**СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО САЙТА**

**Семантическое ядро сайта** — это список поисковых слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товар или услугу, предлагаемые сайтом. Запросы в семантическом ядре должны максимально соответствовать представлениям посетителей о сайте.

Проанализировав предоставленный Вами список потенциально значимых запросов к продвижению, а также поисковую выдачу по ним в разных регионах России, можно сказать, что семантическое ядро сайта составлено некорректно в соответствии с целями поискового продвижения. Нужно понимать, что изначально неправильно составленное семантическое ядро сайта не принесет вам желаемого результата и станет залогом безуспешных попыток раскрутить сайт.

Во-первых, составленное Вами семантическое ядро содержит много так называемых первичных запросов – запросов, характеризующих ресурс «в общем», являющиеся наиболее общими в тематике. Например, «гидроабразивная резка», «гидрорезка», «водорезка» и т.п.

Как правило, нецелесообразно использовать такие запросы к продвижению, т.к. они в большей степени являются информационными, привлекающими нецелевую аудиторию, либо являются высокобюджетными, но невостребованными в регионах продвижения.

Во-вторых, в списке присутствует и следующая группа запросов, как «ассоциативные» (вспомогательные) – запросы, которые также набирались людьми, вводящими основные запросы. Например, «раскрой металла», «гидроабразивная резка металла», «гидроабразивная резка камня» и т.п. Набирая такие запросы в поиске, пользователь в первую очередь ищет предприятия, предоставляющие данные УСЛУГИ по резке, раскрою различных материалов в своем регионе (городе), но никак не компанию, производящую и поставляющую оборудование для гидроабразивной резки.

В итоге, общие и ассоциативные запросы могут, конечно, увеличить посещаемость Вашего сайта, но, как правило, не повлияют на рост потенциальных клиентов и увеличение продаж.

Соответственно, основными запросами для Вашего сайта, которые целесообразно использовать для продвижения, все-таки являются: «станок гидроабразивной резки», «гидроабразивный станок цена», «станок гидроабразивной резки цена», «гидроабразивный станок купить», «гидроабразивное оборудование», «гидроабразивная установка», «оборудование для гидроабразивной резки», «гидроабразивная установка цена» и т.п.

Таким образом, мы рекомендуем пересмотреть и откорректировать составленный Вами список потенциально значимых запросов к продвижению, т.к. первоначально грамотно составленное семантическое ядро – залог успешного продвижения сайта в поисковых системах и значительная экономия бюджета.

**ТЕКСТОВЫЕ И СТРУКТУРНЫЕ НЕДОЧЕТЫ САЙТА**

После составления и согласования семантического ядра, список ключевых слов распределяется между релевантными страницами интернет-ресурса, которые в дальнейшем будут точками вхождения на сайт с поиска по продвигаемым запросам.

**Релевантность** - это степень соответствия страницы введенному поисковому запросу.

На данный момент, информационное наполнение веб-ресурса не удовлетворяет большинству предлагаемых Вами запросов к продвижению (отсутствуют необходимые разделы/страницы сайта, удовлетворяющее тому или иному ключу; текстовые материалы на сайте стилистически не оформлены: не используются корректно заголовки H1-H3, теги <strong>, <em>; отсутствует описание главных мета-тегов, влияющих на ранжирование сайтов в поисковых системах: title, description, keywords, изображения на сайте также не оптимизированы и т.д.).

Несоответствие сайта элементарным требованиям поисковых систем видно даже по поисковой выдаче в городе Калининград, к которому сайт отнесен сейчас автоматически.

Несмотря на то, что в Калининграде ресурс [[**http://www.omaxjetsystem.ru/**](http://www.omaxjetsystem.ru/)](http://haidi.ru) автоматически имеет наибольший приоритет в ранжировании, занимаемые позиции очень низкие:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Запрос** | **Яндекс** | **Google** |
| гидроабразивная резка | 4 | Нет в 100 |
| Раскрой металла | Нет в 200 | Нет в 100 |
| гидрорезка | 9 | Нет в 100 |
| система обратного осмоса | Нет в 200 | Нет в 100 |
| металлорежущие станки | Нет в 200 | Нет в 100 |
| водорезка | 115 | Нет в 100 |
| гидроабразивная резка металла | 15 | Нет в 100 |
| гидроабразивная резка камня | Нет в 200 | Нет в 100 |
| гидроабразивная установка | 18 | Нет в 100 |
| гидроабразив | Нет в 200 | Нет в 100 |
| станок гидроабразивной резки | 1 | 19 |
| гидроабразивная резка плитки | 49 | Нет в 100 |
| металлообрабатывающее оборудование | Нет в 200 | Нет в 100 |
| станок для резки | Нет в 200 | Нет в 100 |
| монтаж системы обратного осмоса | Нет в 200 | Нет в 100 |
| установка гидроабразивной резки | Нет в 200 | 27 |
| гидрорезка металла | 42 | Нет в 100 |
| промышленные системы обратного осмоса | Нет в 200 | Нет в 100 |

**ВНЕШНИЕ ПОКАЗАТЕЛИ САЙТА**

Помимо внутренних показателей сайта, существуют еще внешние, влияющие на поисковой рейтинг сайтов и ранжирование интернет-ресурсов.

Ниже приведены данные по сайту **omaxjetsystem.ru**, дальнейший их анализ возможен только после согласования окончательного списка ключевых запросов и приоритетных городов к продвижению, чтобы сравнить данные со средними нормированными показателями сайтов конкурентов:

**Возраст доменного имени** (и самого контента на сайте) так же влияет на ранжирование страниц в выдаче поисковых систем. Считается, что чем старше сайт, тем больше поисковики ему "доверяют".

Возраст omaxjetsystem.ru: 5 лет

**Тематический индекс цитирования (тИЦ) -** это величина, придуманная поисковой системой Яндекс, для определения авторитетности ресурса. ТИЦ будет зависеть от того, сколько сайтов будут ссылаться на Ваш проект. Намного лучше, если эти ресурсы ещё и тематически схожи с Вашим, тогда значение ТИЦ будет Выше. Количество ссылок с сайтов разных тематик тоже влияет на ТИЦ, но в меньшей мере.

Показатель тИЦ: 30

**PR или ранг страницы** - это показатель важности Вашего ресурса, придуманный компанией Google. Увеличить PR можно, так же как и ТИЦ - чем больше ссылок с авторитетных и схожих по тематике ресурсов, тем лучше.

Показатель PR: 2

**Присутствие в Яндекс.Каталоге и DMOZ** - наличие в каталогах самых известных поисковых систем это в первую очередь очень престижно, а уже во вторую очередь даёт прирост ТИЦ и PR. Попасть в эти каталоги очень сложно и для этого нужно иметь действительно очень интересный и полезный людям проект.

Присутствие в Я. каталоге: ДА

DMOZ: НЕТ

**Ссылочная масса** – совокупность всех активных ссылок, размещённых в Интернете, которые переадресуют пользователя на оптимизируемый сайт, кроме тех, что размещены на самом сайте. Ссылочная масса является основным инструментом ранжирования сайтов поисковыми системами. Принцип прост – чем больше сайтов ссылаются на продвигаемый ресурс, тем выше может оказаться его поисковый рейтинг.

Количество ссылок на сайт: 502

Количество доменов, которые ссылаются на сайт: 27

Количество найденных анкоров: 12

**ПРОДВИЖЕНИЕ ПО РОССИИ**

Если вы планируете серьезную экспансию во все регионы, то добиться высоких результатов в продвижении сайта по России возможно лишь в следующих случаях:

1. Необходимо, чтобы Яндекс присвоил сайту «статус» общероссийского. Для этого по возможности необходимо завезти себе федеральный телефонный номер (8 800), который следует сделать главным номером в контактах сайта. Кроме того, как можно чаще в контенте сайта указывать, что поставляете продукцию во все города России.

Прописать сайт на платной основе в Яндекс-каталоге, указав, что сайт является общероссийским.

На данный момент Ваш сайт зарегистрирован в Я.каталоге, веб-ресурс отнесен к разделу "Станки", присвоен регион - "Россия", но, тем не менее, сайт не имеет приоритета в ранжировании по России, т.к. регистрации в каталоге недостаточно для достижения высоких результатов.

Следует также отметить, что даже при регистрации сайта в Я.каталоге и присвоении статуса «общероссийского», присвоить можно не более 7 регионов. Присвоение регионов происходит путем отправки соответствующей заявки в Яндекс, Яндекс проверяет всю информацию и либо присваивает регион, либо отказывает с объяснением причины отказа. Присваиваются регионы по региональным филиалам компании, собственным магазинам или офисам.

Без этого продвижение по России будет малоэффективным и позиции в регионах, не закрепленных за сайтом, скорее всего, будут нестабильными.

1. Еще один вариант продвижения сайта в разных регионах - создавать поддомены в виде названия городов: moskva.omaxjetsystem.ru и так далее. Получается, что если вы не имеете реального регионального представительства, то лучше всего, чтобы ваш поддомен к нужному региону Яндекс присвоил автоматически.

Но нужно понимать, что недостаточно создать поддомены и разместить на них информацию, полностью дублирующую основной сайт компании. В таком случае, проекты попадут под фильтр аффилиатов, при индексировании Яндекса. Аффилиатом считается сайт-двойник, видоизмененная копия.

Чтобы попасть под данный фильтр, достаточно совсем малого:

- совпадение контактной информации;

- совпадение шаблона страниц сайта;

- совпадение тематики или контента.

Считается, что в поисковой выдаче должен присутствовать только один сайт из группы, попавших под фильтр аффилиатов. Другими словами, в поисковике будет присутствовать только один сайт из всех, что Яндекс посчитал афилиатами, и только он будет отображаться для пользователей.

1. Использование контекстной рекламы (Яндекс Директ и Google Adwords) с возможностью охватить все регионы России, назначить время показа объявления и т.п. Кроме того, контекстную рекламу эффективно использовать в качестве первоначального тестирования интереса в Интернете к вашему предложению.

**ГЕОРГАФИЧЕСКИЙ СПРОС**

Произведен анализ географического спроса по приоритетным ключевым запросам с распределением по городам России.

В анализ включены города, имеющие частоту спроса ≥ 5-10-20-30 в месяц.

Считается, что использовать слова для продвижения, имеющие частоту меньше 30 показов в месяц в том или ином городе, не эффективно.

Из приведенных ниже данных отчетливо видно, что продвигать Ваш интернет-ресурс по всей России нецелесообразно, ввиду ограниченного спроса по городам.

Запрос «**гидроабразивная резка»** имеет **1278 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 432 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 278 |
| 3 | Екатеринбург  | 67 |
| 4 | Нижний Новгород  | 64 |
| 5 | Новосибирск  | 37 |
| 6 | Пермь  | 25 |
| 7 | Самара  | 24 |
| 8 | Казань  | 23 |

Запрос «**раскрой металла»** имеет **109 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 39 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 15 |
| 3 | Челябинск  | 10 |

Запрос «**гидрорезка»** имеет **249 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 116 |
| 2 | Нижний Новгород  | 25 |
| 3 | Пермь  | 20 |
| 4 | Санкт-Петербург  | 18 |
| 5 | Екатеринбург  | 10 |

Запрос «**система обратного осмоса»** имеет **449 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 287 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 23 |
| 3 | Екатеринбург  | 8 |
| 4 | Пермь  | 8 |
| 5 | Нижний Новгород  | 7 |

Запрос «**металлорежущие станки»** имеет **388 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 75 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 35 |
| 3 | Нижний Новгород  | 16 |
| 4 | Ярославль  | 15 |
| 5 | Пермь  | 13 |
| 6 | Казань  | 13 |
| 7 | Екатеринбург  | 13 |
| 8 | Новосибирск  | 11 |

Запрос «**водорезка»** имеет **41 показ в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 13 |
| 2 | Екатеринбург  | 6 |
| 3 | Санкт-Петербург  | 4 |

Запрос «**гидроабразивная резка металла»** имеет **449 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Санкт-Петербург  | 144 |
| 2 | Москва  | 102 |
| 3 | Уфа  | 18 |
| 4 | Нижний Новгород  | 17 |
| 5 | Красноярск  | 15 |
| 6 | Екатеринбург  | 13 |
| 7 | Новосибирск  | 8 |
| 8 | Челябинск  | 7 |

Запрос «**гидроабразивная резка камня»** имеет **39 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 28 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 6 |

Запрос «**гидроабразивная установка»** имеет **57 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 12 |
| 2 | Казань  | 8 |
| 3 | Воронеж  | 3 |
| 4 | Пенза  | 3 |
| 5 | Ростов-на-Дону  | 3 |
| 6 | Оренбург  | 3 |

Запрос «**гидроабразив»** имеет **75 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 34 |
| 2 | Екатеринбург  | 18 |
| 3 | Санкт-Петербург  | 7 |
| 4 | Челябинск  | 2 |

Запрос «**станок гидроабразивной резки»** имеет **149 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 77 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 15 |
| 3 | Челябинск  | 5 |
| 4 | Пермь  | 5 |
| 5 | Новосибирск  | 5 |
| 6 | Екатеринбург  | 4 |

Запрос «**гидроабразивная резка плитки»** имеет **50 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Санкт-Петербург  | 18 |
| 2 | Москва  | 10 |
| 3 | Екатеринбург  | 4 |
| 4 | Нижний Новгород  | 4 |

Запрос «**металлообрабатывающее оборудование»** имеет **304 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 91 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 34 |
| 3 | Новокузнецк  | 24 |
| 5 | Нижний Новгород  | 16 |
| 6 | Пермь  | 13 |
| 7 | Рязань  | 12 |
| 8 | Ижевск  | 11 |
| 9 | Екатеринбург  | 10 |
| 10 | Краснодар  | 10 |

Запрос «**станок для резки»** имеет **12 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 5 |
| 2 | Набережные Челны  | 1 |
| 3 | Орск  | 1 |
| 4 | Ростов-на-Дону  | 1 |
| 5 | Санкт-Петербург  | 1 |

Запрос «**установка гидроабразивной резки»** имеет **77 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 35 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 11 |
| 3 | Саратов  | 4 |
| 4 | Екатеринбург  | 3 |

Запрос «**гидрорезка металла»** имеет **89 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 36 |
| 2 | Санкт-Петербург  | 15 |
| 3 | Нижний Новгород  | 11 |
| 4 | Екатеринбург  | 9 |
| 5 | Пермь  | 2 |
| 6 | Ростов-на-Дону  | 2 |

Запрос «**промышленные системы обратного осмоса»** имеет **19 показов в месяц**

Распределение количества показов в месяц по городам России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№, п/п** | **Город** | **Кол-во показов в месяц** |
| 1 | Москва  | 8 |
| 2 | Ростов-на-Дону  | 4 |
| 3 | Омск  | 1 |
| 4 | Иркутск  | 1 |
| 5 | Челябинск  | 1 |
| 6 | Курган  | 1 |
| 7 | Пермь  | 1 |

Таким образом, исходя из статистических данных по спросу, видно, что список городов, в которых поисковое продвижение будет действительно эффективным в вашей тематике, достаточно ограничен. И уже не составляет труда выбрать и свести поисковое продвижение к семи крупным городам.

Как вариант, можно использовать поисковое продвижение в тандеме с контекстной рекламой, чтобы задействовать большее количество городов и регионов.

**БЮДЖЕТ ПРОДВИЖЕНИЯ**

Полный расчет бюджета по поисковому продвижению (с указанием всех статей расходов), а также обозначить сроки вывода в ТОП конкретного ключевого запроса, можно будет только после составления и согласования семантического ядра, а также выбора приоритетных городов к продвижению.