

# Почему сложные вещи не работают в SEO

По крайней мере, не так,  
как вы от них ждете  
или разговор о волшебной кнопке

# Как работает современный поиск

- Есть запросы пользователя
- Есть общие правила ранжирования
- Есть допиливание поиском выдачи в рамках MatrixNet и других алгоритмов на базе машинного обучения

# Получается, что

- На каждый запрос свой набор правил
  - По соседним кластерам могут отличаться требования к тексту и прочим компонентам документа, а с последними изменениями и внутри кластера уже не все так однозначно
- По сути получается, что правил нет. Они есть, но новых общих - нет.

# К чему это приводит

- Отрабатываем основные правила
- Заботимся о качестве сайта и контента
- И все
- Скучно, да?



**Stanislav Stavsky** 😏 был настроен саркастически.

23 августа в 14:09 · 🌐

Друзья оптимизаторы, ведь все идет к тому, что скоро авторитетному ресурсу достаточно будет прописать тайтлы по шаблону и на этом закончить текстовую оптимизацию? -)

# Давайте пройдемся по новому

- Коммерческие факторы
- «Белые» поведенческие
- Текстовый анализ

# Коммерческие факторы

- Быстро исчерпывается чек-лист по ним
- Быстро копируются КФ с конкурентов
- Не все КФ одинаково полезны

# Поведенческие факторы

- Сколько человек должен проводить времени на сайте пиццерии из одной страницы? А если будет сто страниц? А если в сниппете будет телефон? А если AMP (или турбо)?
- Два сайта: с подробным изложением по услуге и только с ценником – что лучше с точки зрения ПФ?
- Вы верите в магию эмоджи в сниппетах?

# Поведенческие факторы

- Сколько запросов вы сможете отработать в месяц, тюнингую снippets и вылизывая страницы через контроль поведения?
- Как вы планируете анализировать влияние от изменений на сайте, если передвинете ссылку на свойства товара или увеличите размер шрифта? Через среднее по больнице?

# Текстовый анализ

- Проверьте рекомендованные показатели для топ1 в выдаче любым анализатором – это очень весело.
- Как вы планируете оптимизировать через работу с ТА кластер в 20 запросов?
- Если у всех в топе разные показатели по вхождениям, то ТА бесполезен.

# Что там еще новенького?

- Крауд?
- Контент-маркетинг?
- Создание агрегаторов?

Это вообще не SEO, а нечто другое

# Ах, да, Королев! Вопросы!

- Теперь вы не будете стараться делать вхождения всех ключей из кластера?
- Откажетесь от расширения семанта?
- Откажетесь от текстов в категориях?

Только не обманывайте себя сами.

# Это все не работает?

- Нет, работает
- Но надо менять подход в работе
- Тонкие методики встраивать в общую стратегию проработки сайта в целом

И главное: перестать слепо верить –  
Рулит итеративный подход!

# Как это делать

- Проработка по базовым технологиям
- Аналитика: сколько и чего попало в топ
- Режем на кластеры по типу возможного тюнинга, прорабатываем
- Аналитика по кластеру
- Режем кластер на подкластеры (или, наоборот, объединяем) и так далее

# На пальцах

- Собираем семантику, кластеризуем, формируем структуру сайта, оптимизируем документы (вхождения), обеспечиваем возможность лида
- Что-то вылезет сразу
- Что не вылезло, делим по типу документов, применяем некое общее правило: допустим, размещаем цены в каждом тексте об услуге
- Опять часть документов пойдет вверх
- Выделяем документы, на которые могут быть размещены видео, пишем видео, ставим
- Что-то вылезет. Где не вылезло или упало – экспериментируем с длиной видео
- И так далее

# Совсем на пальцах про ТА

- Ставим по одному вхождению ключа из кластера на всех посадочных — это тупо быстрее и неспамно
- Что-то вылезет сразу
- Что не вылезло, делим на те, что просели и те, что не выросли.
- Просевшие проверяем на переспам, а потом корректируем с помощью текстового анализатора
- Где нет динамики, можем уплотнить объем вхождений — это тоже тупо быстрее
- И так пока не исчерпает себя работа с ТА
- Когда больше делать по ТА нечего — эксперименты!

# SEOHOWTO.RU/**COURSE**

- Первое занятие уже 6 сентября!
- Последние места
- Скидка для участников этого вебинара от цены на сайте – 3000 рублей до 31 августа по коду **29AVG**