

В последние годы издано много книг, посвященных поисковой оптимизации, продвижению сайтов, поисковому маркетингу. И что особенно отрадно — почти все эти книги написаны умными людьми, коллегами по цеху. И во всех говорят правильные и полезные вещи.

Беда в том, что большинство книг предназначено для широкого круга читателей: маркетологов, аналитиков, специалистов по оптимизации сайтов или контекстной рекламе — и почти нет книг, написанных целиком для клиентов.

Эта книга написана для клиента: простым и понятным языком, без углубления в научные дебри, местами с юмором.

Цель книги — объяснить, что же такое поисковый маркетинг, ответить на все вопросы потенциального и реального клиента, касающиеся услуг интернет-маркетинга. А также рассказать о тех подводных камнях, которые подстерегают неопытного клиента, и дать практические советы, как не допустить ошибки и не наступить на грабли.

Чего вы не узнаете из этой книги:

- как оптимизировать сайты. Тонкости алгоритмов, технические аспекты и т. п., то есть то, что не надо знать человеку, который управляет бизнесом. Ведь вы же не разбираетесь в технологиях изготовления печатных плат для компьютера, но тем не менее успешно используете компьютер в работе;
- как правильно закупать ссылки, чтобы их не фильтровали поисковые системы;
- как настроить кампанию по контекстной рекламе, чтобы снизить стоимость привлечения клиентов.

Данная книга не претендует на звание энциклопедии, но мы постарались включить все наиболее важные вопросы, с которыми вам придется столкнуться, если вы решили привлекать клиентов для своего бизнеса с помощью Интернета. Уверены, что книга будет для вас интересна, потому что последние 11 лет работники нашей компании только и занимаются тем, что отвечают на многочисленные типичные и неожиданные вопросы реальных и потенциальных клиентов.

*Иван Севостьянов (<http://www.webprojects.ru/>),
Сергей Кудрявцев (<http://stokrat.org/>)*

1 ПРО SEO И ВЗАИМОТНОШЕНИЯ ИСПОЛНИТЕЛЯ С ЗАКАЗЧИКОМ

Как SEO зарабатывает бизнесу деньги

В большинстве случаев тот факт, что поисковая оптимизация сайта может приносить реальный доход, для предпринимателей не очевиден. Более того, в среде потенциальных клиентов оптимизаторов (будь то компания или вольный стрелок) бытует мнение, что SEO — это что-то вроде шаманства. Это миф, а применительно к росту продаж, в котором крайне заинтересован любой бизнес, — и вовсе опасное заблуждение.

Поисковая оптимизация сайта — верный способ сделать работу вашего сайта как инструмента продаж максимально эффективной. Сейчас мы подробно объясним почему.

ЧТО ТАКОЕ SEO

Поисковая оптимизация — достаточно сложная технология продвижения. Она позволяет привести веб-ресурс в полное соответствие с актуальными стандартами работы поисковых роботов любых индексирующих его систем. В странах СНГ популярностью пользуются Google и «Яндекс». Зачем это нужно? Затем, чтобы использовать для целей вашего бизнеса огромный коммуникативный канал, которым является Интернет. Поисковая оптимизация — самый дешевый способ привлечения на ваш сайт целевой аудитории; в финансовом смысле она даст фору даже контекстной рекламе, не говоря уже о бюджетах рекламных мероприятий вне Сети. К сожалению, SEO часто недооценивают, а технологию проведения оптимизации не соблюдают.

ЗАЧЕМ SEO БИЗНЕСУ

Во-первых, для достижения высоких позиций в поисковой выдаче. Очень часто клиент приходит к оптимизатору с непреодолимым желанием поднять сайт в топ-10 «Яндекса» или Google. И как следствие — заплатить деньги за достижение и сохранение этой позиции.

Во-вторых, для привлечения на сайт большого объема целевого трафика (обязательно целевого). Эта категория клиентов стремится к тому, чтобы оптимизаторская компания или частный оптимизатор привлекли на сайт сотни, тысячи, а иногда и десятки тысяч посетителей, являющихся потенциальными покупателями компании клиента. Если вдуматься, то для бизнеса понятия «высокие позиции» и «большой объем трафика» абстрактны. Главная цель предпринимателей в этом контексте — продажи, приносящие реальную прибыль. Это и есть отдача от мероприятий SEO.

Вполне естественно, что владелец той или иной компании, тратя определенное количество средств на оптимизацию сайта, хочет быстро получить максимум прибыли. Иначе говоря, вкладывая сегодня 50 тыс. рублей, уже завтра (а лучше сегодня вечером) получить 150 тыс. отдачи. Скажем, опираясь на наш собственный опыт: при соблюдении технологии SEO успешно достигает поставленных целей — роста продаж и увеличения прибыли. Соответственно, если игнорировать существующие правила игры, то ничего, кроме слива рекламного бюджета, из этой затеи не выйдет.

ПОЧЕМУ SEO — ЭТО ВЫГОДНО

Приведем несколько аргументов.

- **Доступно и прогнозируемо.** Навскидку сравнивая SEO с другими видами рекламы в Сети и вне ее, вы увидите, что в пересчете на стоимость конечного клиента профессиональная поисковая оптимизация обойдется вам в 10, а то и 15 раз дешевле. Планируя комплекс SEO-мероприятий, вы можете заранее полностью просчитать отдачу вплоть до копейки. Вы наглядно

увидите, какие именно запросы приводят на сайт потенциального клиента, по каким запросам совершаются заказы онлайн.

- **Ненавязчиво.** SEO — это реклама без рекламы. Потому что информация со страницы оптимизированного сайта не воспринимается как рекламная ни поисковыми системами, ни рядовыми пользователями. Вы можете убедиться в этом сами, просто забив в поисковой строке один из запросов. Посмотрите выдачу, скажем, по фразе «пластиковые окна» — в результатах вы не увидите назойливой рекламы. Это будут вполне информативные, грамотные статьи и прочие естественные вещи.
- **Популярно.** По статистике Фонда общественного мнения, который каждый квартал собирает подобные данные, количество пользователей Рунета в январе 2015 года уже перевалило за 140 млн. Таким образом, SEO может выгодно представить ваши товары и услуги максимально широкой аудитории. Это круче, чем телевидение.
- **Прицельно.** SEO бьет по вашей целевой аудитории, поскольку четко сфокусировано на ней. Давая медийную или баннерную рекламу, вы должны понимать, что большая часть вашей аудитории — совсем не те люди, которые настроены на покупку. Скорее наоборот. Разве вас не бесят рекламные объявления, всплывающие на сайте в самый неподходящий момент? SEO работает иначе: оптимизаторы применяют для продвижения реальные поисковые фразы рядовых пользователей Сети. Допустим, вы продвигаетесь по запросу «продажа пластиковых окон в Нижнем Новгороде»: совершенно очевидно, что человек, ищущий такую информацию, настроен на покупку. Вероятность того, что он потратит свои деньги именно у вас на сайте, достаточно велика.

Сегодня люди активно пользуются Сетью для заказов и покупок. Для кого-то приоритетен Google, для других — «Яндекс» или Mail.ru. Грамотно проведенные мероприятия по SEO способны привлечь к вам максимум потенциальных клиентов, настроенных купить. Не стоит недооценивать эту возможность.

КАК SEO ПРИНОСИТ УСПЕХ

Нет ничего лучше наглядного примера, как поисковая оптимизация работает на благо бизнеса. В нашей практике достаточное количество успешных кейсов.

Пример 1. Среди наших клиентов была небольшая турфирма. Она предлагала туры по нескольким популярным направлениям, параллельно вкладывая деньги в продвижение сайта. На рис. 1.1 вы видите статистику звонков с сайта в офис этой компании — она достаточно внушительная в сравнении с прошлым годом, особенно для небольшой фирмы, где работают всего несколько сотрудников.

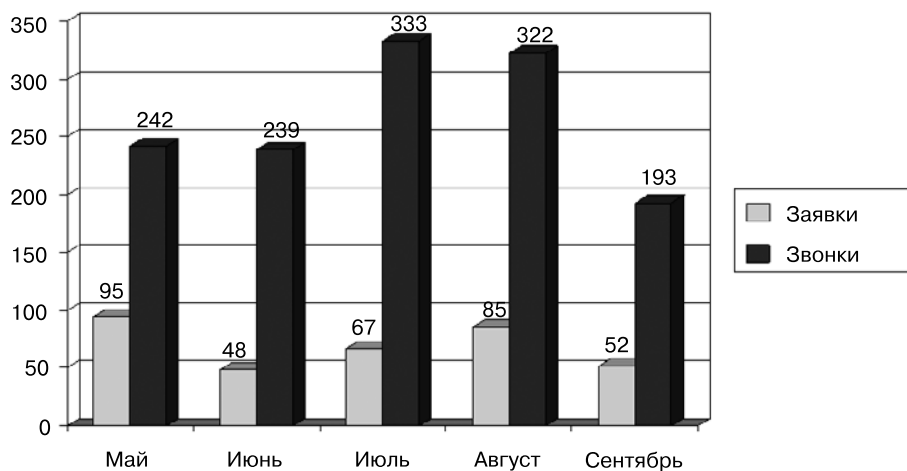


Рис. 1.1. Статистика звонков в небольшой туристической компании

Пример 2. Компания «Системный интегратор», основной профиль работы которой — решения по автоматизации крупного и среднего бизнеса (нижняя граница стоимости — 10–15 тыс. долларов). На рис. 1.2 вы видите статистику обращений через сайт, поскольку телефон они не указывали по своим соображениям. Количество заявок приличное, притом что стоимость одного заказа уже окупает все годовые затраты на проведение SEO-мероприятий.

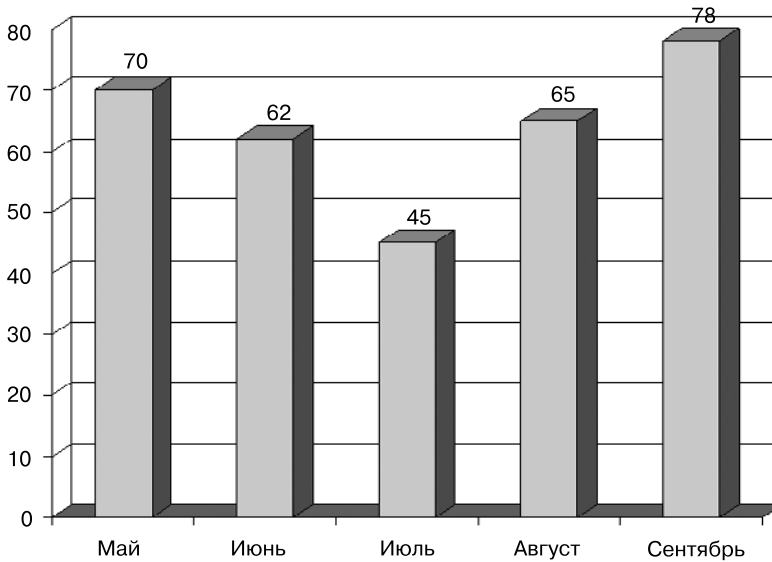


Рис. 1.2. Количество обращений в компанию «Системный интегратор»

Пример 3. Интернет-магазин с широким ассортиментом товара. На рис. 1.3 представлен график посещаемости их сайта, который показывает прирост трафика с момента проведения поисковой оптимизации (ноябрь 2011 года). Если до SEO заходило около 4000 человек в месяц, то уже к концу марта число посетителей выросло до 17 тыс. На сегодняшний день эта цифра равняется 30 тыс. Более чем солидный прирост трафика и, как следствие, приток новых заказов и прибыли.

Пример 4. Сайт компании, занимающейся организацией лечения в Германии. Мы взяли его, что называется, с нуля. На рис. 1.4 вы видите, как в течение года планомерно росла посещаемость веб-страниц из разных поисковых систем: на сайт приходят представители целевой аудитории, заинтересованные в предлагаемых компанией услугах. В начале их работы звонков и обращений с сайта не было вообще. Сегодня они получают около двух десятков обращений в день, что для сайта подобной тематики хороший результат.



MEGA OPT

Инструменты для электроники,
запчасти к цифровой технике

Широкий ассортимент товара, гибкая система скидок и индивидуальный подход к клиенту.
При заказе товара от 5 штук на сумму более 5000 рублей действует оптовая цена.

Оптовый отдел: **(495) 672-70-20** Розничный отдел: **(495) 672-71-98**
672-70-58 **672-71-96**

Электронная почта: zakaz@megaopt.ru
 Адрес: г. Москва, ул. Электроулан, д. 10.
 Мы работаем: понедельник—четверг с 10:00 до 19:00, пятница: с 10:00 до 18:00.

[Главная](#) | [Цены](#) | [Доставка и оплата](#) | [Оптовикам](#) | [О компании](#) | [Обучение](#) | [Сервисный центр](#) | [Форум](#) | [Контакты](#)

Запчасти







[Сотовые телефоны](#)
[Запчасти для смартфонов](#)
[Запчасти для Apple](#)
[Запчасти для Sony Xperia](#)
[Запчасти для Lenovo](#)
[Планшеты](#)
[Аккумуляторы](#)
[USB-кабели](#)
[Зарядные устройства](#)
[Защитная пленка](#)

Оборудование и инструменты

[Паяльное оборудование](#)
[Запчасти для паяльного оборудования](#)
[Мини-дрель/Гравёр/Шлифовальная \(гравёр\)](#)
[Газовые горелки](#)
[Лабораторные источники питания](#)
[Импортное оборудование](#)
[Ультразвуковые ванны](#)
[Оптика](#)
[Системы хранения](#)
Инструменты
[Кладка лента, защитная пленка, терносокы](#)
[Анализаторы СВЧ/МД/ПВ, Глобальная](#)
[Паяльные пистолы, пинцет](#)

Название, описание, код товара

Лидеры продаж

 Дисплей iPhone 5 белый модуль в сборе Розница: 3900 руб. Опт: 3880 руб. <input type="button" value="Купить"/>	 Дисплей iPhone 5 черный модуль в сборе Розница: 3900 руб. Опт: 3880 руб. <input type="button" value="Купить"/>	 Дисплей iPhone 5S белый модуль в сборе Розница: 3900 руб. Опт: 3880 руб. <input type="button" value="Купить"/>	 Дисплей iPhone 5S черный модуль в сборе Розница: 3900 руб. Опт: 3880 руб. <input type="button" value="Купить"/>
 Дисплей iPhone 5C черный модуль в сборе	 Дисплей iPhone 4 черный модуль в сборе	 Дисплей iPhone 4S белый модуль в сборе	 Дисплей iPhone 4S черный модуль в сборе

Рост посещаемости

Количество

Month	«Яндекс»	Google	«Яндекс. Картинки»	Search.Mail.ru	Rambler
Ноя 09	5000	5000	500	500	500
Фев 10	5500	5500	500	500	500
Май 10	5000	5000	500	500	500
Авг 10	5000	5000	500	500	500
Ноя 10	7000	7000	500	500	500
Фев 11	7000	7000	500	500	500
Май 11	4500	4500	500	500	500
Авг 11	5500	5500	500	500	500
Ноя 11	6000	6000	500	500	500
Фев 12	17000	17000	1000	1000	1000
Май 12	14500	14500	1000	1000	1000

— «Яндекс»
 - - Google
 . . . «Яндекс. Картинки»
 - . Search.Mail.ru
 - - - Rambler

Рис. 1.3. Интернет-магазин «МегаОпт»



Рост посещаемости

Количество

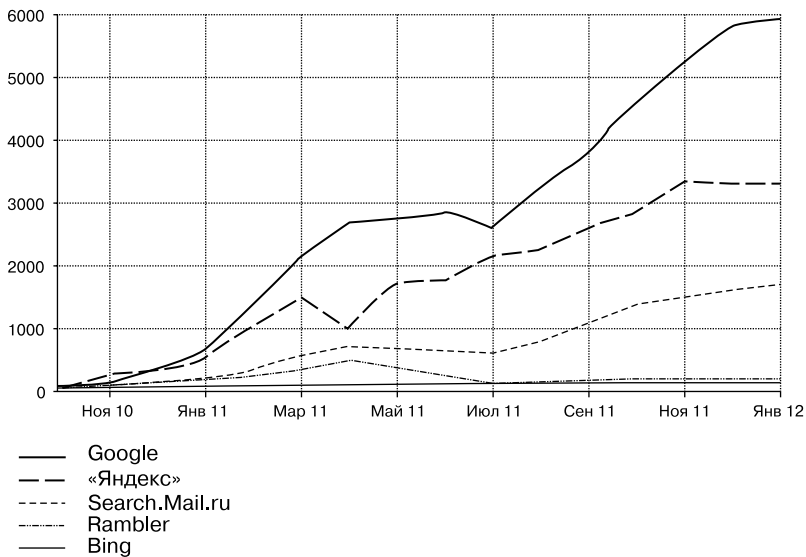


Рис. 1.4. Компания MedBerlin

Пример 5. Мы занимались продвижением одной достаточно крупной доски объявлений. В течение года ее посещаемость выросла более чем в десять раз: если посмотреть статистику конца 2012 года и сравнить с показателями на момент начала работы оптимизаторов, можно увидеть и рост посещаемости, и приток большого объема целевого трафика (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Доска объявлений

Пример 6. Интернет-магазин гаджетов с узким ассортиментом продукции (300–400 наименований специфических товаров — наушники, кабели, чехлы и пр.). На рис. 1.6 приведен график, отображающий результаты за два года работы: в этот период продажи увеличились в два раза. Это не предел: денег интернет-магазин мог бы заработать и больше, если бы расширил ассортимент. Чем интереснее предложение, тем выше продажи.

Перефразируя классика, все успешные компании счастливы одинаково. А те, кому довелось испытать горечь поражения, несчастливы по-своему. Однако причина этих злоключений одна — несоблюдение проверенной временем технологии поискового продвижения.