

## Подготовительные мероприятия

Общий итог: пригодный для поискового продвижения сайт; утвержденный перечень поисковых запросов.

### Аудит

Проверка и анализ готовности сайта к возможности продвижения как таковой.

Результат: перечень необходимых изменений перед началом работы; возможны рекомендации по юзабилити.

### Семантическое ядро

Перечень запросов, по которым потенциально имеет смысл привлекать на сайт целевую аудиторию.

Результат: список запросов, разбитый на смысловые группы.

Дополнительно: разбивку на группы можно использовать для построения (перестроения) структуры сайта.

### Проверка в контекстной рекламе

По всем запросам из семантического ядра составляются объявления и запускаются в контекстной рекламе.

Результат: уточненный список запросов из семантического ядра, по которым есть показы и клики.

То есть, не потенциально кому-то интересные, а реально востребованные.

Дополнительно: анализируя поведение (Вебвизор) и отзывы (обратная связь, вопросы-ответы) этих посетителей можно получить информацию для дополнений и корректировок сайта.

Комментарий (1): этот пункт не обязателен и начинать продвижение можно по запросам, которые укажет Заказчик, но будут ли они нужны кому-то кроме него?

Комментарий (2): возможна ситуация (и уже бывало не раз), когда держать объявления в контексте по каким-то запросам будет гораздо рентабельнее, чем продвигать их в SEO.

Примечание: стоимость приведена ориентировочно до 100 запросов.

## Внутренние факторы

Общий итог: наличие на сайте оптимизированных страниц, часть из которых самостоятельно выйдет в топ, перечень запросов, по которым необходимо использование внешних факторов (ссылочной массы).

### SEO-страница

Написание авторского текста (копирайтинг) с включением целевых запросов.

Размещение текста на сайте с учетом требований поисковой оптимизации.

Мероприятия по ускорению индексации данной страницы (анонсы в блогах, служебных ресурсах).

Результат: появление на сайте страницы, дающей ответ на запрос пользователя. То есть, страницы, которая достойна, по заявлениям поисковиков, быть на верхних строчках поисковой выдачи.

### Мониторинг позиций

После добавления SEO-страницы в индекс поисковой системы, отслеживание полученной позиции и изменений до стабилизации, когда изменения (колебания) позиций становятся незначительными.

Результат: фиксация позиции, которую получил сайт по данному запросу за счет внутренних факторов.

Своего рода, это отправная точка для продвижения как такового.

Дополнительно: при достаточно небольшой конкуренции и средне-низкочастотности запроса высока вероятность того, что он выйдет в топ выдачи без дальнейших мероприятий.

### Контентное наполнение

Размещение на сайте публикаций по теме из других источников с указанием ссылки на первоисточник.

Результат (1): ссылки на SEO-страницу, которые помогают ее продвижению (внутренняя перелинковка).

Результат (2): появление на сайте "информации по теме" - повышение общей значимости сайта в этой области;

привлечение низкочастотного трафика.

## **Внешние факторы**

Общий итог: наличие в топ выдачи поисковых систем сайта по утвержденному перечню запросов.

### **Каталоги статей**

Написание авторского текста (копирайтинг) с возможностью размножения.

Размещение в бесплатных качественных каталогах статей.

Результат (1): получение внешней ссылки с требуемым анкором - повышение позиций страницы.

Результат (2): посещение сайта Заказчика читателем статьи.

### **Ссылки на платной основе**

Составление анкор-листа, размещение ссылок в биржах, по индивидуальной договоренности и т.п.

Результат: получение внешней ссылки с требуемым анкором - повышение позиций страницы.

## **Поддерживающие мероприятия**

Общий итог: распространение в Сети информации о сайте Заказчика (имиджевый момент, повышение узнаваемости), получение, по возможности, дополнительных внешних ссылок.

## **Ведение проекта**

Оформление заказов, получение и проверка результатов работы привлеченных специалистов (копирайтеры, "размещатели" статей и "рассылщики" объявлений).

Линк-менеджмент - управление проектами в биржах купли-продажи ссылок.

Анализ полученных результатов, планирование и предложение дальнейших мероприятий.

Формирование отчетов для Заказчика.