

Продвижение в интернете – есть ли будущее? Какое оно?

Арсланов Михаил
SEO-специалист

Цели продвижения

- Получение прибыли
- Охват аудитории

Единственный путь к достижению прочной устойчивости жизни — непрерывное движение вперед.

- *Генри Уоллес (министр финансов США с 1945 г)*



Охват аудитории

Сеть одновременно увеличивает **простор** для распространения товаров и услуг, расширяет свободу выбора потребителя и дает базу для **развития бизнеса.**



Хороший интернет-маркетолог:

- Исследователь
- Аналитик
- Психолог
- Дизайнер
- Писатель
- Специалист по SEO



Что такое SEO?

SEO (Search Engine Optimization, поисковая оптимизация) – это всестороннее развитие и продвижение сайта для его выхода на первые позиции в результатах выдачи поисковых систем (SERPs) по выбранным запросам с целью увеличения посещаемости и дальнейшего получения дохода.





Как подготовить сайт к началу продвижения

- Выявить его недостатки
- Определиться с позиционированием
- Провести оптимизацию
- Составить план продвижения
- Сформировать рекламные компании



Продвижение

**Прямая
реклама**

**Естественное
продвижение**



Выявление недостатков

1. Не получаем звонков, заказов, покупок = есть проблемы с сайтом



Выявление недостатков

2. Клиент не видит сайт, значит на него не попадает = теряем потенциальных покупателей



В выявлении недостатков поможет две вещи – его аудит и определение позиционирования сайта



Технический аудит – зачем?

Из-за требований поисковых систем Google и Yandex, четкое следование правилам, а так же безотказность работоспособности сайта и комфортный для посетителей дизайн - являются одним из важнейших факторов, определяющих положение сайта в поисковой выдаче. То есть, пренебрежение технической стороной организации ресурса, а так же регулярные проблемы с программными и организационными недочетами, вполне могут привести к потере положения сайта, санкциям и как следствие - масштабному оттоку посетителей и целевых клиентов.



Аудит сайта. Этапы

1. Анализ кода сайта
2. Сбор и анализ основной информации о сайте, домене, хостинге и проверка настроек сервера.
3. Анализ структуры сайта, количества страниц, возможных переходов, проверка корректной работы отдельных составляющих ресурса вместе с системой общего управления ресурсом.
4. Диагностика ошибок в построении ссылок, анализ навигации, поиск несуществующих страниц и выявление связанных с этим недочетами проблем
5. Анализ общей верстки ресурса
6. Проверка работы графики сайта, поиск дублей и несоответствий
7. Составление отчёта



Позиционирование

Позиционирование сайта, помимо выстраивание обычной стратегии позиционирования вашего товара, ваших услуг, должно включать в себя:

1. Выбор приоритетной поисковой системы
2. Выбор целевой аудитории
3. Планирование охвата рынка
4. Ориентация на мобильность



Оптимизация сайта

Основные задачи оптимизации сайта:

1. Исправление ошибок структуры сайта
2. Создание новых элементов: разделов, статей, активных полей
3. Корректировка описания страниц сайта, его оптимизация под поисковые системы
4. Регистрация сайта в различных сервисах и его интеграция с поисковыми системами



План продвижения

План продвижения определяет:

- Интенсивность наполнения сайта контентом
- Необходимость и бюджеты рекламных компаний
- Необходимость и частоту акций
- Обмен или закупку ссылок
- Необходимость ведения групп в социальных сетях, их интеграция
- План доработок сайта, в случае невозможности его полного исправления в результате оптимизации



Рекламные кампании

Таким образом рекламные кампании можно разбить на 3 вида:

1. Реклама через поисковики (сервисы Яндекс.Директ и Google.Adwords)
2. Прямая реклама (когда вы заключаете с сайтом, группой в соц.сетях или каналом платформы прямое соглашение о рекламе)
3. Реклама через онлайн-платформу (запускается на всём ресурсе, например реклама вконтакте, реклама в инстаграме, на платформе Twitch.com и прочих)



Факторы влияющие на естественное продвижение

- Ключевые слова
- Ссылки
- Мета-теги
- Контент
- Визуальное наполнение сайта
- Домен, URL, работа веб-мастера



Ключевые слова

- Ключевых страниц на странице должно быть в объеме 3-7% от общего объема текста.
- Одно и тоже слово не должно повторяться слишком часто, иначе страницу могут счесть спамом и результат будет забанен поисковой системой.
- Ключевые слова должны быть равномерно распределены в тегах alt, заголовках n1, n2, в url-адресе, в атрибуте title.



Ключевые слова

- Использование второстепенных ключевых слов позволит вам занять свою специализированную нишу и не бороться с теми, кто уже давно продвигается по самым популярным ключевым словам.
- При этом слишком большое количество разных ключевых слов на одной странице будет препятствовать продвижению, поэтому необходимо уметь ограничиваться некоторым минимумом



Ссылки

- Если вас упомянули на сайте с высоким «весом», то часть этого веса переходит на вас и тем самым вас продвигает.
- Высоко ценятся ссылки со сходных тематических ресурсов или с доменов .edu .gov
- С некоторыми сайтами можно договориться о взаимных ссылках, рекомендуется смотреть сайты со смежной тематикой.
- Текст, который сопровождает ссылку должен с ней соотноситься и быть однородным.
- Чем старше и дольше хранится входящая ссылка, тем лучше.



Ссылки

- Дополнительным бонусом к репутации будут ссылки из тематических каталогов.
- Помимо этого стоит следить за естественностью получаемых ссылок – желательно чтобы это были ссылки с блогов, СМИ, сервисов вопросов и ответов, форумов, а не только обменные и покупные ссылки.
- Количество ссылающихся на вашу страницу источников должно быть больше, чем ссылок на вашей странице.
- Лучше не злоупотреблять большим количеством ссылок с одного источника – старайтесь ограничиваться одной-двумя.
- Не используйте невидимые ссылки (прояснить за кликбейты) – за их использование банят.



Мета-теги

Мета-тег «title» (Заголовок)

Должен быть заполнен в обязательном порядке
(именно его выводят поисковики)

Постарайтесь уложиться в 70 символов — именно
это количество максимум выводится в поисковой
строке

Должен коротко и ясно отражать суть страницы.
Желательно, чтобы был уникальным для каждой
страницы



Мета-теги

- Мета-тег «описание» (description), несмотря на то, что постепенно выходит из употребления, но всё же грамотно составленное описание сайта или отдельной страницы никому не повредит. Поисковики, которые его ещё поддерживают, могут выдать описание в поисковой строке и хорошее описание привлечет к вам потенциальных пользователей.
- Мета-тег «keywords» () уже не используется гуглом, однако применяется в других поисковых системах. Но даже если мета-тег применяется, использовать больше 20 ключевых слов не стоит, а те, что будут в списке обязательно должны присутствовать на странице
- Мета-тег «язык» () не используется поисковыми системами, но в некоторых случаях может помочь ботам сориентироваться. Лучше подстраховаться и заполнить. (тайтл добавить)



Контент

- Уникальный, обновляющийся контент, в котором ключевые слова выделяются жирным шрифтом положительно воспринимаются поисковыми системами.
- Чем новее опубликованная статья, тем лучше она оценивается поисковиком.
- Текст рекомендуется разделять на короткие абзацы. Тексты средних размеров со ссылками друг на друга воспринимаются лучше, чем один очень большой текст.



Контент

- За плохой дизайн или уязвимый и не оптимизированный код сайта по словам поисковиков применяются штрафные санкции, поэтому стоит стремиться к лучшему, делать хорошие сайты и использовать у себя хорошие решения.
- Не стоит использовать защищенный копирайтом текст без разрешения владельца, пользоваться невидимым текстом (для людей, но видимым для поисковика), а также заниматься простым копированием даже разрешенного для копирования текста.



Визуальное наполнение сайта

- Мудрое применение JavaScript.
- Описание иллюстраций.
- Применение аудио и видео
- Применение флеш-анимации
- Использование фреймов



Домен, URL, работа веб-мастера

- Доступность сайта, кроссбраузерность, карта сайта
- Общая тематическая целостность
- Скорость загрузки, отдельный домен
- Использовать дефисы, не использовать длинные адреса



Рекламные компании в Google Adwords и Яндекс.Директ

Реклама должна отвечать главной цели существования
вашей компании – приносить прибыль!



Этапы рекламных компаний

Любая рекламная компания в поисковиках состоит из основных этапов:

1. Подбор ключевых слов
2. Планирование бюджета
3. Создание рекламной компании (или компаний)
4. Пополнение бюджета
5. Анализ результатов периода. Оценка охвата аудитории, выявление неявных недостатков компании. Внесение корректировок или дополнений
6. Планирование бюджета следующего периода





1. Создать почту на Яндексе
2. Зайти в сервис Яндекс.Директ
3. Заполнить требуемую информацию
4. Можно создать



Сервисы Яндекса



Яндекс. Директ

Сервис для создания и мониторинга рекламных компаний



Яндекс. Метрика

Наблюдайте за тем как работает ваш сайт

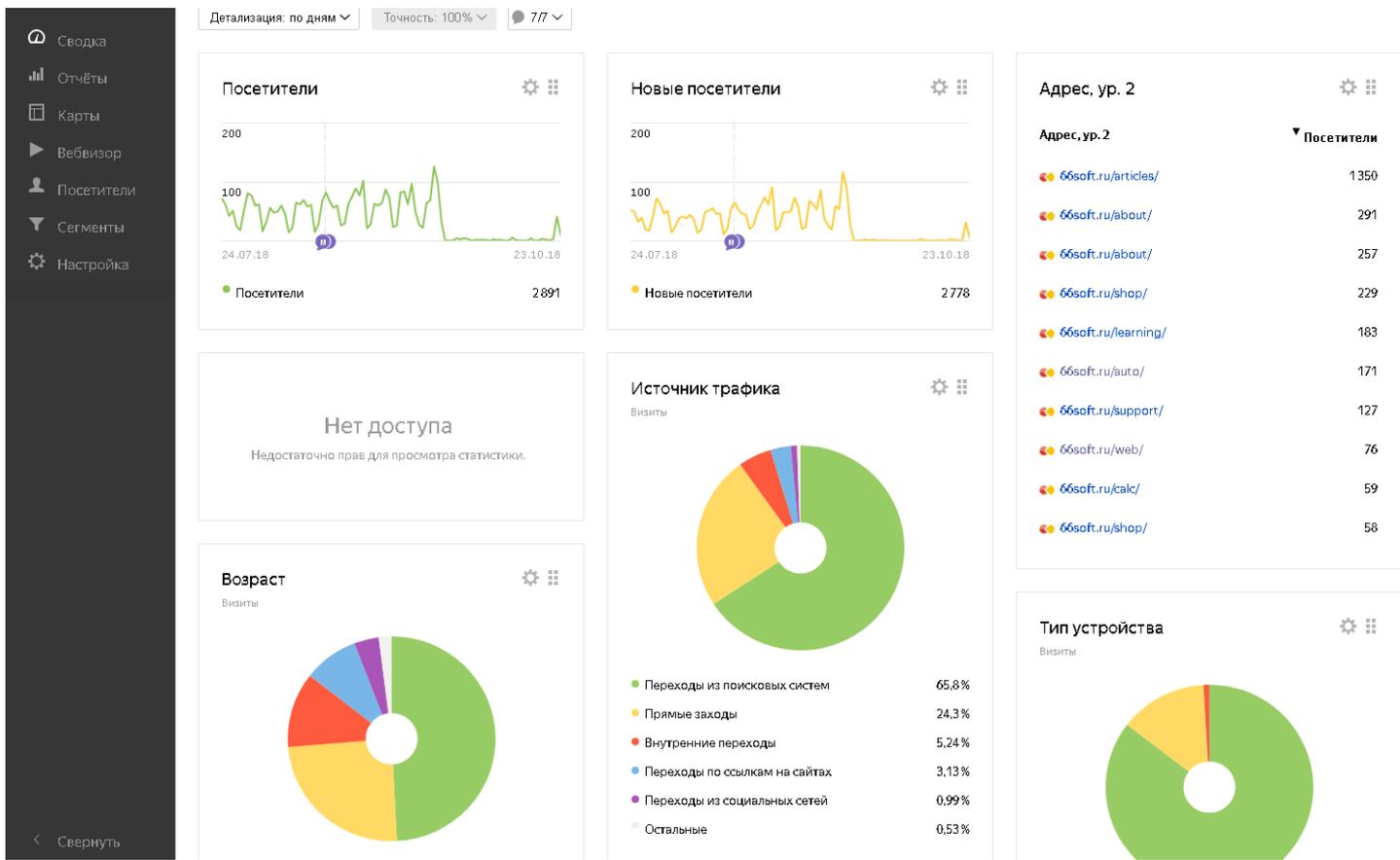


Яндекс. Маркет

Продавайте товары или рекламируйте их на своём сайте



Через данный сервис вам будет доступен счетчик вашего сайта, который фиксирует всех посетителей. Вы сможете посмотреть сеансы заходящих к вам пользователей, проанализировать их действия, оценить эффективность



Google AdWords



Google Реклама

Настройки в Google несколько отличаются, но суть та же:

1. Регистрация google-аккаунта или вход в свою почту
2. Переход в сервис Google-Реклама
3. Регистрация рекламного аккаунта (можно сразу привязать конкретный сайт)
4. Пошаговое создание рекламной компании





Google Ads

Google Реклама

Показывайте рекламу, когда люди ищут то, что вы предлагаете.



Google AdSense

AdSense

Зарабатывайте, размещая рекламу на своем сайте.



Google Analytics

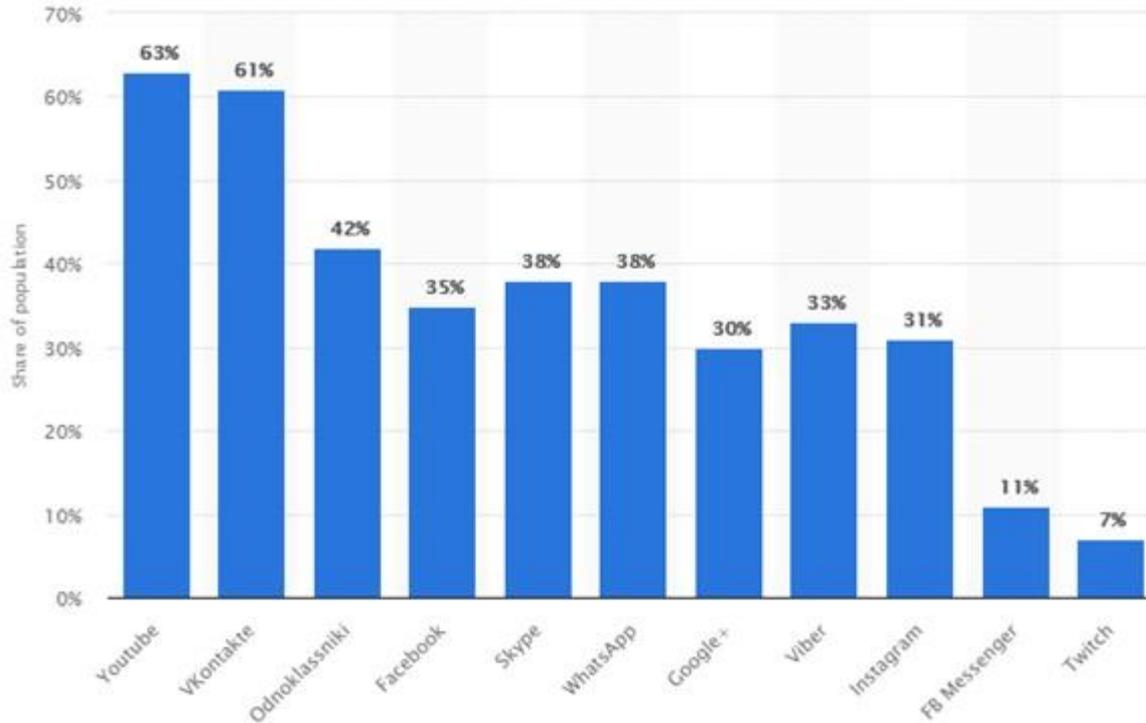
Google Analytics

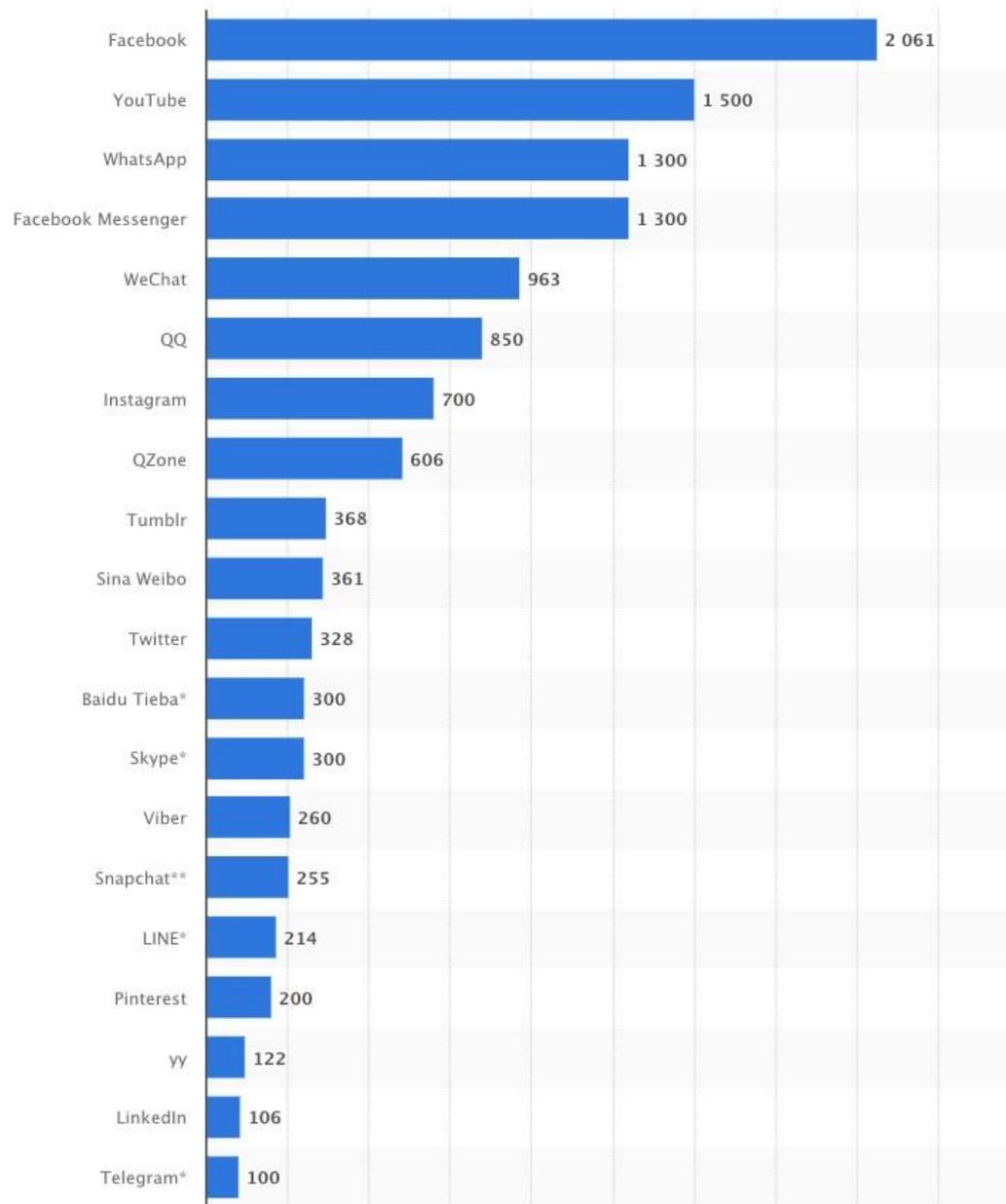
Получайте статистику посещений, покупок и других действий пользователей на ваших сайтах и в приложениях.



Стратегия продвижения в соц.сетях

В России соц.сетями пользуется 67,8 млн человек. На графике отражена доля вовлеченности опрошенных в ту или иную соц.сеть. Видно, что первые 3 места занимают Youtube, VKontakte и Одноклассники. Другая картина наблюдается, если смотреть общемировую статистику.





Стратегия продвижения

Полностью зависит от позиционирования вашей компании

Внешние рынки вас интересуют или внутренние.

Насколько вы готовы работать с новыми для себя направлениями и сколько средств готовы вкладывать.



Реклама ВКонтакте



Анализ и определение ЦА — ключ к успеху.



Рекламная компания на примере интернет-магазина женской одежды

Последовательность действий:

1. Определение портрета клиента
2. Тестирование объявлений и рабочих связок (баннер+текст)
3. Создание лендинга, альбома с акциями, подключение сервиса рассылки
4. Отладка обработки заявок и скриптов
5. Статистика



Портрет клиента

1. Поиск групп прямых конкурентов по выбранной области. Важно определиться с ключевыми словами.
2. Отфильтровываем сообщества, которые ничего не публиковали более месяца, благодаря этому отсеиваем «мертвые» группы.
3. Теперь оставляем только те сообщества, которые имеют стабильный прирост базы в месяц. Число прироста определяем индивидуально, зависит от ниши и целей парсинга.
4. Берем топ 20-30% от получившейся базы. Останутся только самые активные и продающие сообщества. Идем изучать их целевую аудиторию
5. Анализируем отзывы, промо-посты, посты со стены, отдельно посты-закрепы и комментарии. Фильтруем и изучать вручную.

Благодаря вышеизложенному короткому исследованию мы получаем основные боли и потребности нашей ЦА, составляем ее портрет и главное — находим триггеры.



Тестирование рабочих связок

Подбор наиболее кликабельных сочетаний баннеров и описания

СТИЛЬНАЯ МОДНАЯ ОДЕЖДА Интернет магазин одежды | Доступные цены | Ногинск
Рекламная запись

🍂🍂 Осенняя коллекция подъехала, девочки!

Хит сезона:

Куртки с капюшоном по акции!
Размеры:
50.52.54.56.58.60.

Цена всего:
2090р

И это далеко не все, что у нас появилось.
Узнай про новые осенние акции тут:
https://vk.com/app5898182_-75967613#s=95946

Не жди пока станет холодно!



СТИЛЬНАЯ МОДНАЯ ОДЕЖДА Интернет магазин одежды | Доступные цены | Ногинск
Рекламная запись

😊 Девочки, давайте знакомиться...

Меня зовут Александра Милявская.
У меня свой магазин одежды в Московской области.

[Показать полностью...](#)



Посадочная страница vkontakte

Есть два варианта под разные цели:

1. Создание группы отдельно под новые акции, рекламы
2. Запуск в формате «Новости»: создается статья, в которую размещается текст, изображения и ссылки на другие материалы, откуда в дальнейшем привлекаются клиенты



Статистика

Потрачено — 3656 руб

Переходы — 523

eCPC средний — 6.9 руб, лучший — 5.4 руб

CTR — 1.6%-2.2%

Подписчиков в сообщество — 54

Цена подписчика — 67 руб

Лидов — 58

Цена лида — 63 руб

Осталось в подписке на рассылку — 39, цена 93 руб

CR в лид — 14.3%

CR в подписку(сообщество) — 9.9%

CR в подписку(рассылка) — 67%





Instagram



Что важно знать об инстаграм



Российские пользователи проводят на 15% больше времени в Instagram и на 23% активнее, чем в среднем по миру. Один российский пользователь заходит в сеть 15 раз в день. 70% пользователей этой социальной сети — женщины. Аудитория довольно молодая — основное ядро от 18 до 26 лет ([Статистика от Digital Native](#)).





Создание аккаунта и регистрация

Раньше зарегистрироваться в инстаграме можно было только в приложении через смартфон или программу эмулятор телефона на десктопе. Сегодня создавать аккаунты можно в любом браузере с компьютера любой ОС.

Любой аккаунт (коммерческий или личный) можно привязать к телефону, аккаунту Facebook и email. Рекомендую сделать это с коммерческим аккаунтом. Зачем? Вам будет проще восстановить свой аккаунт после блокировки. Кроме того, привязки аккаунта снижают риск блокировок. (Если вы не спамер и читите правила).





Виды аккаунтов instagram

1. Личные аккаунты
2. Блогеры
3. Паблики (тематические сообщества)
4. Интернет-магазины и магазины оффлайн
5. Бизнес аккаунты (кафе и рестораны, туристические бюро, производство).





Виды аккаунтов instagram

6. Аккаунты брендов
7. Селебрити аккаунт
8. Боты
9. Аккаунты-лендинги
10. Видео-аккаунты





Определите зачем вам аккаунт

- Оффлайн и онлайн продажи.
- Продвижение личного бренда.
- Создание тематического сообщества.
- Получение трафика.





Три кита instagram

- Оформление аккаунта (Аватар, Название аккаунта, Описание профиля)
- Оформление текстов
- Соотношение контента





Контент instagram

Текст. Всегда разбавляется эмодзи, не должен быть перегружен терминами, лучше в формате живого общения.

Фото. Самая важная часть соц.сети. Не скупитесь на качественную обработку и применение общего стиля. Текст тоже лучше оформлять как изображение.

Видео. Ролики могут быть от 3 до 60 секунд. В отличие от остального контента сети вы видите не только лайки, но и просмотры, что позволяет оценить уровень интереса к вашему контенту.





Продвижение в instagram

Кому не актуально?

- Тем у кого основная аудитория это мужчины;
- **b2b**-сектор: промышленность, оптовые продажи, строительные материалы

Продвигаются люди в Инстаграме в основном с помощью классного контента. Если вам сложно делать контент самому, а заказать дорого, то лучше попробовать контекстную рекламу или SEO.





Стратегия продвижения

Определите цели:

Контент - формируйте недельный контент-план

Показатели - составьте для себя понятный и достижимый план

Методы продвижения - определите, какие методы вы будете применять





Способы продвижения

Контент и диалог с аудиторией:

Гео-метки - люди смотрят что происходит в интересном для них месте или рядом с ними.

Массфолловинг и масслайкинг - существуют лимиты, про которые необходимо помнить.

Учет наилучшего времени для постинга - необходим анализ онлайн целевой аудитории





Способы продвижения

Работа с топовыми блогерами

Взаимопиар, отзывы с упоминаниями

Реклама

Кросспостинг



Так есть ли будущее у продвижения в интернете? ДА!

- Цели продвижения: прибыль и аудитория
 - Цикл SEO
 - Подготовка к продвижению
- Позиционирование компании в интернете
 - План продвижения
 - Естественное продвижение. Факторы
 - Рекламные компании
 - Этапы рекламной компании
 - Яндекс.Директ и другие сервисы
 - Google.Реклама (Ads) и вспомогательные сервисы
- Социальные сети. Стратегия продвижения в соц.сетях.
 - Вконтакте
 - Instagram



Задавайте вопросы!

Сотрудники нашей компании всегда готовы вам помочь и ответить на них.

Приходите к нам!

Продвижение это комплекс мероприятий развивающий ваш бизнес в интернете. Опытные специалисты смогут провести продвижение эффективнее, чем вы, поскольку вам для этого необходимо будет распылять свои силы и внимание.



Спасибо за внимание!



Звоните в офис: +7 (3435) 341-666

Заходите в гости: ул. Октябрьской революции, д. 37, офис 15

