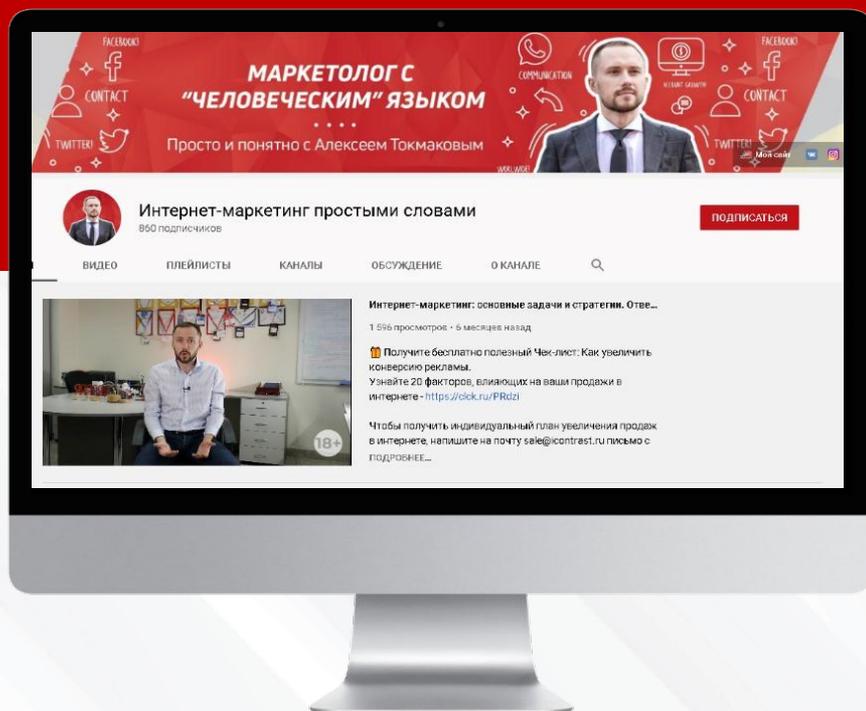


SEO - ПРОДВИЖЕНИЕ **полный** **список работ**

**Как сэкономить 480 000 рублей в год
и продвинуть сайт самому, не обращаясь
в агентство?**



Алексей Токмаков

**Сооснователь
агентства «Контраст».**

Веду блог на ютубе
для предпринимателей
и маркетологов

SEO-продвижение

комплекс мероприятий,
направленных на поднятие
позиций сайта по
определенным запросам в
результатах выдачи поисковых
систем с целью увеличения
органического
трафика



КРІ - инструмент измерения достижения целей.

- **Позиции по запросам в поисковых системах**
- **Объем поискового трафика**
- **CPA/ROI**
- **Работа над сайтом**



Необходимые инструменты для оценки эффективности продвижения:

- Сервисы для анализа трафика на сайте:
Google.Analytics и Яндекс Метрика
- Сервис мониторинга позиций Топвизор
- CRM или колтрекинг - для измерений бизнес-метрик



Структура SEO- работ

- Техническая оптимизация
- Внутренняя оптимизация
- Внешняя оптимизация
- Юзабилити-аудит и доработки сайта
- Региональное продвижение

Техническая оптимизация -

комплекс работ, направленных на проверку и исправление технических ошибок сайта.

Без выполнения технической оптимизации страницы сайта могут некорректно индексироваться или не индексироваться совсем



Что нужно проверить в рамках технического аудита:

- Анализ файла robots
- Анализ файла sitemap
- Проверка на наличие дублей сайта и технических индексируемых поддоменов
- Проверка на наличие дублей страниц внутри сайта
- Проверка тегов в структуре html
- Анализ URL

Что нужно проверить в рамках технического аудита:

- Анализ метатегов и заголовков H1
- Анализ корректности форматирования контента
- Проверка наличия битых ссылок
- Анализ скорости загрузки сайта
- Анализ отображения в мобильных устройствах
- Проверка на наличие клоакинга, дорвеев, облака тегов, попандеров
- Проверка на наличие индексируемых внешних исходящих ссылок



Внутренняя оптимизация -

**комплекс работ по разработке
стратегии продвижения и
корректировке содержимого
сайта**

Работы в рамках внутренней оптимизации:

- Сбор поисковых запросов
- Кластеризация (распределение) поисковых запросов по страницам
- Принципы кластеризации:
- Корректировка структуры сайта и перелинковка
- Написание и размещение оптимизированных текстов
- Оптимизация метатегов - title, description и keywords
- Оптимизация заголовков H1
- Оптимизация названий товаров в листинге (для интернет-магазинов)

Юзабилити-аудит

проверка сайта на удобство работы, понятность функционала и интерфейса для пользователя.



Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Номер телефона расположен в шапке на видном месте
- В шапке сайта размещён логотип компании с переходом на главную страницу сайта
- В шапке сайта есть слоган или краткое описание деятельности.
- В шапке сайта (и футере) есть альтернативные способ связи - емейл, кнопка "Заказ звонка"
- Названия пунктов меню краткие и понятные для пользователей. В меню сайта сделан акцент на важной информации.

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Текущий раздел, в котором находится пользователь, визуально выделен.
 - На внутренних страницах есть «хлебные крошки» с правильной структурой.
 - Важная информация на странице размещена в первом экране
 - Кнопки в дизайне выглядят, как кнопки; на них хочется нажимать.
- На сайте нет незаполненных пустых страниц.

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Формы связи и отправки сообщения содержат минимум обязательных полей.
- В формах отмечены обязательные поля.
- Производится проверка правильности введенных данных в поля формы.
- Кнопка отправки заявки яркая и заметная.
- После отправки данных пользователь точно знает, что данные отправлены.

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Страница 404 оформлена в стиле сайта и содержит важные разделы сайта, чтобы не терять пользователя
- Мобильная версия сайта корректная - телефон отображается сверху, страницы смотрятся аккуратно, информация понятная
- Быстрый доступ к кнопкам СТА - возможность заказать звонок или получить консультацию есть на каждой странице
- Наличие уникального фавикона.

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Наличие страницы "Контакты" с подробным адресом, телефоном, реквизитами, ссылками на соц сети,
- местоположением на карте, графиком работы
- Наличие страницы "О компании" с подробной информацией о компании, с фото сотрудников
- Телефоны обрамлены в тег tel - можно перейти в вызов при нажатии на номер телефона в мобильной версии

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Кнопка "Наверх" предусмотрена на страницах сайта
- Отсутствие лишней анимации, которая вызывает раздражающий эффект
- Единый стиль интерфейса для всего сайта
- Всплывающие окна легко закрываются
- Наличие конверсионных сервисов - сервис обратного звонка, онлайн-консультант и тп
- Наличие возможности отправки сообщений в мессенджеры
- Наличие поиска на сайте

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Наличие качественных фото на сайте
- В меню сайта есть вся необходимая (продвигаемая) продукция и основные разделы (к любому разделу сайта необходимо добираться в 1 клик)
- Продуманные страницы товаров/услуг (наличие УТП, форм с СТА, подробного описания товаров, отзывов, наших преимуществ, калькуляторы, таблицы с ценами)
- Наличие разделов/блоков доверия на сайте - почему мы? наши клиенты, отзывы, фото компании, видео о компании

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Анализ топовых конкурентов на функционал и разделы
- Наличие раздела "Доставка и оплата"
- Анализ листингов - наличие иконок "хит продаж", "Акции", "Выбор покупателей"
- Анализ листингов по сравнению с топовыми конкурентами - цена, кнопка, размер, функционал
- Анализ листингов - количество товаров в категории
- Анализ карточек товара - указание цены с валютой
- Анализ карточек товара - фото и видео

Что необходимо проверить в рамках юзабилити-аудита:

- Анализ карточек товара - наличие преимуществ компании
- Анализ карточек товара - раздел "вы смотрели ранее"
- Анализ карточек товара - раздел "с этими товарами также покупают/смотрят"
- Анализ карточек товара - наличие кнопки "купить" через корзину
- Анализ карточек товара - наличие кнопки "купить в 1 клик"
- Анализ карточек товара - наличие отзывов
- Анализ карточек товара - наличие характеристик



Внешняя ОПТИМИЗАЦИЯ -

комплекс работ,
направленный на
размещение ссылок
на продвигаемый сайт
на сторонних ресурсах

Работы в рамках внешней оптимизации:

- Покупка внешних ссылок
- Регистрация в тематических агрегаторах, справочниках и каталогах
- Систематическое отслеживание качества имеющейся ссылочной



Региональное продвижение

**стратегия,
используемая в случае,
если продвижение
происходит
по нескольким
регионам**



Регулярные SEO-работы

Также необходимо ежемесячно проводить работы по отслеживанию различных проблем на сайте, а также постоянно улучшать его. Без регулярных работ невозможен постоянный рост и развитие сайта



Типичные ошибки при самостоятельной оптимизации сайта

- Отсутствие стратегии продвижения и понимания конкурентной среды
- Долгий период внедрения изменений на сайт
- Отсутствие регулярности работ и аналитики
- Неэффективная структура сайта (продвигаем много слов на маленьком количестве страниц)



SEO
ERROR

Типичные ошибки при самостоятельной оптимизации сайта

- Дубли страниц внутри сайта.
- Плохо оформленные страницы без СТА с низкой конверсией и плохими ПФ.
- Отсутствие мобильной версии сайта (или ошибки в мобильной версии)
- Семантическое ядро, составленное полностью из ВЧ запросов



Итог



SEO - один из самых перспективных и выгодных в долгосрочной перспективе канал привлечения клиентов на сайт. В рамках работ по SEO развивается сайт, страницы становятся понятнее и удобнее для пользователя. Результат от оптимизации сайта сохраняется даже после прекращения работ по SEO.