

Этапы подбора ключевых слов

От того, насколько правильно были подобраны ключевые слова, зависит успех в деле продвижения интернет-проекта. Первые посетители, которые в будущем, возможно, станут постоянными, занесут Ваш сайт в закладки, приходят именно с поисковых систем.

Практически все поисковики ведут свою статистику запросов, на которой основан сервис по подбору ключевых фраз. В частности, в русскоязычном сегменте паутины можно воспользоваться услугами сайтов Google и Яндекс.

В целом весь данный процесс можно разделить на следующие несколько этапов:

1. Поиск ключевых фраз и слов;
2. Отсеивание лишних слов;
3. Анализ сайтов-конкурентов;
4. Снова отсеивание и получение нужных «ключевиков».

Однако, чтобы все было понятнее, каждый из этих шагов надо рассмотреть подробнее.

Этап первый

Тут все начинается с посещения страницы: <https://wordstat.yandex.ru/>. Зайдите на нее, введите ключевое слово или фразу и нажмите кнопку «Подобрать». Перед Вами откроется список поисковых запросов пользователей, с указанием количества показов за месяц. Можно также посмотреть статистику для определенных устройств (например, только для десктопов или мобильных устройств). Есть еще возможность отследить сезонность запросов, т.е. их популярность в тот или иной период времени.

Бывает, что сайт продвигается под определенный регион. В таком случае нужно нажать на ссылку «уточнить регион», а затем поставить галочки напротив тех стран и областей, по которым необходимо получить статистику.

После выполнения всех указанных выше действий сохраните все полученные результаты в файл и удалите повторения.

Потом нужно будет выделить все запросы и сохранить их в удобный файл, к примеру, в таблицу Excel. Это будет общий список слов. Как правило, он включает в себя от двухсот запросов. Более точно назвать их количество нельзя. Здесь все зависит от тематики сайта.

Сервис с похожим функционалом есть также и у Google: <https://trends.google.ru/>.

Теперь у Вас есть общий перечень запросов по нужной тематике, и Вы можете перейти к следующему шагу.

Этап второй

Чтобы произвести отсеивание ненужной части ключевых слов, надо зайти сначала на Google, а затем на Яндекс и ввести все ранее найденные, подобранные, и сохраненные ключевые слова.

Потом нужно будет выписать 10 сайтов с первой страницы результатов поиска, которые продвигаются по «ключевикам» вашей тематической категории. Затем выберите из составленного на первом этапе списка от 15 до 30 оказавшихся наиболее востребованными слов.

Можно воспользоваться открытой статистикой сайтов либо специализированным программным обеспечением. С какими сайтами придется конкурировать, зависит от тематики Вашего ресурса. Скажем, если Вы продвигаете сайт про ноутбуки, то будьте готовы к внушительной конкуренции со стороны онлайн-магазинов. Поэтому на первых порах лучше не брать слишком большое количество запросов.

Этап третий

Провести анализ ссылок конкурирующих проектов можно автоматически или вручную. В первом случае можно применить программу Yazzle либо подобный ей софт. Чтобы анализировать ссылки вручную, потребуется программа Site-auditor, считающаяся одним из основных инструментов оптимизатора.

Затем проанализируйте обратные ссылки на веб-сайт (бэки) и посмотрите, по каким ключевым словосочетаниям и словам закупаются и размещаются ссылки. Для удобства работы желательно автоматизировать данный процесс.

Этап четвертый

После скрупулезного анализа конкурирующих интернет-проектов у Вас останется список, в котором будет 15 – 20 слов. Их и следует продвигать. Впоследствии вся структура сайта будет основана именно на них. Они будут встречаться в заголовках страниц и в опубликованных на нем материалах.

Как уже говорилось в начале статьи, главная цель подбора ключевых слов – дать пользователям возможность найти по ним Ваш сайт.