

Как повысить эффективность сайта и рекламной кампании. SEO - оптимизация в примерах

Эдуард Важоров (ed@cheboksary.ru)

технический директор

ООО «Чебоксары.ру»

Критерии правильного сайта

- Профессиональный дизайн и верстка (как костюм — ничего лишнего и аляповатого)
- Удобный, логичный интерфейс навигации (минимум кликов для достижения цели)
- Быстрота загрузки и работы (хостинг, CMS)
- Удобство и простота обслуживания (контент-менеджер с WYSIWYG обязателен)
- Совместимость с броузерами и W3C
- Оптимизированность для индексации (SEO)

Юзабилити сайта

Юзабилити - удобство использования сайта.

- Простота, интуитивность работы с сайтом
- Продуманная структура, навигация и поиск
- Минимум шагов к искомой информации
- Минимум ожидания (правило 2 секунд)
- Комфортность просмотра (размер, контраст)
- Дозированность информации (до 5 экранов)
- Правильная верстка и форматирование

Пример сайта

Заголовок
страницы

Запоминаемость
адреса

Короткие
ссылки

Удобный
поиск везде

Контакты
везде

SEO-текст
везде

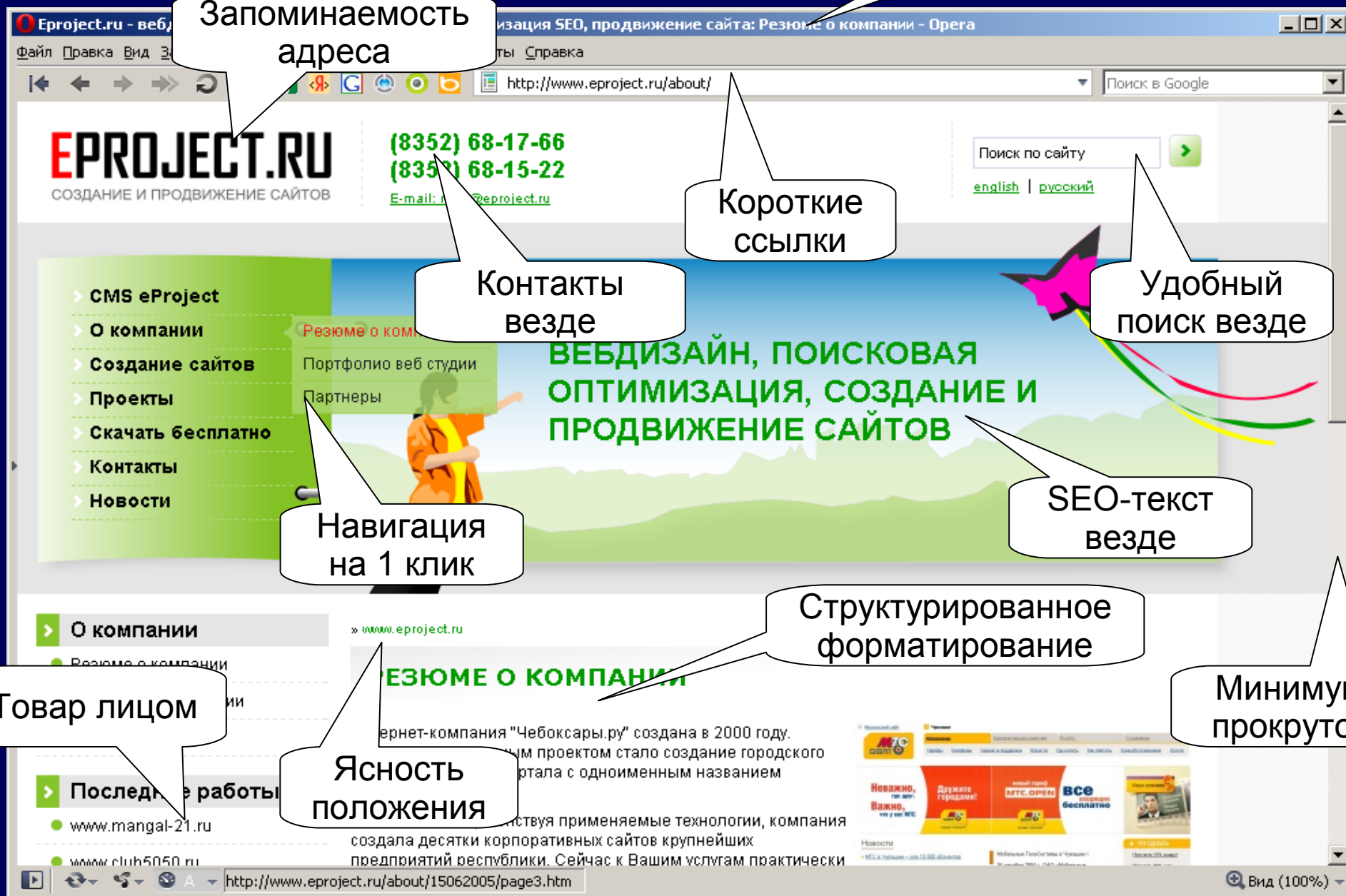
Навигация
на 1 клик

Структурированное
форматирование

Минимум
прокруток

Товар лицом

Ясность
положения



Что такое SEO?

- Сайты находят в сети с помощью поисковых систем (ПС). Без ПС сайт невидим в сети.
- Search Engine Optimisation (SEO) — оптимизация вебсайта для эффективной индексации поисковыми системами (ПС)
- SEO включает в себя комплекс внутренних и внешних действий , внутренняя часть из которых выполняется со структурой и контентом сайта («оптимизация»), а внешняя — с другими интернет-ресурсами («продвижение»).

Зачем нужно SEO?

- По обычному запросу сегодня ПС Яндекс находит 2 млн. страниц. Из них пользователь просмотрит только первые 50.
- Без SEO новый вебсайт имеет «фоновую» посещаемость 5-20 чел. в день.
- SEO позволяет привлечь на сайт целевого посетителя, повысив эффективность сайта
- SEO позволяет увеличить целевую посещаемость сайта в десятки раз и сохранить ее на месяцы и годы.

Альтернативы SEO

- Контекстная реклама (Бегун) — от 10 коп. за посетителя.
- Реклама в ПС (Яндекс.Директ) - от 30 коп. за клиента.
Аукцион — средняя цена возрастает в десятки раз (от 3 до 60руб). Нужны навыки!
Минимальная цена квалифицированной рекламной компании - от 21 000 р. в мес. (тариф «Беззаботный»).
- Баннерная реклама — от 3 т.р. в мес.

Преимущества SEO

- Стоимость 1 целевого посетителя от SEO — менее 1 руб. Это минимум в 3 раза дешевле реальных затрат в Яндекс.Директ
- Стабильная посещаемость из ПС. Эффективность контекстной и баннерной рекламы уменьшается со временем (эффект «приедания»).
- Эффект «эхо» - бесплатная посещаемость в течение многих месяцев после SEO.
- Многолинковость (много запросов)

Особенности SEO

- Инертность ПС: ПС Google — быстрые результаты, Яндекс — 2-3 месяца, Рамблер — от 3 месяцев.
- Предоплата услуг (за 1-3 месяца вперед)
- Опасность непрофессионализма (бан за черные методы ПС)
- Поддержка высокой видимости в ПС требует постоянной работы («умирание» ссылок)
- Борьба ПС с SEO. Усложнение SEO.

«Белые» методы SEO

- Все, что не противоречит лицензии на использование ПС
(<http://rules.yandex.ru/termsfuse.xml>)
- Оптимизация структуры и контента сайта
- Размещение в каталогах и рейтингах
- Платное размещение ссылок на порталах
- Обмен ссылок с целевыми ресурсами
- Публикация статей в онлайн СМИ и блогах.

«Переоптимизация» -> санкции ПС.

«Черные» методы SEO

- Методы, основанные на обмане алгоритмов ПС
- «Спамдексинг» - «пересыщение страниц»
- «Доорвеи» - редирект с SEO-страниц
- «Клоакинг» - автоподмена контента для ПС
- «Свопинг» - подмена контента после инд-и.
- «Линкоспам» - autopубликация ссылок
- XSS — инъекции, другие методы...

Приводят к бессрочному бану

«Серые» методы SEO

- Методы, явно не противоречащие лицензии на использование ПС
- Обмен ссылками с нецелевыми ресурсами
- Массовая покупка ссылок в SAPE, XAP
- Создание каталогов ресурсов на сайте
- Свои «ноухау»...

Неграмотный обмен ссылками может привести к бану или санкциям ПС

Подготовка клиентов к SEO

- Возможный редизайн сайта.
- Написание «продающих» текстов
- Выбор целевых запросов
- Оценка эффективности (частоты) запросов — см. wordstat.yandex.ru
- Выбор стратегии — много НЧ запросов (до 1000 чел. в мес.), десятки НЧ и СЧ запросов (до 5000-7000 чел. в мес.) или несколько ВЧ запросов (более 10000 чел. в мес).
- Оценка затрат на SEO

«Доморощенные» SEO

Плюсы SEO-кадров на фирме:

- Возможность совмещать работу
- Низкие затраты
- Возможность участия в других проектах

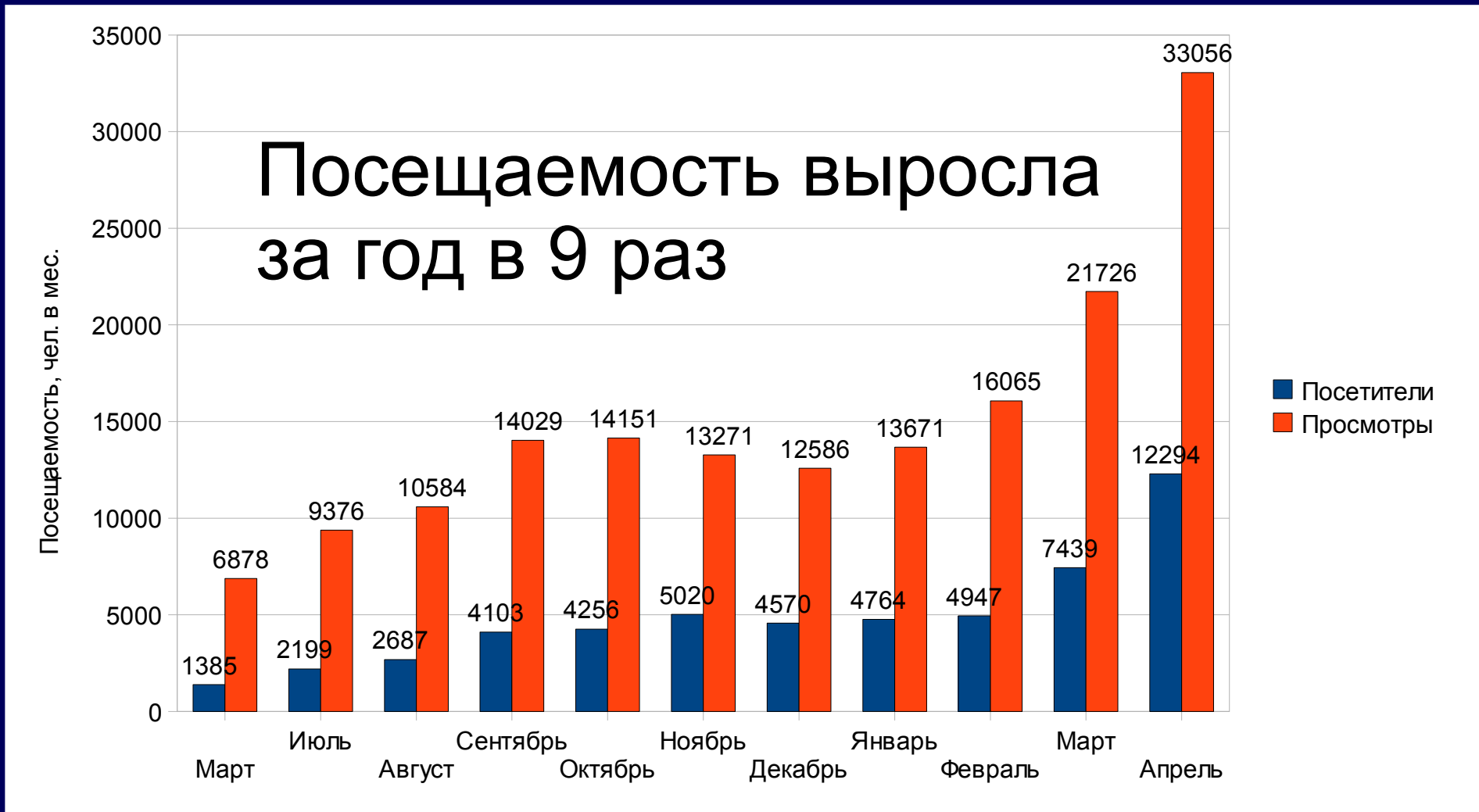
Минусы SEO-кадров на фирме:

- Низкие результаты (высокая цена клиента)
- Высокая опасность бана сайта
- Опасность утечки SEO-кадров

Пример SEO: видимость в ПС сайта chetra-spc.ru за 2008-2009г.



Пример SEO: рост посещаемости chetra-spc.ru в 2008-2009г.



■ Спасибо за внимание!