

Чего не стоит делать и что приведет к успеху при создании и продвижении сайта

Чего не стоит делать

При продвижении сайта нежелательно использовать ссылки, которые в большом количестве, за копейки продают биржи. Поисковики хорошо видят такое недобросовестное продвижение, и ничего, кроме разочарования вы, в конечном итоге, не получите. Ссылки можно и нужно использовать только от авторитетных источников, с гарантией их пожизненного размещения. Если плохая ссылка стоит 1 руб., то хорошая, правильная 300-500 руб., но это того стоит.

Не пишите (если пишете сами) и не размещайте материалы сумбурно. Есть, например, Яндекс.Стат, который вам точно покажет, что и как запрашивает ваш потенциальный клиент при поиске. Оптимизируйте под запросы в поисковых системах.

Не используйте доски и сайты-однодневки сомнительного происхождения. Даже если они предлагают бесплатно разместить у их ссылки на ваш сайт. После исчезновения такого ресурса он утянет за собой и их тоже.

НЕ стоит размещать у себя на сайте рекламу сомнительных компаний. Люди воспринимают вас как их партнера и, исходя из этого, формируют свое отношение к вам и вашему сайту. Фраза «ответственность несет рекламодатель» тут не работает.

Не заказывайте статьи у копирайтеров, если тематика вашего сайта узко специализирована. Найти на рынке человека, кто напишет экспертную статью, например, по медицине, квантовой физике, генетике и т.д. почти не реально. Если в своем вопросе вы эксперт, то пишите сами, а после написания отдайте ваш материал для проверки профессиональному корректору, чтоб он поправил стилистику подачи материала.

Все современные движки имеют удобную функцию «отложенный постинг». Допустим, вы написали или заказали 10 статей, но выкладывать за 1 день все, а потом неделю ничего не публиковать будет большой ошибкой. Вы загружаете на сайт все 10 материалов, но указываете, что надо издавать по 2 материала в день. Причем там можно указать и время публикаций.

Не стоит упоминать в статьях: «Мы лучшие», «мы первые», «только у нас», «лучше, чем у других». Этот старый рекламный ход вызывает обратную реакцию, т.к. звучит со всех сторон.

Не стоит размещать на сайте виджеты типа «погода», «курсы валют». Ими изобилуют все информационно-новостные сайты.

Что будет полезным

Точно определитесь с темой сайта и придерживайтесь ее. Если люди, к примеру, приходят к вам за информацией о ремонте автомобиля, а вы вдруг решили рассказать о том, как отдыхаете в Сочи с женой и детьми, это тут неуместно.

Дайте читателю обратную связь. Форма для сообщений на сайте, почтовые рассылки, конкурсы и опросы – все это прекрасно работает. Читатель чувствует участником жизни сайта.

Проводите конкурсы, розыгрыши. Это могут быть просто сувениры, но сам факт того, что «я это выиграл, мне это с сайта прислали», побуждает людей к ежедневным посещениям и активным действиям.

Люди любят развлекательный материал, даже если сайт посвящён серьезным темам. Можно создать специальный раздел, где будут выложены забавные картинки с надписями юмористического характера, а может даже и анекдоты, соответствующие тематик сайта.

Если сайт не является сугубо информационным, а связан с бизнесом в «оффлайне» (к примеру, вы строите дома под ключ), покажите своим клиентам все тонкости работы с помощью статей или видеороликов. Это даст дополнительный трафик.

Если есть возможность общения с коллегами (возможно, конкурентами), то неплохо будет оформить это общение в стиле интервью и подать читателю под видом мнения еще одного эксперта. Это придаст материалам видимость объективности.

Разместите на сайте купон или промо-код, а еще лучше высылайте его по почте за подписку на вашу тематическую рассылку. Все, что связано с акциями, скидками, даже самыми нелепыми, может привлечь интернет-пользователей и клиентов.

Важно понимать, к чему вы стремитесь в деле развития вашего проекта и понимать, что успех не приходит за 1 день.