**Правильный подбор Ключевых фраз**

Данная статья посвящена теме, которая интересует многих владельцев коммерческих сайтов, решивших оптимизировать свой портал. Мы не будем здесь лить воду, и рассказывать множество примеров. Лишь самое основное, что необходимо знать при подборе ключевых слов и фраз.

 Как Вы уже знаете, огромное внимание при оптимизировании сайта, уделяется именно грамотному написанию текстов и ключевым фразам.

Изначально существует одна, и довольно таки распространенная проблема. Заказчик подбирает ключевые фразы самостоятельно, считая, что в своем бизнесе он разбирается лучше всего, и не согласовывает их с оптимизатором. На первый взгляд как таковой проблемы и нет. Но не стоит забывать, что в Интернете сейчас огромная конкуренция на любую продукцию и услуги . И зачастую заказчик выбирает распространенные фразы, по которым вывести сайт в ТОП- 10 по этим запросам, либо занимает много времени, либо фактически невозможно.

Для того что бы Ваш сайт был качественно оптимизирован необходимо согласовывать все с исполняющим оптимизатором. Или же хотя бы прислушиваться к его мнению.

Для узких областей точный и полный подбор ключевых фраз составляет практически 90% успеха в оптимизации. Так же это полезно и для достаточно популярных областей. Правильный подбор позволит получить значительное преимущество перед другими конкурентами.

Итак, с чего же стоит начать подбор ключевых фраз?

Для этого, владелец сайта, должен четко представлять, что хочет найти потенциальный покупатель в данный момент. Лучше всего будет представить себя на месте именно этого клиента, и понять какие бы Вы слова ввели в поиск.

Как только это было проделано, составляется первичный список, в который будут входить основные слова, от которых в дальнейшем и нужно отталкиваться. Список должен, обязательно, в себя включать, не только название товаров и фирмы, но и задачи, которые решает ресурс.

Вот главное что должен включать подобный список:

1. Название услуг, товара, фирмы, и какие только могут быть возможные к ним синонимы, сокращенные и сленговые названия.
2. Название составных частей продаваемого товара или услуги.
3. Названия более крупных потребительских решений, основанных на выбранном товаре.
4. Понятие о качестве услуг и товаров.
5. Словосочетания, которые не применяются или же не нужны.

Далее входите на сайт поисковика, в котором хотите попасть в ТОП и вводите туда слова или фразы из списка. При этом не просто просматривайте, где, кто, и как, но и подробно изучайте список выдачи поисковой машины.

Изучать 10 страниц выдачи не нужно, достаточно будет посмотреть первую десятку. При этом обращайте внимание на то, как устроен сайт. Проведите для себя анализ на схожесть Ваших товаров, и товаров на сайте. И не забывайте вместе с этим вычеркивать ненужные фразы из списка.

За таким изучением может пройти несколько часов, а может даже дней. Но зато это принесет свои плоды- ценную информацию. А так же у Вас останется в списке ключевые слова или фразы, которые будут максимально отвечать, и описывать предмет Вашего бизнеса. Узнаете своих потенциальных конкурентов и сможете сделать свой ресурс намного лучше.

Но это еще не все. Следующим заданием будет «прогон» оставшихся слов и фраз через <http://wordstat.yandex.ru>, это для Яндекса.

А теперь:

- вычеркиваете слабые слова с точки зрения описания Ваших предложений

- в самое начало должны быть перенесены «сильные» фразы

- в конце списка оставьте фразы, которые, по Вашему мнению, обладают средней силой.

Работа будет считаться проделанной правильно, если список оставит в себе до 40 слов.

И последним действием будет группирование слов в тройки или четверки. Лучше если каждая такая фраза будет содержать по одному сильному и по паре средних слов. И так останется от одного до 15 фраз. Вот и конец работы. Теперь Вы можете смело отправлять ключевые фразы на продвижение.