

ИСТОЧНИКИ ТРАФИКА НА САЙТ

Source Channel Grouping	Сеансы ? ↓	Новые сеансы, % ?	Новые пользователи ?	Показатель отказов ?	Страниц/сеанс ?	Сред. длительность сеанса ?	Коэффициент транзакций ?	Транзакции ?	Доход ?
	18 862 % от общего количества: 100,00 % (18 862)	65,98 % Средний показатель для представления: 65,84 % (0,21 %)	12 445 % от общего количества: 100,21 % (12 419)	38,33 % Средний показатель для представления: 38,33 % (0,00 %)	5,52 Средний показатель для представления: 5,52 (0,00 %)	00:04:49 Средний показатель для представления: 00:04:49 (0,00 %)	4,23 % Средний показатель для представления: 4,23 % (0,00 %)	797 % от общего количества: 100,00 % (797)	
1. Organic Search	10 180 (53,97 %)	73,71 %	7 504 (60,30 %)	33,68 %	5,67	00:04:40	3,78 %	385 (48,31 %)	
2. Paid Search	2 961 (15,70 %)	68,15 %	2 018 (16,22 %)	38,94 %	5,08	00:03:39	2,70 %	80 (10,04 %)	
3. Direct	2 513 (13,32 %)	62,08 %	1 560 (12,54 %)	36,85 %	6,81	00:06:30	7,60 %	191 (23,96 %)	
4. Referral	1 645 (8,72 %)	13,25 %	218 (1,75 %)	33,86 %	5,96	00:07:33	7,05 %	116 (14,55 %)	
5. Display	1 250 (6,63 %)	83,28 %	1 041 (8,36 %)	84,08 %	1,57	00:00:49	0,08 %	1 (0,13 %)	
6. Social	181 (0,96 %)	25,41 %	46 (0,37 %)	35,91 %	9,31	00:10:40	4,42 %	8 (1,00 %)	
7. Email	59 (0,31 %)	30,51 %	18 (0,14 %)	28,81 %	8,49	00:08:49	18,64 %	11 (1,38 %)	
8. (Other)	58 (0,31 %)	43,10 %	25 (0,20 %)	48,28 %	5,60	00:04:55	8,62 %	5 (0,63 %)	
9. Other Advertising	15 (0,08 %)	100,00 %	15 (0,12 %)	26,67 %	3,27	00:03:35	0,00 %	0 (0,00 %)	



Google Search

I'm Feeling Lucky

Organic Search

Переходы на сайт с поиска любой поисковой системы.

Преимущества:

- Доверие. Так как в органической выдаче нет прямого упоминания о рекламе, как в контексте большинство пользователей доверяют именно ей.
- Стоимость одного перехода. Если брать в комплексе – стоимость 1 перехода на сайт у SEO одна из самых низких. При этом у SEO один из самых высоких показателей конверсии.
- Длительный эффект. После прекращения ведения сайта органический трафик будет уменьшаться только спустя пару месяцев.
- Узнаваемость бренда. Постоянное присутствие в верхних строчках результатов поиска в течение длительного времени приведет к повышению узнаваемости бренда и построению хорошей репутации.
- Широкий спектр возможных тематик сайта.

Якісний смартфон Xperia X - sonymobile.com

Реклама www.sonymobile.com/ ▼

Оснащений 23 мегапіксельною камерою та 5 дюймовим Full HD дисплеєм

Смартфони - купить смартфон в Киеве, цены в интернет-...

allo.ua > Мобильные телефоны и смартфоны ▼

ALLO.ua >>> Купить смартфоны по лучшим ценам, тел. ☎: 0-800-300-100 ***

Поможем подобрать лучший смартфон ✓ Профессиональная ...

Недостатки:

- В конкурентных тематиках очень сложно пробиться. Приходится искать нишу, где ваш бизнес имеет преимущества.
- Срок вывода слов. Улучшение видимости сайта в ПС можно наблюдать уже через несколько недель, но срок вывода ключевых слов достаточно большой.
- Возможны санкции со стороны ПС.



Direct

Прямые заходы на сайт с закладок или пользователь вводил вручную url сайта. Характерен для уже хорошо узнаваемых сайтов.



Display

Переходы с медийной рекламы или с баннеров. Один из самых дешевых видов трафика, но и менее конверсионный. Направлен, больше частью, для повышения узнаваемости бренда.





Referral

Переходы с других источников на сайт. Пользователь заинтересовался информацией на вашем сайте, узнав о нем из другого ресурса.

Social

То есть переходы с социальных сетей. Похож на реферальный трафик, но внешним ресурсом являются социальные сети.

E-mail

Переходы на сайт из электронной почты.

Paid Search

Или контекстная реклама. При грамотной ее настройке имеет высокий конверсионный показатель. Показывается в специальных блоках перед органической выдачей. Из минусов можно отметить высокую стоимость за переход и модерацию тематик сайта.

Доставка Суши По Харькову - Вкусный Подарок к Любому Сету

[Ad](#) www.yaposhka.kh.ua/ ▼

Япошка - Пожалуй, Лучшая Доставка Харькова. Убедитесь Сами Уже Через Час!

Доставка суши Харьков - Вкуснейшие суши на дом - kiwi.kh.ua

[Ad](#) www.kiwi.kh.ua/Суши_в/в_Харькове ▼ 068 304 8016

Новая доставка суши и роллов. Быстро, вкусно, большие порции. Отличный сервис

Бургеры с телятиной · Бургеры с рыбой · Бургеры с курицей · Бургер тофу

Салаты · Лапша · Суши · Бургеры · Супы

Суши доставка - Новые суши сеты - yaki.kh.ua

[Ad](#) www.yaki.kh.ua/ ▼

Все хиты японской кухни. Доставка Якитория - Качество суши гарантированно!

Доступные цены · Попробуй новое меню · Доставка по Харькову

Услуги: Японская кухня, Азиатская кухня, Европейская кухня

Филадельфия · Сити Стар сет · Сяке сет лодка · Спайси Сет · Цезарь сет · Унаги сет

Филадельфия сет - €379.00 - Лосось +сыр Филадельфия · More ▼

Доставка Суши В Харькове - Точно понравится - mafia.ua

[Ad](#) www.mafia.ua/Доставка_Суши ▼

Правильные Суши из Ресторана Mafia. Скидка на Суши Прямо Сейчас -10%.

Доставка из первых рук · Натуральные продукты · Еще сомневаешься - Звони

Гранд сет · Сет Сякэ Премиум · Сяке Унаги Сет

ЧТО ТАКОЕ SEO



Search Engine Optimization – меры по внутренней и внешней оптимизации, для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей. Можно классифицировать на внутреннюю и внешнюю.

Внутренняя – работа непосредственно с сайтом.

Внешняя – работа над ссылочным профилем и упоминаниями о бренде.

ЗАЧЕМ НУЖНО SEO





ВИДЫ SEO

ЧЕРНОЕ SEO



- **Линкфарминг** – черные способы продвижения, основанные на создании сети веб-ресурсов с целью «разведения/выращивания» ссылок, указывающих друг на друга. Таким образом происходит взаимное наращивание ссылочной массы. Элементы сети обычно не имеют вразумительного содержания.
- **Автоматическая генерация текстов.** Создание объёмных статей машинным методом или выборочным копированием частей текстов с различных сайтов.,
- **Невидимые ссылки**, анкором которых являются знаки препинания (точки, запятыя). Также к black SEO относится использование ссылок, привязанных к невидимым для человеческого глаза картинкам размером 1x1.
- **Скрытый текст**, наполненный огромным количеством ключей. Используется слишком мелкий шрифт и/или одинаковый цвет текста и фона, что делает его невидимым для людей, но доступным для индексации поисковыми роботами.
- **Клоакинг.** Этот метод также относится к black SEO и подразумевает отображение нескольких видов контента: один (интересный, полезный) – для пользователей, другой (корявый, с ключевыми запросами) – для поисковых ботов. При этом каждый из них видит только предназначенный ему текст.
- **Создание дорвеев** – черное SEO, использующее одностраничники или полноценные веб-ресурсы, часто автоматически сгенерированные, наполненные низкокачественным, бессмысленным контентом с высокой плотностью НЧ и СЧ запросов, по которым они быстро продвигаются в ТОП. Далее настраивается перенаправление трафика (автоматически или с помощью ссылок и баннеров) на веб-ресурс, «заточенный» уже под людей и приносящий основную прибыль.

БЕЛОЕ SEO



Белое SEO подразумевает работу над сайтом и его внутреннюю оптимизацию, в соответствии с рекомендациями поисковых систем. Внешняя ссылочная масса «наращивается» естественным образом.

ЭВОЛЮЦИЯ АЛГОРИТМОВ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ НА ПРИМЕРЕ GOOGLE



1998 – Появления ПР


Первый шаг Google был изобретения Пейдж Ранга. Работа его основывалась на том что чем больше сайтов ссылается на страницу тем больший ПР она имеет, также учитывался вес страницы донора тем больший вес она передает страницы акцептору.

2003 – «Касандра»

Влияние ссылок стало не только положительным, но и отрицательным. Скрытые ссылки и тексты теперь наносят вред сайтам. Попытка борьбы против переоптимизации и продажности.

2003 – «Фриц»

С этого момента отменены ежемесячные обновления выдачи, теперь она обновляется ежедневно.



2004 – «Остин»

Шаг в борьбе с невидимым текстом и переспамом.

2004 – «Бренди»

Одно из наиболее серьезных изменений в алгоритмах Google. С этого момента Google понимает синонимы, изменен подход к анализу ключевых слов в тексте.

2005 – NoFollow

Появился тег nofollow, это решение было направлено на борьбу со спам ссылками. Естественно, это очень сильно сдвинуло ссылочные веса, и выдача серьезно изменилась.

2005 – Персонализированный поиск

С этого момента Google начал учитывать историю поиска пользователей и персонализировать выдачу согласно их предпочтений.

2007 – «Остин»

Google с этого момента учитывает траст сайта. Теперь молодые сайты не могут занимать первые места в поиске до момента набора авторитета в поисковика.

2008 – Динамические подсказки.

Появляется всем знакомое выпадающее меню, сделано для облегчения ввода запроса.

2010 – АП май дей

Изменился подход к запросам с множеством слов, именуемым «длинный хвост»

2010 - «Кофеин»

Очень большое обновления. Выдача в реальном времени, очень сильно изменен подход к внутренней оптимизации. Частота и качество обновления контента на сайте стает на порядок важнее. С этого момента учитываются технические аспекты сайта, вплоть до скорости загрузки. Обновления направленные на улучшения самого сайта, а не наращивание внешних факторов.

2011 – «Панда»

Одно из самых крупных обновлений затронуло 12% сайтов всего мира. Обновления направлены на улучшения качества контента сайта.



2012 – «Венеция»

Теперь есть гео-зависимые запросы. Пользователям стали выдаваться разные результаты в зависимости от их местонахождения.



2012 – «Пингвин»

Алгоритм направленный против сайтов, злоупотребляющих ссылками. Затронул порядка 3%-3.5% выдачи. Начал анализировать истории ссылочной массы и бороться с спам методами продвижения. Сайты, использующие такие методы были понижении, или вовсе удалены с выдачи.

2012 – Авторский АП

С этого момента Google наказывает сайты за нарушение авторский прав.

2013 – «Колибри»

Теперь выдача более органичная, Google отходит от поиска ключевых слов и начинает ориентироваться на синонимы. По всей видимости, запуск алгоритма был необходим для более точного показа результатов поиска при использовании голосового поиска.

2014 –«Голубь»

Теперь поисковик при геозависимы запросах отдает преимущество наиболее информативным локальным ресурсам.

2015 – «Hacked Spam»

Алгоритм направлен на борьбу со взломанными сайтами. Теперь, помимо предупреждения о вредоносном содержании сайта в поисковой выдаче эти сайты пессимизируются.

2015 – «Mobile friendly»

Еще одно крупное обновление, прозванное «Mobilegeddon» из-за своего огромного влияния на мобильную выдачу. С этого момента в выдаче можно наблюдать такую надпись:

[m.allo.ua](#) › [klass-kommunikator_smartfon](#)

Для мобильных - ALLO.ua >>> Купить смартфоны по лучшим ценам, тел. ☎: 0-800-300-100 *** Поможем подобрать лучший ...

2016 Сентябрь – Пингвин

Очередное крупное обновление алгоритма, направленного на борьбу с «покупными» ссылками. Алгоритм стал частью основного и стал обновляться в реальном времени.

2016 Ноябрь - Google mobile-first


При сканировании страница боты Google отдают предпочтение мобильной версии сайта. При ее отсутствии сканируют десктопную.

2017 Март – Fred


Направлен на борьбу с неестественными ссылками из PBN, а также спамными ссылками с мертвых форумов.


РАНЖИРОВАНИЕ САЙТА

Что это такое и как влиять на него



Ранжирование - порядок сайтов в поисковой выдаче, применяемой в поисковых системах.

- 
1. Возраст домена. Чем старше домен, тем лучше.
 2. Название домена.
 3. Заголовки — важнейшая часть страницы после самого контента.
 4. Описание страницы meta description.
 5. Количество вхождений ключевой фразы.
 6. Объём статьи.
 7. Списки и таблицы.
 8. Уникальность контента.
 9. Уникальные изображения.
 10. Регулярное обновление контента сайта.
 11. Исходящие ссылки на авторитетные сайты.
 12. Входящие внутренние ссылки на страницу и их анкор.
 13. Количество страниц с 404 ответом сервера.
 14. Ошибки в тексте.
 15. Возраст страницы.

- 
16. Глубина вложенности страницы.
 17. Скорость загрузки страницы.
 18. Количество страниц в поиске.
 19. Карта сайта.
 20. Сертификат SSL.
 21. «Хлебные крошки».
 22. Входящие ссылки с различных доменов.
 23. Ссылки с образовательных и государственных сайтов.
 24. Входящие ссылки с сайтов близкой по тематике.
 25. Входящие ссылки с сайтов внутри одной страны.
 26. Возраст обратных ссылок.
 27. Микроразметка Schema.org.
 28. Социальные факторы.
 29. Наличие реального физического адреса офиса.
 30. Количество рекламы на странице.
 31. Мобильная версия.

ФИЛЬТРЫ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ



**ГДЕ БРАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ
ИНФОРМАЦИЮ**



<https://www.searchengines.ru/>



Search Engine Land

<http://searchengineland.com/>



MOZ

<https://moz.com/blog>



Devaka

персональный seo блог

<https://devaka.ru/>



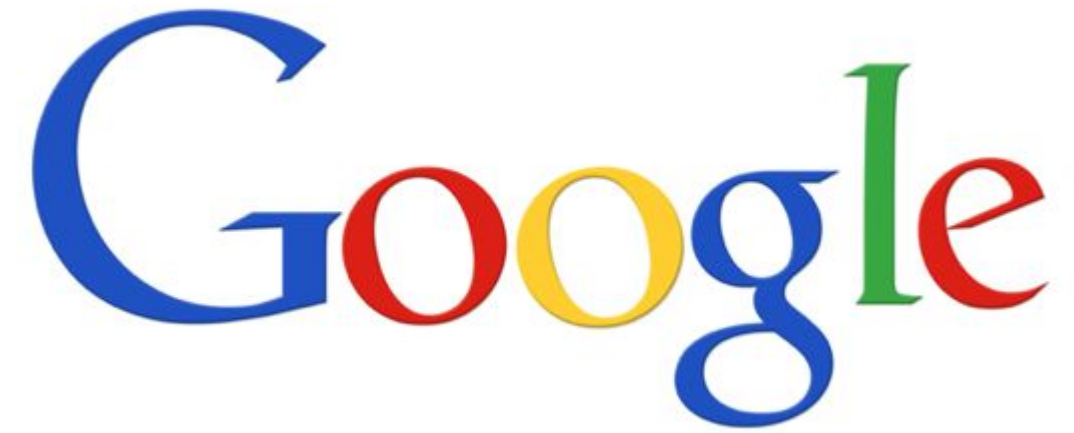
seo news

<https://www.seonews.ru/>



Shakin.ru

<http://shakin.ru/>



<https://productforums.google.com/forum/>