

Суперменеджер в Интернете

**ПЛАН SEO-ПОБЕДЫ
ДЛЯ ВАШЕЙ КОМПАНИИ**



за 30 минут

Суперменеджер в Интернете за 30 минут

Илья Мельников

**План SEO-победы
для вашей компании**

«Мельников И.В.»

2012

Мельников И. В.

План SEO-победы для вашей компании / И. В. Мельников — «Мельников И.В.», 2012 — (Суперменеджер в Интернете за 30 минут)

SEO-стратегия необходима при постановке больших задач в проектах, которые дают минимальный эффект. При этом необходимо помнить, что главной задачей данной поисковой оптимизации для ваших проектов является повышение посещаемости сайта. При этом неважно, что за проект вы планируете продвигать: обычный сайт компании, интернет-магазин или информационный сайт с десятками тысяч страниц.

Илья Мельников, Лариса Бялык

План SEO-победы для вашей компании

Суперменеджер в Интернете за 30 минут

SEO стратегия необходима при постановке больших задач в проектах, которые дают минимальный эффект. При этом необходимо помнить, что главной задачей данной поисковой оптимизации для ваших проектов заключается в повышении посещаемости сайта. При этом неважно, что за проект вы планируете продвигать: обычный сайт компании, Интернет-магазин или информационный сайт с десятками тысячами страниц.

Составление плана по SEO или, говоря иначе, разработка стратегии поискового продвижения, состоит из нескольких этапов:

1. Составление СЯ (семантического ядра) или ядра запросов.
2. Проведение оптимизации страниц сайта.
3. Работа с контентом.
4. Работа со ссылками.

Этап 1. Составление СЯ (семантического ядра) или ядра запросов – сложный процесс; это связано с тем, что на начальном этапе необходимо подобрать такое ядро запросов для сайта, благодаря которому он будет в дальнейшем продвигаться. Каждый сайт будет требовать индивидуальное СЯ и соответственно закладывается собственный бюджет. Первоначально необходимо взять структуру сайта и под каждый пункт структуры необходимо собрать поисковые запросы. Благодаря этому образуется наглядная картина костяка сайта. И вот под этот костяк и следует подбирать ключевые слова. Специалисты рекомендуют для каждой страницы раздела подбирать по 5-15 ключевых слов. Точно так же делается и для страниц подраздела. Это необходимо для получения качественного трафика.

Этап 2. На этом этапе происходит *оптимизация страниц сайта*. В данном случае подразумевается прописывание мета тегов, таких как title, description, keywords для основных разделов. Это особенно важно, если ваш сайт объемный. Кроме мета тегов, необходимо на страницы добавить оптимизированный текст. Специалисты рекомендуют для разделов в 500-2000 символов текста использовать 1-10 ключевых слов. Такая оптимизация может занять достаточно много времени. Так, например, в случае, когда ваш проект весьма объемный, то процесс может занять от 1–4 недель и более.

Этап 3. Наполнением контентом. В случае, если в проекте имеются свои авторы, которые пишут, то желательно заранее обучить их основам оптимизированных текстов – это необходимо, чтобы избежать повторов. Даже самые хорошие авторские статьи необходимо сразу оптимизировать. Только так можно получить значительно больший трафик на сайт. Причем на оптимизацию статьи обычно уходит пара минут времени. В случае, если контент предоставляется со стороны SEO компаний, то при этом можно легко определить и бюджет, выделяемый на контент. Так, например, за написание статьи объемом в среднем 1000 символов придется заплатить 2–5 долларов. Отсюда можно видеть, сколько придется заплатить за ежемесячное наполнение сайта. Специалисты рекомендуют находить копирайтеров на полную занятость – но не в офисе, а на фрилансе. В результате можно получить значительную экономию средств на контент с сохранением качества.

Этап 4. Работа со ссылками. Данный процесс необходим для того, чтобы все нужные запросы как можно быстрее подтягивались в топ поисковых систем. Кроме оптимизации сайту нужны будут только качественные ссылки на сайт. Необходимо разработать этапность вывода блоков запросов. Так, например, на вашем сайте имеются блоки и в каждом блоке находится от 10 до 100 слов. Но в случае, если у вас Интернет-магазин – это одно, а если это контентный

проект – это совершенно иное, т. к. влияет на план будущих ссылок. Говоря иначе, для контентного проекта лучше всего размещать только ссылки навсегда, тогда будет постоянная отдача и постоянный рост. В зависимости от заложенного изначального бюджета работа со ссылками должна рассчитываться на 6-12 месяцев. Так, если берется за основу крупный коммерческий проект, то бюджет может занять от 1000 до 10000 долларов в месяц только на ссылки. При этом для контентного проекта бюджет может распределяться следующим образом:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.