

# SEM: ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ

**SEM** или поисковый маркетинг представляет собой набор инструментов, методов и стратегий, которые помогают нам оптимизировать видимость сайтов и веб-страниц через поисковые системы, такие как: Google и Yandex. Иными словами, при помощи **SEM** мы можем лучше позиционировать наши вебсайты среди результатов поисковиков.

Например, когда пользователь Испании или Великобритании ищет компанию по созданию сайтов или агентство интернет-маркетинга в Испании или Великобритании — он набирает ключевые слова, которые связаны с нашим брендом и регионом. При помощи **SEM**-инструментов мы даем возможность поисковым системам считывать нужные ключевые запросы с нашего сайта и предоставлять пользователю в результатах поиска. Таким образом, пользователь находит нас.

Как правило, страницы поиска в Google показывают два типа результатов:

Результаты органического поиска

Результаты платной рекламы

---

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОРГАНИЧЕСКОГО ПОИСКА

---

Органические или естественные результаты должны показываться в центре страницы Google или Yandex. При отсутствии платной рекламы по аналогичным ключевым запросам, органические результаты показываются в первых строчках поисковиков.

Чтобы выяснить, какие из предложений отображать, поисковая система использует алгоритм, который сообщает: какие вебсайты могут лучше всего отвечать на конкретный запрос. Например, алгоритм Google в основном основан на релевантности (веб-контент) и авторитете (ссылки с других страниц). Набор методов и инструментов, используемых для органического позиционирования в списках поисковика, известен как SEO — поисковая оптимизация.

# РЕЗУЛЬТАТЫ ПЛАТНОЙ РЕКЛАМЫ

---

Они обычно отображаются вверху и в столбце справа. В отличие от обычных списков, здесь рекламодатель должен платить сумму за каждый клик, который он получает. Чтобы получить трафик, покупая рекламу в поисковых системах, вам нужно обратиться к рекламным решениям для поисковых систем, таким как Google Ads. Эта система также называется PPC — оплата за клик или CPC — цена за клик.

Маркетинг в поисковых системах охватывает как методы SEO, так и рекламу в поисковых системах. Однако на практике большинство маркетологов используют SEM исключительно на рекламу в поисковых системах, то есть на платные результаты. Чтобы избежать путаницы, в этом случае мы будем использовать SEM как синоним «рекламы в поисковых системах».

# ЗАДАЧИ, КОТОРЫЕ УСПЕШНО РЕШАЕТ ПОИСКОВЫЙ МАРКЕТИНГ:

- Привлечение теплых клиентов, которые уже заинтересованы в продукте или услуге. Ведь вводят они конкретный поисковый запрос и ищут определенный товар или услугу.
- Увеличение качественных характеристик сайта, которое достигается через SEO-оптимизацию — элемент SEM-стратегии. Для поисковиков важно, чтобы ресурсы, которые показываются, были технически выверены: визуальные, текстовые или маркетинговые ошибки недопустимы.
- Улучшение видимости сайта. В процессе работы видимость ресурса для поисковиков будет расти за счет увеличения трафика, изменения поведения пользователей и повышения их лояльности, а также появления новых обратных ссылок.
- Рост конверсии и продаж. Благодаря SEM привлекается качественный трафик. А значит те пользователи, которые пришли на сайт, готовы покупать и охотно делают это.
- Охват аудитории. Этот показатель будет расти. Потому как число новых поисковых запросов постоянно увеличивается. А значит и потенциал емкости целевой аудитории практически не ограничен.

# ПРИМЕНЯЕМЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

---

## □ Контекстная реклама

Графические или текстовые рекламные объявления, размещенные в результатах поисковой выдачи, а также на сайтах-партнерах Яндекс и Google. Показываются пользователям в ответ на их запрос в поисковиках.

## □ Поисковая оптимизация

Действия, которые направлены на поддержание актуальности ресурса для поисковиков. Инструмент нацелен на улучшение качества и рост привлекательности интернет-ресурса для целевой аудитории. Благодаря переходам пользователей на сайт, место ресурса в поисковой выдаче поднимается автоматически. Происходит это относительно бесплатно. То есть за рекламу не платят, поисковик автоматически определяет продвигаемый ресурс как популярный.

## □ SMM

Метод поискового маркетинга, результат которого достигается через публикацию информации и общение с пользователями в социальных сетях. Яркая подача контента, вовлекающие форматы и, конечно, информативность — то, что принесет результат. А если приправить видео и аудио-контентом, результат не заставит себя долго ждать. Здесь стоит отметить таргетированную рекламу и агентов влияния в соцсетях. К ним, вероятно, также придется обратиться — естественным путем привлечь аудиторию в сообщество весьма сложно.

Стоит отметить, что продвижение через SMM подходит не всем компаниям. Так, для продажи специализированного промышленного оборудования сообщество или страница в социальных сетях не будут результативным каналом привлечения клиентов.