смотрим “гражданство”
 - **Новые категории появляются постоянно...**
- 

Фартук **обыкновенный**

1. Подумать и предположить основные базовые слова
 2. Смотрим выдачу по основным/желанным для нас запросам [фартук...](#)
 3. Смотрим категории карточек
 4. Определяем какие существуют...
 5. Прикидываем какие подойдут нам
- 


Проверяем **ПОТЕНЦИАЛ ДЕНЕГ**

Проверяем выручки основных представителей

- [фартук кухонный...](#)
- [фартук художественный...](#)
- [фартук рабочий...](#)

Оцениваем **спрос**

Смотрим емкость и частотность запросов

1. Кол-во запросов
 2. Частотность
 3.и пробуем искать пресеты
 - [фартук кухонный...](#)
 - [фартук художественный...](#)
 - [фартук рабочий...](#)
- 

Вывод очевиден

“Художник должен быть голодным!”

© Анри Мюрже



Вывод **менее очевидный**

- Нужно переезжать, переезд может быть крайне эффективным решением!

Правила **переезда**

Предварительно ищем и чекаем варианты категорий на спрос и деньги

Переезд как факт происходит за 1-2 макс 4 дня

1. Меняем категорию (**“Предмет”** в личном кабинете ВБ)
2. Переехать из размерного товара в безразмерный не получится
3. Косметически корректируем карточку (заголовок, поля*)
- 4. В этот период больше ничего не меняем!**
5. При переезде учитывается наша оборотка из другой категории
6. Наблюдаем результат **3-5-7 дней** (запросы/позиции/продажи)

Далее принимаем решение!

Рисков **нет**

При переезде и последующем возвращении позиции вернутся

Важно!

Чтобы за время “теста” новой категории мы не растеряли оборотку

Лайфхак!

Чтобы риск исключить на 100% на время переезда выкупаемся



Переезд #1 Классический

Концепция переезда в релевантную категорию

1. Находим подходящие товару категории
2. Оцениваем запросы
3. Пробуем переехать и смотрим результат

Переезд #2 по Шнурову

Используем способность “переобуваться на лету”

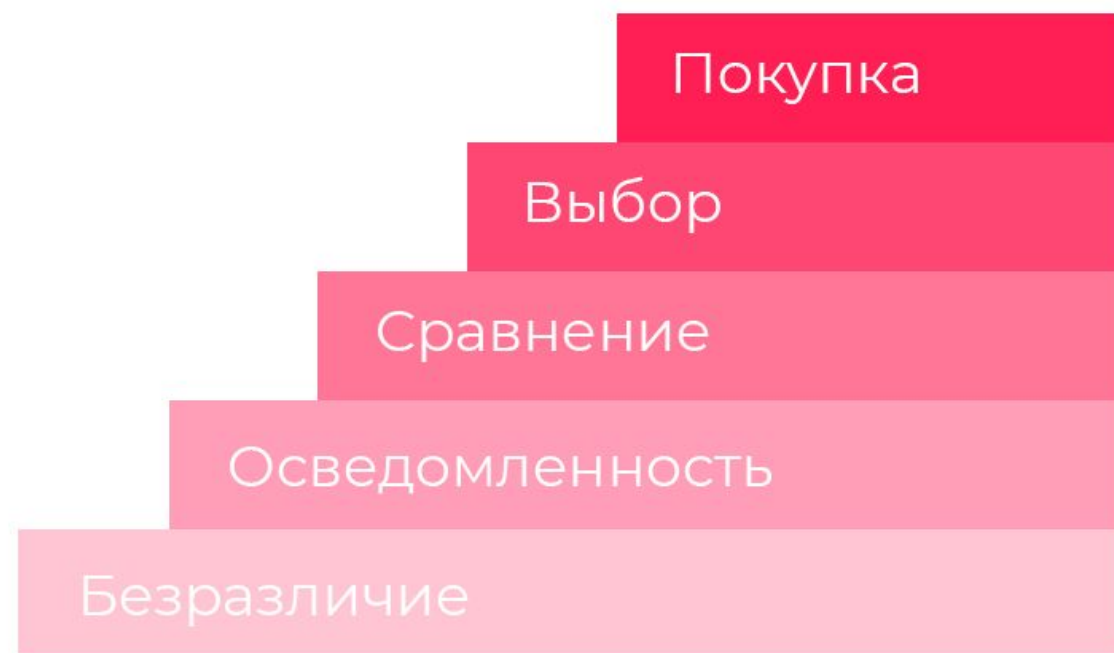
- Если есть “подходящие” категории
- Переезжаем “на юг” если холодно и далее “обратно”
- Продляем жизнь [куртки](#) и делаем ее [ветровкой](#)

Продаем дольше чем обычно

- Обязательно “переоделись по погоде”
- Слой последних отзывов наполняем в “новом статусе”

Переезд #3 по Бену Ханту


- Лестница Бена Ханта
- Определяем где хотим “вытащить” клиента
- ВБ намекает на этот [метод](#)
- Проверяем “гипотезу” переезда в эту категорию / [гирлянда](#)
- **Нет конкуренции и можно продавать дороже!**



Переезд #4 в подарки

- Если наш товар очень хорошо подходит “на подарок”
- Можно на время ярких праздников попробовать переехать в категорию:
/ [Подарочный набор продуктов](#)


Монополизация **категорий**

- Уперлись в “потолок”
 - Если много товара
 - Есть несколько “подходящих” категорий
 - **Переобуваем карточки (анти “рекламная слепота”)**
 - **Уникальный трафик и монополизация общих запросов**
- 

Канибализация = риск

- Нельзя переусердствовать с кол-вом карточек
- Последствия (неликвиды/большие остатки/размазывание оборотки)
- Делайте их оптимальное кол-во до 10 шт в “категории”

Переезд **”юридически”**

1. Стоимость доставки/комиссии могут отличаться
 2. Документы/сертификаты могут отличаться
 3. Возвратный/невозвратный товар
- 

Экстрим на свой страх и риск :)

- [Экстрим #1](#) :)
- [Экстрим #2](#) :(

Готовы к экстриму?



Кейсы +++ **переездов**

[Кейс 1 слаймы](#) (переезд из [рубрики](#))

[Кейс 2 ночнушка](#) (переезд из [рубрики](#))

[Кейс 3 детский набор](#) (переезд из [рубрики](#)) настоящая [категория](#) :)



БЛОК 3 //
СБОР ЯДРА



Ядро собираем **в своей категории**

Нельзя собрать ядро для пуховика у курток...



Быстрый аудит **карточки**

1. Сколько запросов
2. Частотность
3. Позиции
4. Динамика видимости и средней позиции



Сравним с конкурентом

1. Понимаем свой потенциал
2. Ставим себе цель

Сбор ядра (базы и хвосты)

Выбираем оптимальный вариант своей ниши

1. По SKU
2. По запросам (не подходит бикини)
- 3. По словам (браслет)**

Пресетные **признаки**

Их очень легко увидеть и определить

- Берем ТОП конкурента 1-2 SKU (по ВЧ запросу/по деньгам в категории)
- **Определяем 1 или 2, 3 базы (соизмеримы по частоте и релевантны)**
- **Много ВЧ запросов с этими базами (если они пресетны)**
- Пример пресетов с 1 базой [пуховик](#) / [куртка](#)
- Пример пресета с 2-мя базами [легинсы](#)
- Пример пресетов с 3-мя базами [свитер](#)
- **Аванс от ВБ (10-20-30-50-70) [брюки](#)**
- Общие базы не имеет смысл использовать при сборе ядра (одежда)

Сборка ядра **версия 2.0**

- 1. Определяем 1-2-3 пресетных базы **категории** (через ТОП 1-2 конкурентов)**
2. Далее их корни (“лосин” и “леггин” несем в инструмент [“по словам”](#))
3. Базовые, общие слова нас не интересуют (одежда, косметика...)
4. “Слова” чистим в “стоп словах” от лишнего мусора (муж, девоч, мальч, собак...)
5. Если у нас не самостоятельное слово (Мобиль) - **“искать как целое слово”**
6. Если у нас “браслет” собираем через “по запросам” или “по sku”
- 7. Забираем быстро почищенные “запросы” и “слова” в таблицу!**

Оставляем вкладку собранных слов до завершения сортировки

Сортируем слова

1. Расставляем статусы: целевые базы **б** и хвосты **т**
2. Статус **х** (нецелевые) и бренды **!** (если предполагаем их использовать)
3. Мусор пропускаем без статуса (охота)
4. Группы хвостов статус **?** (цвета, возраста, страны и т.д.)


1) Проверяем 200-300 строк слов (по сумм частоте)

или

2) Итого: Хвостов набираем 50-70 штук и Базы берем от 5 до 10 штук

- **Сортируем чтобы собрать все слова со статусами вверх**

Добираем **ИСТОЧНИКИ ОХВАТОВ**

- **подарки** // [добираем ВЧ](#) и перерабатываем на список (**получатель/повод**)
 - **сезонные/событийные** // готовим SEO календарь (через слова и фразы , * , *)
 - **группы хвостов** (ищем, собираем, словарь “подсказывает”, ([чекаем!](#)))
 - **продающие слова** (скидки/распродажа/купить/акция)
- 

Базовая сборка ядра **универсальна**

- Собирать ядро для “ниши” мы можем универсально
- Но если модели товаров отличаются - делаем локальные копии ТЗ для каждой

Домашнее задание :)

1. Дособрать 1 SKU
2. С нуля собрать +2 SKU
3. Подумать над переездом...