

Поисковая оптимизация сайта

Труд создал из обезьяны человека, а разделение труда – современную экономику. И то, что любым делом должен заниматься специалист в своей отрасли – истина, не требующая доказательств. Справедливо это утверждение и в сфере оптимизации и продвижения сайтов.

Ну, согласитесь: не в обязанностях системного администратора разбираться в том, что такое ТИЦ или где выгодней покупать ссылки. А обновление информации и написание статей является задачей грамотного копирайтера, но никак не секретаря-референта. Рабочий, функциональный сайт приносит прибыль, в разы превышающую вложенные в него средства.

Как показывает практика, инвестиции окупаются с лихвой, а клиент видит положительные результаты уже в первый месяц работы. Тем более, когда этим вопросом занимаются мастера своего дела, у которых есть опыт продвижения в «топы» казалось бы безнадежных и давно заброшенных Интернет-проектов.

Мы всегда готовы к конструктивному общению. И не в наших правилах делать тайну из того, какими инструментами и методами будет продвигаться сайт. Ибо только открытый диалог, основанный на доверии – залог успешного сотрудничества. Мы не станем козырять перед Вами профессиональными терминами и тонкостями, но обязательно ознакомим с планом предстоящей работы и будем бесплатно консультировать по её ходу.

Итак, какие действия надо совершить, чтобы повысить прибыльность сайта?

1. Обновление контента (наполнения)

Не нужно утомлять посетителя формальными инструкциями и энциклопедическими статьями. Специалист сам владеет такой информацией, а обывателя канцелярский язык просто отпугнёт. Интересные, познавательные, «читабельные» тексты – вот, что привлечёт его внимание. Придайте содержанию сайта наглядности, внесите развлекательный элемент (в разумной мере, естественно). Почему нет: покупатель – это живой человек, а не бездушный робот. Более того, он обязательно поделится своей находкой с другими, а это уже настоящее «сарафанное радио», то есть бесплатная (!) реклама.

2. Юзабилити (удобство использования)

Потенциальный клиент обладает отнюдь не ангельским терпением. Потому он скорее покинет сайт, чем будет бродить по лабиринтам страниц, сиюсья отыскать форму заказа или контактный телефон. Логичную и понятную структуру в духе «один клик – и на месте» по достоинству оценит и бизнесмен, и домохозяйка.

3. Оптимизация и продвижение сайта

Если модернизацию сайта можно сравнить с тюнингом автомобиля, то активная (а порой и агрессивная) рекламная кампания – это топливо. И мы приложим все усилия, чтобы его «кпд» было максимальным. Создадим новостную ленту (RSS), тематические группы в социальных сервисах, организуем рассылку посредством серверов Subscribe.ru и Content.Mail.ru. По возможности подготовим тематические статьи и пресс-релизы. Зарегистрируем сайт в отраслевых каталогах. Но не во всех подряд, а только в хорошо зарекомендовавших себя, с репутацией и солидным стажем. При всей привлекательности бесплатных ссылок, покупка их на авторитетных ресурсах с высокой посещаемостью – тоже необходимая мера.

Все вышеперечисленные шаги – лишь часть плана действий. Прогресс не стоит на месте, вместе с ним движемся и мы, находясь в постоянном поиске свежих идей и нетривиальных решений. А сочетание кропотливой работы с готовностью к смелым экспериментам неизменно приносит свои плоды.

Контекстная реклама

Контекстная реклама является, пожалуй, самым дешевым и в то же время эффективным способом привлечения посетителей на сайт. Прелесть этого метода заключается в двух важных факторах:

Во-первых, Вашу рекламу видят не все подряд, а только те люди, что ищут в Интернете предлагаемый Вами товар (услугу). Даже если им интересуется всего один пользователь из миллиона, контекстная реклама позволяет показать предложение именно ему.

Во-вторых, Вы оплачиваете не количество показов вашего объявления (как это происходит с баннерной рекламой), а количество кликов (нажатий) на него. Иными словами, платите только тогда, когда реклама действительно работает.

Как же это происходит?

Создается рекламное сообщение (текстовое или проиллюстрированное привлекательной картинкой). Оно размещается в Сети через специальные системы контекстной рекламы. Пользователь набирает в поисковой строке интересующий его запрос (например, «купить велосипед», «арендовать квартиру» и т.д.) Среди тысячи полученных результатов он видит объявление, расположенное не в общем списке, а отдельно, на особом месте. Это и есть рекламное сообщение, одновременно служащее активной ссылкой на Ваш сайт.

На каких площадках можно разместить объявление?

1. Прежде всего, поисковые системы и поисковые каталоги.
2. Сайты-партнёры, тематические сайты, сетевые СМИ, форумы, блоги, социальные сети.
3. Почтовые рассылки.
4. Доменные паркинги.
5. Ресурсы с поведенческим таргетингом.

Существуют три основных системы контекстной рекламы: Яндекс.Директ, Гугл.Адвордс и Бегун. Первые две весьма схожи по принципу действия и базируются на Яндексе и Google соответственно. То есть объявления демонстрируются по результатам запросов в этих поисковиках. Бегун размещает контекстную рекламу на сайтах, имеющих партнёрское соглашение с Системой.

5 плюсов контекстной рекламы:

- Вы платите не за возможность продемонстрировать свою рекламу (получить посетителей), а за конкретных посетителей.
- Управление бюджетом кампании буквально в режиме реального времени: Вы сами определяете, сколько и за кого платить.
- Наглядная и ясная статистика. Инструменты контроля Google.Analytics и Яндекс.Метрика позволяют не просто отследить количество посетителей сайта, а проанализировать их поведение: человек сделал заказ, оформил заявку, а может быть, просто заблудился и ушёл ни с чем.
- Практически мгновенное получение результата. Первые посетители появятся на сайте в считанные дни, т.к. создание и запуск кампании занимает от нескольких часов до нескольких дней. Это в особенности важно, если Ваш сайт только открылся и не получил ещё устоявшуюся аудиторию и стабильный поток клиентов от SEO.
- Таргетинг (целенаправленность, адресность). Вы можете настроить кампанию таким образом, что объявление будет увидено исключительно Вашей целевой аудиторией. Будь то офисные работники в будние дни, жители Челябинска или все домохозяйки от 20 до 45 лет. Иными словами, существует возможность задать любой параметр по географическому, временному и демографическому признаку.

Кстати, контекстная реклама хороша не только для «молодых» сайтов, но и для «старых». Как показали исследования, аудитория из поиска и из контекста пересекается лишь на 5%. То есть, игнорируя, например, возможности Яндекс.Директа, Вы отказываетесь от 45% дополнительной прибыли. А неполученная прибыль, как известно, считается убытком.

Мы не откроем Америку, если скажем, что любой инструмент требует профессионального обращения. При всей простоте контекстной рекламы, работу с ней следует доверить специалистам. Тем, например, для которых CTR – не магическая формула, а всего лишь аббревиатура, обозначающая показатель кликабельности объявления (click-through rate). Чем он выше, тем дешевле обходится Вам реклама. Как этого добиться? Прежде всего, привлечь внимание потенциальных клиентов к сообщению: составить выигрышный текст и найти

оптимальное место для его размещения на странице. Чтобы взгляд моментально «цеплялся» за объявление, а курсор мышки совершал тот самый заветный клик. Стоит заранее озаботиться доступностью и полезностью представленной на сайте информации и удобством его использования. Это по достоинству оценит посетитель, став Вашим клиентом. Их число увеличивается – себестоимость рекламы уменьшается. Иными словами, повышается индекс окупаемости инвестиций (ROI) – а к этому стремится каждый бизнесмен.

За нашими плечами – уже более пяти лет работы в данной области и десятки успешно проведенных кампаний. Сегодня, как и прежде, нас отличает природный перфекционизм и стремление к совершенству. Участвуя во всех ведущих конференциях отрасли, мы всегда идём в ногу со временем, пополняя багаж полезных навыков, создавая и внедряя новые идеи, инструменты и технологии. Да, мы не относимся к крупным игрокам, но в этом и есть преимущество. Наше кредо: любая пятиминутная задача должна решаться мгновенно, без проволочек. То есть Вам не придется ждать неделю по каждому мелкому исправлению или корректировке кампании, так как мы найдем для Вас «время здесь и прямо сейчас».

Услуга Контролёр

Искусству оптимизации и продвижения не обучают в университетах (по крайней мере, пока), так что далеко не каждый бизнесмен или владелец сайта разбирается в тонкостях и нюансах этого процесса. Конечно, можно погрузиться в самостоятельное изучение вопроса, благо информации предостаточно, но есть ли в этом необходимость? Загружать свою голову багажом отрывочных знаний, тратя на это драгоценное свободное время? Которое лучше провести с семьёй или просто отдыхая от напряжённой работы.

Тем не менее, любой предприниматель желает быть уверенным, что задача, отданная на исполнение стороннему специалисту, решается должным образом, качественно и эффективно.

Опять же, вам явно не доставит удовольствие слышать в ответ на свой «глупый» вопрос саркастическую усмешку или снисходительное «Ну, как бы вам объяснить-то попроще...».

Помочь избежать подобных неприятных моментов и призвана наша услуга Контролёр.

С одной стороны, мы следим за тем, чтобы аутсорс-компания строго исполняла взятые на себя обязательства по оптимизации и продвижению вашего интернет-ресурса. С другой – оказываем вам консультационные услуги, давая советы и рекомендации.

Как выглядит этот процесс?

Первое. Мы проанализируем представленное вам коммерческое предложение на предмет его эффективности. Ведь вложенные в раскрутку сайта средства должны максимально себя оправдать.

Второе. Проверим договор на всевозможные уловки и «белые пятна», дабы не допустить подписания заведомо невыгодного вам соглашения. Как специалисты в своей области мы знаем все подводные камни, от столкновения с которыми следует подстраховаться заранее.

Третье. Мы будем следить за своевременностью отчётов со стороны исполнителей. За достоверностью указанных в данных и удобоваримой формой их подачи. Согласитесь, что толку от маловразумительных таблиц, наполненных абстрактными цифрами и неизвестными терминами, мало.

Мы возьмём на себя обязанность общения с исполнителем и контроля, насколько добросовестно он соблюдает условия договора. Поэтому вам не придётся отвлекаться на каждую мелочь, решая рутинные рабочие вопросы. В случае необходимости мы укажем на недопустимость затягивания сроков, так как понимаем, насколько ценен для делового человека фактор времени. А при возникновении разногласий и спорных моментов выступим посредниками и поможем прийти к соглашению.

Контент сайта (копирайтинг)

Все силы и средства, потраченные на рекламу сайта, будут буквально выброшены на ветер, если ваш потенциальный клиент не обнаружит самого важного - интересующей его информации. Легкодоступной, достоверной и актуальной. Вспомните на собственном опыте, сколько раз вы покидали сайты, где нельзя было найти ни одного ответа на свой вопрос. Симптомы, как правило, везде одинаковы:

- обилие обтекаемых фраз и нагромождение банальностей про миссию и клиенто-

ориентированный подход;

- скудная информация – «По всем интересующим Вас вопросам обращайтесь в офис»;

- полезные, на первый взгляд, страницы, безнадежно испорченные топорной оптимизацией под поисковые запросы.

Чтобы ваш сайт не пополнил печальный список подобных «пациентов», следует серьезно подойти к вопросу его содержимого, а именно – доверить написание контента профессиональному копирайтеру. Знатоку дела, не только мастерски владеющему словом, но и понимающему, какие функции возлагаются на текст:

1. Информативность - предоставление посетителю необходимых сведений.

2. Имидж. По качеству информации и умению донести её до читателя клиент делает вывод о компетентности компании. Он не только поймёт и запомнит прочитанное, но поделится открытием с другими людьми – пресловутое «сарафанное радио» в действии.

3. Реклама. Виртуозно написанные тексты ощутимо снижают расходы на рекламу. С одной стороны, к сайту, как авторитетному источнику, будут обращаться сторонние ресурсы. С другой, отпадает необходимость в содержании дополнительного штата менеджеров и оплате офисных телефонов (в распоряжении клиента – исчерпывающая информация, размещённая на сайте).

4. Поисковая оптимизация. Ключевые фразы, искусно и умело, вписанные в текст, помогают поисковикам ранжировать ваш сайт и выдать его в числе первых результатов по запросу пользователя.

Однако важнейшая задача, которую выполняет контент сайта – это продажа. При этом текст должен не просто расхваливать предлагаемые товары и услуги, а доходчиво и грамотно объяснять, как они могут удовлетворить нужды клиента, заинтересовывать и склонять к совершению покупки. Существует множество способов и техник, позволяющих добиться этого. Все они сводятся к схеме, или модели, именуемой рекламистами AIDA (АИДА): Attention (внимание), Interest (интерес), Desire (желание), Action (действие).

Опытные копирайтеры нашей компании в совершенстве владеют всем необходимым инструментарием и готовы применить свои знания на благо вашего сайта. Поэтому непременно стоит воспользоваться их услугами, в случае если контент устарел и требует «косметического ремонта» и обновления.

Владельца сайта вполне справедливо беспокоит вопрос сохранности контента – как уберечь находящиеся в открытом доступе тексты от воровства и плагиата. С появлением первых защитных инструментов (в частности специальных сервисов Яндекса и Google), на этот счёт можно не беспокоиться. Уникальные тексты, за написание которых вы заплатите деньги, будут работать только на вас. А любой ресурс, уличенный в незаконном использовании чужого контента, подвергнется санкциям со стороны поисковой системы.