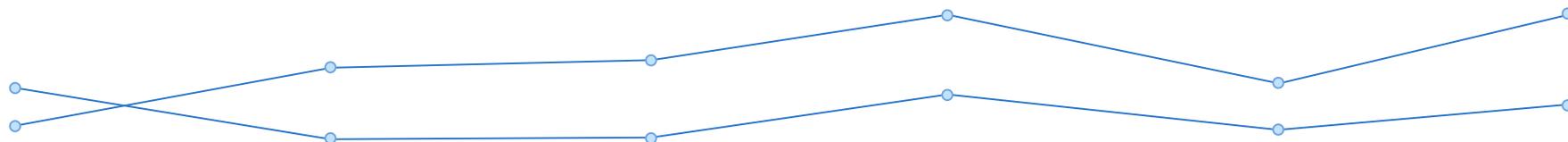


Как вырастить свой поисковый трафик

Поломарь Станислав

Руководитель платформы поисковой аналитики SEOWORK



SEOWORK

Что мы обсудим

- Как понять куда прикладывать усилия
 - Как искать точки потери трафика
 - Как искать точки роста
- Чек лист начальных действий

Типовые группы

- Точки роста
- Не уронить
- Все остальное

Не уронить и остальные

Не уронить

Это документы, которые **приносят трафик (конверсии)** и уже имеют **хорошую видимость**

Остальные

Это все остальные страницы вашего сайта, которых может **быть очень много**

Точки роста

Точки, где потерян трафик

Это документы, где мы уже получали поисковый **трафик**, но его **потеряли**

Новые точки роста

Это документы, которых еще нет на вашем сайте и их нужно создать, чтобы привлечь **трафик, которого у вас еще нет**

Существующие точки роста

Это документы, которые есть на сайте, они уже могут приносить трафик, но **обладают гораздо большим потенциалом**

Возвращаем трафик

Найти точки, где мы потеряли трафик, не так уж сложно — достаточно сравнить два правильно выбранных периода в любой системе аналитики, например, Яндекс.Метрике

апр 2016

Сегмент

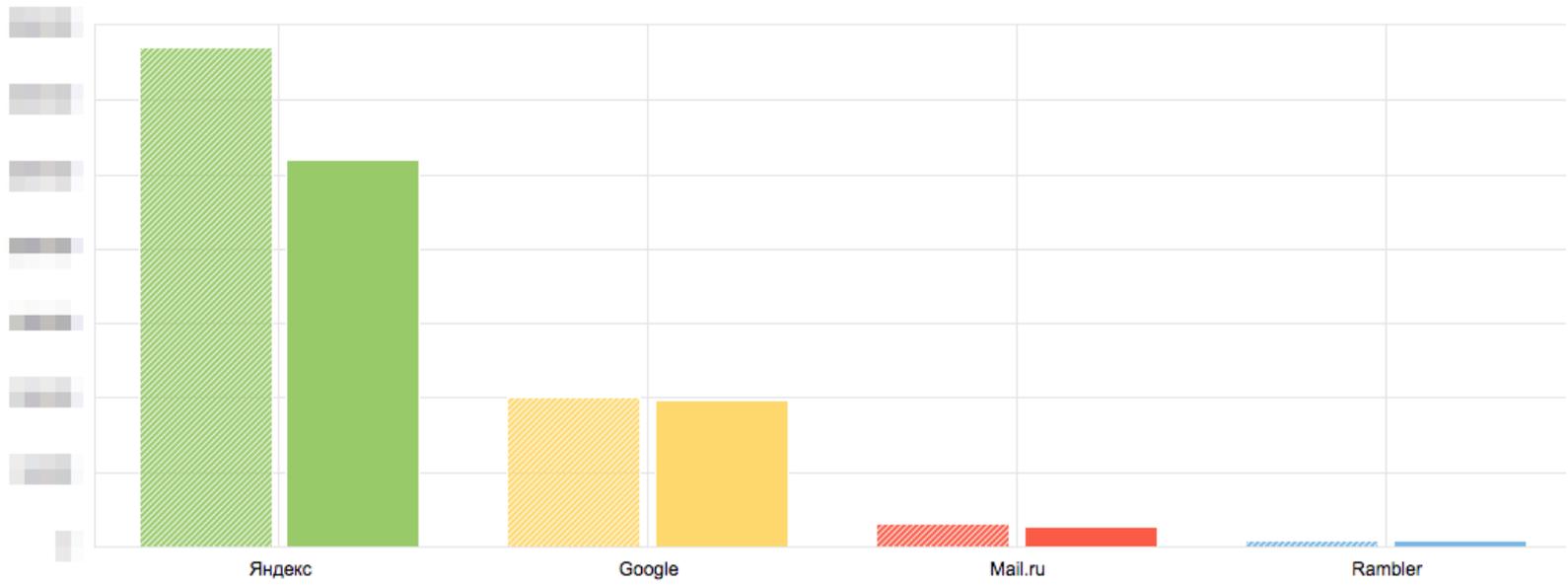
Визиты, в которых + для людей, у которых +

апр 2017

Сегмент

Визиты, в которых + для людей, у которых +

Визиты



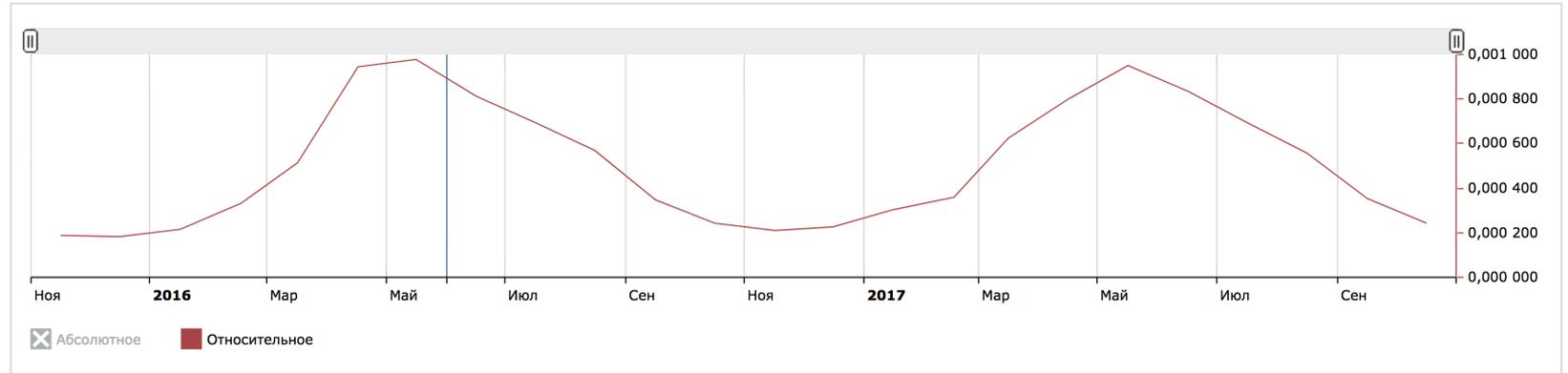
Возвращаем трафик

Основные правила для выбора периодов сравнения:

У бизнеса сильная сезонность –	сравниваемся с прошлым годом
У направления нет яркой сезонности –	можем выбрать практически любой равный период
Были санкции поисковых систем –	нельзя брать период под санкциями для сравнения
Были серьезные технические ошибки –	также нельзя брать период ошибок и их последствий

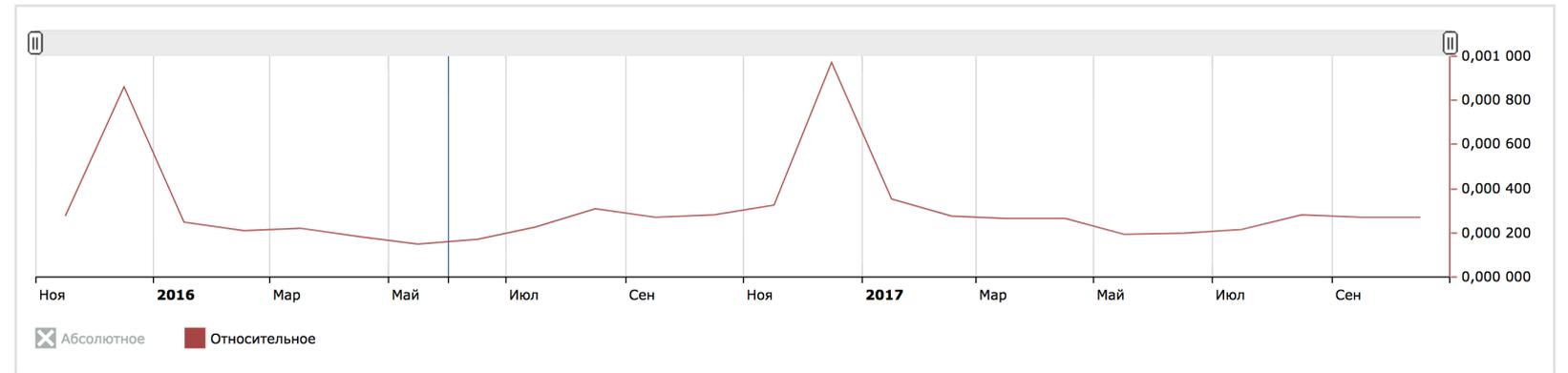
История показов по фразе «велосипеды»

Группировать по: месяц неделя Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты ?



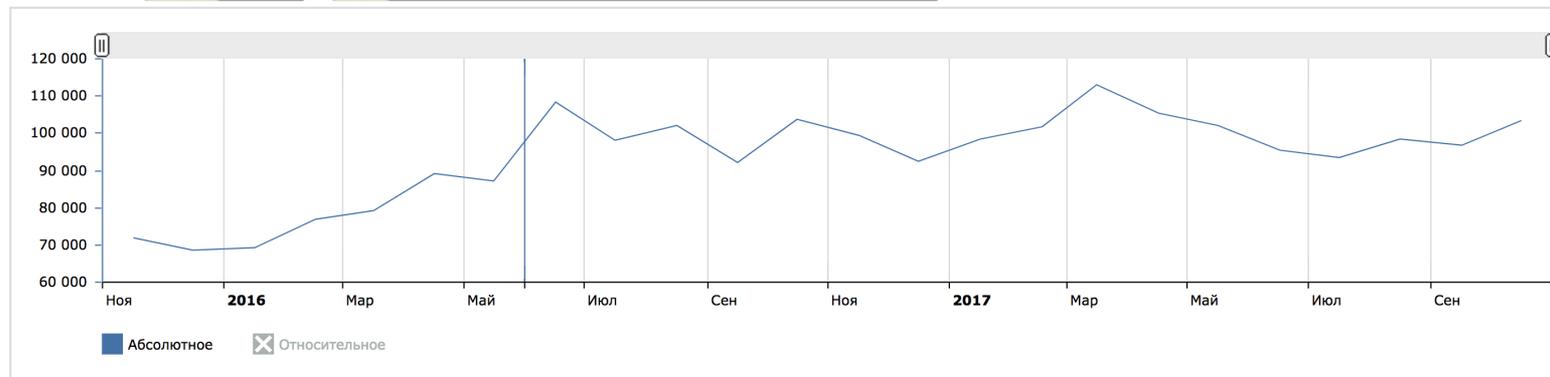
История показов по фразе «рецепты салатов»

Группировать по: месяц неделя Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты ?



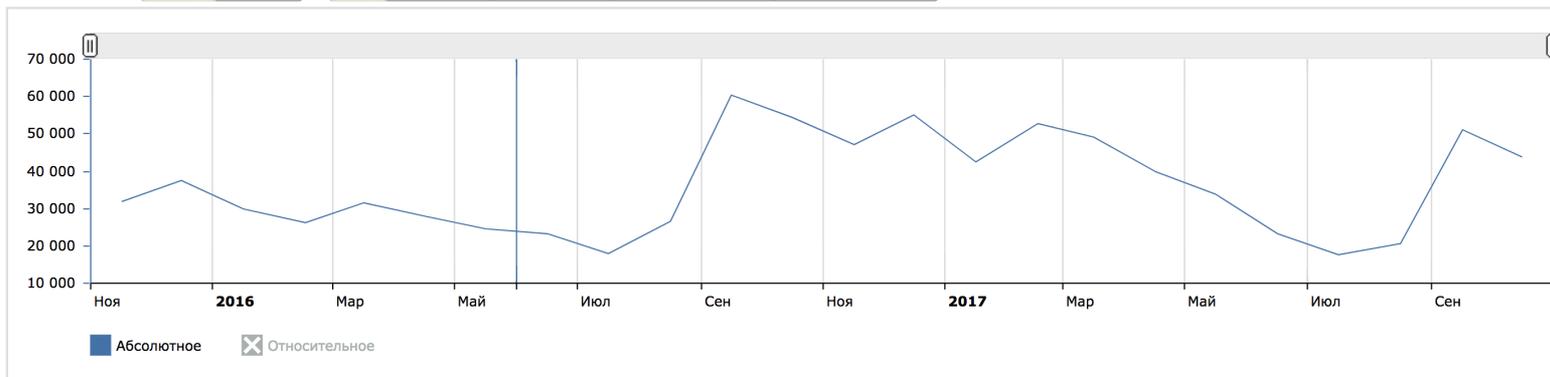
История показов по фразе «доставка воды»

Группировать по: [месяц](#) [неделя](#) **Все** [Десктопы](#) [Мобильные](#) [Только телефоны](#) [Только планшеты](#) [?](#)



История показов по фразе «как вылечить насморк»

Группировать по: [месяц](#) [неделя](#) **Все** [Десктопы](#) [Мобильные](#) [Только телефоны](#) [Только планшеты](#) [?](#)



Возвращаем трафик

Нас интересуют не все документы в сравнении, а которые —

- ✓ Обладали существенным трафиком в период **до падения**
- ✓ Сильно просели и абсолютно, и относительно

Работа по возвращению таких документов —
должна окупиться

Рабочий кейс

Найдем все страницы, которые приносили трафик в апреле 2016 и стали меньше приносить в апреле 2017.

Выделим среди них, те у которых:

- Было больше 200 переходов из поисковых систем в месяц
- Они потеряли больше 30 человек
- Просели более, чем на 20%

Из десятков тысяч документов, таких всего **500!**

Документ	апр.16	апр.17	разница	%
page1	7252	3823	-3429	-47%
page2	3255	514	-2741	-84%
page3	3068	2252	-816	-27%
page4	2665	1702	-963	-36%
page5	2410	709	-1701	-71%

Возвращаем трафик

Также нам стоит убрать все страницы, запросы которых просто потеряли актуальность.

Это легко проверить с помощью сервиса Яндекс.Вордстат, т.к. он отображает спрос за 2 года по каждому запросу.



подбор слов

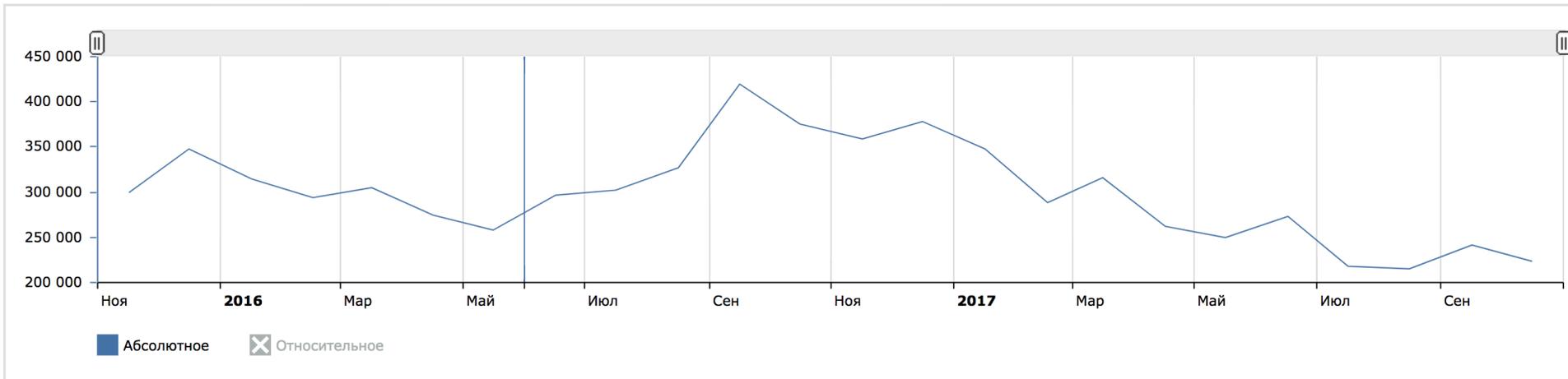
iphone 5 ✕ Подобрать

- По словам По регионам История запросов

Все регионы

История показов по фразе «iphone 5»

Группировать по: месяц неделя Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты ?



Возвращаем трафик

По страницам, которые у нас в остатке, нужно проверить:

1. Технические параметры,
т.е. доступны ли они и индексируются
2. Чек-лист качества оптимизации

Возвращаем трафик

Чек-лист для контентных проектов (тех. параметры уже проверены)

Наличие уникального тайтла
Содержание основных запросов в тайтл
Качество контента сравнимого с конкурентами (среднее по лидерам)
Актуальность информации
Корректность медиа контента (доступность фото, видео)
Адаптивность страницы
Пользовательская активность (например, последние обсуждения > 2 лет)
Отказы и время по сравнению со схожими страницами/сайту
Вовлеченность трафика с данной страницы на сайте (время и переходы)
Отсутствие дублей страницы

Возвращаем трафик

Чек-лист для интернет-магазинов (тех. параметры уже проверены)

Наличие уникального тайтла
Содержание основных запросов в тайтл
Содержание город в тайтл (если уместно)
Наличие товаров
Актуальность ("возможность купить") товаров(-а)
Наличие расширенной подачи/описания товаров(-а) (фото, хар-ки и т.п.)
Достаточность ассортимента (не один товар в целом разделе)
Аннотационный текст для сниппета и основных вхождений на странице
Отказы и время по сравнению со схожими страницами/сайту
Наличие конверсий с этой страницы

Отказы и время

Страница входа

Найти

Визиты

Посетители

Отказы

Глубина просмотра

Время на сайте



>50



Итого и средние

<input type="checkbox"/>				15,6 %	3,32	11:20
<input checked="" type="checkbox"/>	ny-uglovye-s-kreslom/	52	50	42,3 %	1,48	0:26
<input checked="" type="checkbox"/>	ny-kliik-kljak-ortopedicheskie/	66	63	43,9 %	1,45	0:48
<input checked="" type="checkbox"/>	onnye-shkafy-deshevo/	52	50	42,3 %	1,9	1:04
<input checked="" type="checkbox"/>	vye-divany-dlja-kuhni-raskladnye/	105	104	41 %	1,81	1:12
<input checked="" type="checkbox"/>	ny-knizhka-standartnogo-razmera/	267	267	62,5 %	1,68	1:28
<input type="checkbox"/>	so-spalnym-mestom/	89	84	55,1 %	1,45	1:36
<input type="checkbox"/>	nennye-stoly-s-nadstrojkoj-i-shkafchikami/	79	78	15,2 %	1,46	1:42
<input type="checkbox"/>	prodazha-detskie-divany/	103	101	29,1 %	1,74	1:47
<input type="checkbox"/>	rati-dlja-dachi/	132	125	25,8 %	2,14	2:00

Вовлеченность

📅 окт 2017 📄 Сегмент: 1 условие ▾ ✕

Визиты, в которых Тип последнего источника: Переходы из поисковых систем ✕ +

для людей, у которых +

📊 📈 📉 📊 📈 📉

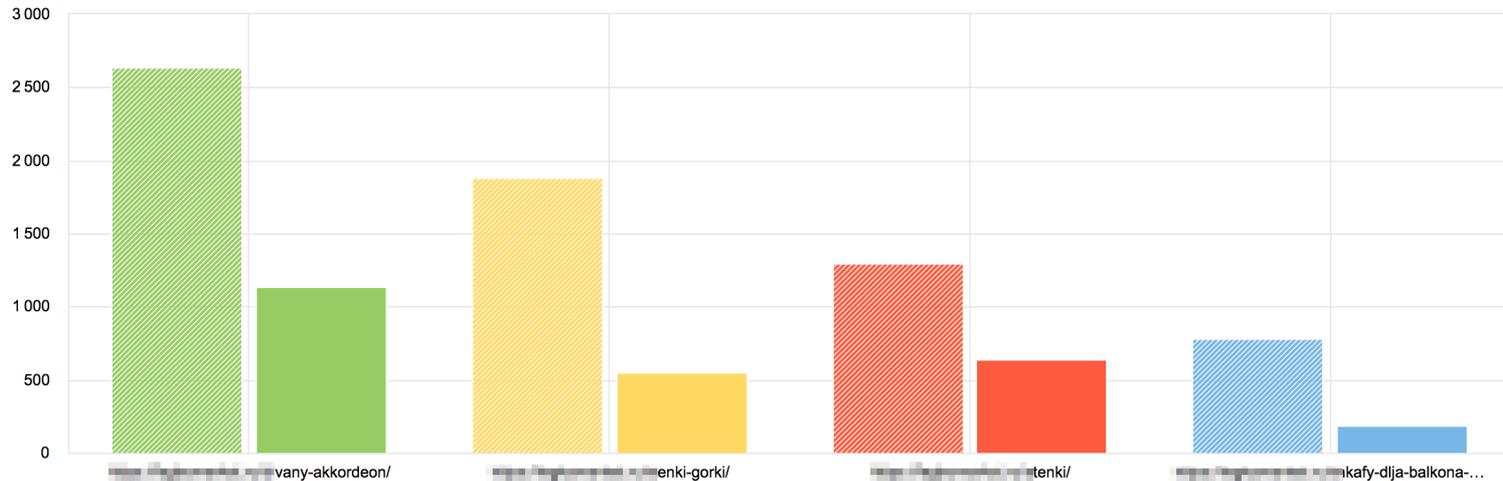
📅 окт 2017 📄 Сегмент: 2 условия ▾ ✕

Визиты, в которых Тип последнего источника: Переходы из поисковых систем ✕ +

для людей, у которых Суммарное время на сайте > 200, секунды ✕ +

📊 📈 📉 📊 📈 📉

Визиты 🔄 ⏪ 📄 📊 📈 📉



Новые точки роста

Найти новые точки роста задача достаточно «бесконечная».

Основную информацию по тому, чего у нас еще нет, мы можем получить из:

1. Анализа конкурентов
2. Разбора запросов по нашей тематике из Яндекс.Вордстат

Новые точки роста

Что мы можем подсмотреть у конкурентов:

Магазины

1. Популярные подкатегории
2. Удобную систему фильтров

Контент проекты

1. Популярные выборки материалов
2. Популярные материалы

[Для работы](#) [Дешевые](#) [17 дюймов](#) [15 дюймов](#) [13 дюймов](#) [14 дюймов](#) [Тонкие](#) [Матовые](#) [Маленькие](#) [Мощные](#) [Core i5](#) [Core i3](#)
[Core i7](#) [AMD](#) [Игровые](#) [с Windows](#)

ИГРУШКИ ДЛЯ НОВОРОЖДЕННЫХ

- Игрушки на коляску
- Развивающие коврики
- Музыкальные мобили для кроваток
- Погремушки, прорезыватели
- Раннее развитие и обучение
- Игрушки для ванной
- Делаем зарядку
- Книжки для самых маленьких
- Ночники
- Ходунки
- Шезлонги, баунсеры, электрокачели

Популярные разделы:

Цвет : [черные](#) [бежевые](#) [белые](#) [бордовые](#) [голубые](#) [коричневые](#)

Воротник : [шубы с капюшоном](#)

Длина : [длинные](#) [короткие](#)

Сезон : [зима](#) [демисезонные](#) [весна](#) [осень](#)

Стиль : [оригинальные шубы](#) [классические шубы](#) [спортивные шубы](#)

Новые точки роста

Что можно извлечь из работы со статистикой запросов, на примере Яндекс.Вордстат:

1. Популярные запросы в рамках категорий/направлений, которые заслуживают отдельного представления
2. Популярные комбинации, которые заслуживают отдельного типа страниц

Что искали со словом «детские коляски -фото -авито -б -
мир -колеса -бу -недорого -ремонт -магазин -купить -
отзывы -кукол» — 154 734 показа в месяц

Статистика по словам

Показов в месяц 

детские коляски	288 658
детские коляски 1 +в 1	27 080
детские коляски 2	14 474
детские коляски 3 +в 1	14 202
детские коляски 2 +в 1	12 915
детские коляски цены	11 282
детские коляски интернет	10 224
детские коляски +в москве	8 111
детские прогулочные коляски	8 104
детские коляски +для новорожденных	7 772
детские коляски спб	4 403
детские коляски трансформеры	4 392
детские санки коляски	4 134

Новые точки роста

Также проверяем идеи подсмотренные у конкурентов!

Возможно, все эти новые страницы не обладают существенным потенциалом поискового спроса.

Для этого достаточно проверить частотность основных запросов.

Новые точки роста

В итоге нам нужно комплексное предложение по созданию новых страниц

Страница	Запрос	WS	"WS"	Популярно	Что создаем	Делаем
1	запрос1	6504	3210	Да	подкатегория	Да
	запрос2	1865	953			
2	запрос3	70	43	Нет	подкатегория	Нет
	запрос4	20	5			
3	запрос5	1250	840	Да	фильтр	Да

Существующие точки роста

Это пожалуй самая «вкусная» группа и вот почему:

Сюда входят страницы, которые уже как-то видны в поиске и уже приводят трафик

Поэтому **улучшить** по ним **отдачу** с большой вероятностью **быстрее** и **легче**, чем с нуля

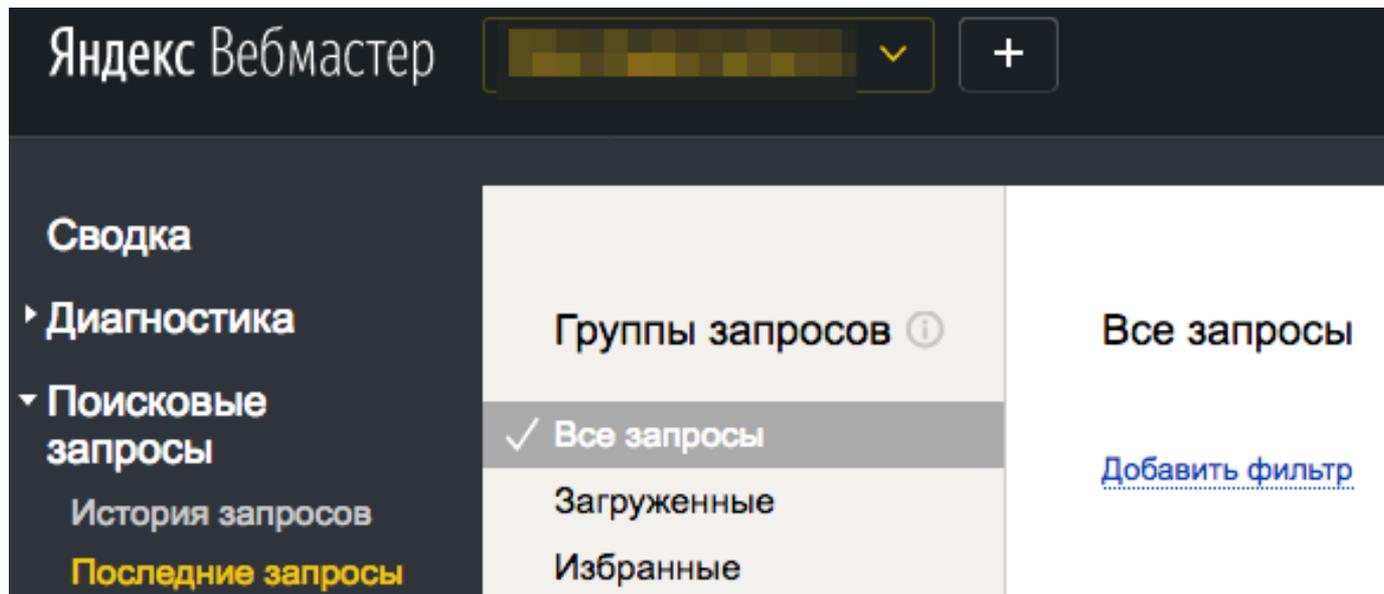
Существующие точки роста

Как нам найти документы, которые уже приносят какой-то трафик и имеют видимость:

1. Отобрать все документы, где много показов, мало кликов и неплохая средняя позиция в Яндекс.Вебмастере
2. Отобрать все документы с поисковым трафиком (из Яндекс.Метрики) + неплохой видимостью в Яндекс.Вебмастере или позициями по основным запросам

Яндекс.Вебмастер

В разделе «Поисковые запросы – Последние запросы» мы можем найти все запросы (страницы), по которым были показы в выдаче за последнюю доступную неделю



Запрос / URL

Показы ▾

Клики

Позиция

██████████ uglovye-divany/

3 060

35

13,82

██████████ divany/

2 742

22

17,84

██████████ kresla-krovati/

2 180

67

10,61

██████████

2 030

94

17

██████████ shkafy-kupe/

1 929

25

12,45

██████████ kresla/

1 875

40

13,68

██████████ spalnye-divany/

1 551

33

14,03

██████████ detskie-divany/

1 494

2

22,43

██████████ gostinaya/

1 463

27

12,18

Сегодня

Вчера

Неделя

Месяц

Квартал

Год

19 авг — 18 ноя 2017

Детализация: по неделям

Сегмент: 1 условие



Сравнить сегменты

Точность: 100%

Визиты, в которых

Тип последнего источника: Переходы из поисковых систем



для людей, у которых



Страница входа

Найти

Визиты



>50



Итого и средние

/malogabaritnye-kuhni/

1 089

/raspashnye-shkafy/

1 078

/shkafy-kupe-30-sm/

1 018

/detskie-divany/

1 014

/nebolshie-uglovye-divany/

1 003

/shkafy-kupe-glubina-40-sm/

996

/vstroennye-shkafy/

971

/krovati/

892

Показать ещё

Показано 50 из 416 строк

Существующие точки роста

Также стоит проанализировать потенциально популярные документы без трафика.

Для этого нам нужно взять основные запросы с них и проверить:

1. Их частоту
2. Их позиции

– документы с частотными запросами, которые имеют неплохие позиции **нам подходят**.

Существующие точки роста

Документ	Запрос	Позиция	WS	"WS"
/vytjazhki/kuhnya/	вытяжка для кухни	20	16984	1435
/vytjazhki/kuhnya/	вытяжку для кухни купить	4	2701	210
/kofemashiny/krups/	krups	15	10406	339
/kofemashiny/krups/	кофемашина krups	13	3586	388
/kofemashiny/krups/	кофемашина крупс	11	1769	227
/pylesosy/irobot/	irobot пылесос	11	1883	102
/pylesosy/irobot/	пылесос irobot	13	1911	104

Существующие точки роста

Чек-лист для контентных проектов в целом схож со списком для «потерь», стоит дополнительно проработать:

Актуальность информации
Удобство навигации по контенту
Расширение или повышение качества медиа контента
Активизация какого-либо пользовательского опыта
Возможность попасть с главной, категории, популярное и пр.

Существующие точки роста

Аналогично с чек-листом для интернет-магазинов — дополнительно к прежнему смотрим:

Достаточность ассортимента по сравнению с конкурентами
Удобство выбора товаров (фильтры, сортировки, поиск)
Качество и широта медиа контента (фото, видео, помощь)
Вовлеченность посетителей попадающих на эту страницу
Конверсионность посетителей попадающих на эту страницу

Не уронить

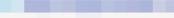
Для того, чтобы выявить все такие страницы нам нужно:

1. Выбрать 5-10% самых трафиковых документов
2. Проверить их видимость

– все документы, у которых **неплохой трафик** и **отличная видимость**, нам нужно удержать.

Не уронить

Для выбора самых посещаемых документов смотрим несколько периодов в Яндекс.Метрике и сортируем по убыванию:

<input checked="" type="checkbox"/> Страница входа	Визиты ▾
<input type="text" value="Найти"/>	<input type="button" value="Т"/> <input type="button" value="%"/> <input type="button" value="ст"/>
<input type="checkbox"/> Итого и средние	▬▬▬▬
<input checked="" type="checkbox"/>  resla-krovati/	9,36 %
<input checked="" type="checkbox"/>  resla-krovati/	3,28 %
<input checked="" type="checkbox"/>  ivany-akkordeon/	3,11 %
<input checked="" type="checkbox"/>  tenki-gorki/	2,21 %
<input checked="" type="checkbox"/>  resla/	2,05 %
<input type="checkbox"/>  uhni-jekonom/	1,99 %
<input type="checkbox"/>  palnye-divany/	1,97 %
<input type="checkbox"/>  glovye-divany/	1,94 %
<input type="checkbox"/>  rtopedicheskie-divany-krovat/	1,85 %

Не уронить

Для понимания видимости все также:

1. Отобратить все документы, где много показов, достаточно кликов и хорошая средняя позиция в Яндекс.Вебмастере, также можно посмотреть до 100 популярных документов в «Важных страницах»
2. Взять основные запросы со страницы и проверить их позиции (вручную или любым сервисом)

Запрос / URL

Показы

Клики ▾

Позиция

[blurred]

2 030

94

17

[blurred]

kresla-krovati/

2 180

67

10,61

[blurred]

kuhni-jekonom/

925

53

9,44

[blurred]

kresla/

1 875

40

13,68

[blurred]

rasprodazha-pryamyje-divany/

1 341

40

10,16

[blurred]

divany-akkordeon/

1 443

39

10,55

[blurred]

uglovyje-divany/

3 060

35

13,82

[blurred]

gotovye-kuhni-jekonom/

438

34

10,47

[blurred]

spalnye-divany/

1 551

33

14,03

▼ Индексирование

Статистика обхода

Страницы в поиске

Структура сайта

Проверить статус URL

Важные страницы

Рекомендованные страницы

По ссылкам на эти страницы было максимальное количество кликов в поиске и показов за период с понедельника по воскресенье. Рекомендуем добавить их в список важных страниц и настроить уведомления об изменениях.

URL	Показы	Клики
/	12 325	612
/about-us	5 940	341
/services	9 995	288
/products	13 959	287
/contact-us	9 387	255

Не уронить

Документ	Запрос	Позиция	WS	"WS"
/parovarka/	пароварка	3	37256	1622
	купить пароварку	1	5633	902
/blenders/braun/	блендер браун	4	6152	1219
	блендер braun	4	5139	286
/plity/elektro-nastolnye/	настольная плита электрическая	1	1914	235
	электрические настольные плиты	3	1914	235

Не уронить

С отобранными документами делаем постоянный контроль по чек-листу:

Техническое состояние (код ответа и индексация)
Корректность содержания и отображения контента
Отказы, время и вовлеченность не хуже, чем в среднем по сайту
Адекватность сниппета по основным запросам
Уровень конверсии (для магазинов)

100 самых значимых страниц обязательно добавить в «Важные страницы» в Яндекс.Вебмастере

Остальные

Остальные – это не значит, что про них просто забыть, а лишь, что не стоит ими заниматься индивидуально.

По ним нам нужно контролировать основные моменты по техническому состоянию и их содержанию.

Остальные

весь сайт	количество в индексе и загружено
весь сайт	динамика обхода и кодов ответа
весь сайт	критичные нарушения по мнению поисковых систем
весь сайт	динамика страниц приносящих трафик из систем аналитики
по страницам	страницы, у которых с 200 ОК, стало не 200 ОК
по страницам	страницы, которые выпали из индекса
по страницам	количество нерабочих внутренних ссылок
весь сайт	динамика по внешним ссылкам
по страницам	удаленные внешние ссылки
весь сайт	изменение регионов

Заключение

Невозможно дать все ответы по SEO...
но точно можно сказать, что без четкой
сегментации по тому, где требуются работы и
схемы дальнейших шагов —
оптимизация приобретает хаотический
и непредсказуемый характер.

Примеры очень детального анализа

Тип роста	Документ	"WS"	%ТОП10	%"WS" ТОП10	Траф Яндекс
не уронить	doc1	15031	81,03%	92,69%	404
не уронить	doc3	30489	84,51%	98,82%	266
сильный рост	doc5	2866	40,91%	13,50%	18
сильный рост	doc10	2663	16,67%	7,02%	53
сильный рост	doc13	1658	16,67%	3,80%	3
средний рост	doc22	19252	60,00%	48,85%	43
средний рост	doc24	9175	57,50%	46,75%	94

Примеры очень детального анализа

Сегмент потерь	Документов	%	«Симптомы»
Технические проблемы	6	1%	не в индексе (входит в другие сегменты)
Рост невозможен	147	31%	отличная видимость + трафик сравним с Гугл
	44	9%	отличная видимость
Сильный рост	119	25%	низкая видимость
Средний рост	26	5%	средняя видимость + трафик сильно выше в Гугл
Возможен рост	98	21%	средняя видимость
	14	3%	хорошая видимость, но трафик в Гугл сильно выше
Слишком низкий спрос	29	6%	нет больше значимого спроса по этим запросам

Углубленную информацию
по методике детального анализа
можно получить по адресу
stas.polomar@gmail.com

Спасибо за внимание. Вопросы

Поломарь Станислав

Руководитель платформы поисковой аналитики

SEOWORK