

Урок 1 по бесплатному курсу **№1** от Анны Яценко «SEO от А до Я»

**Про белое и естественное продвижение,
длинный хвост НЧ запросов и все
процессы по продвижению сайтов**

SEO КУРС ОТ А ДО Я

Если вы попали на эту страницу случайно, вот страница для записи на полный курс: <http://seo-kurs-a-ya.ru>

Есть еще курс №2 по чисто бесплатному ссылочному продвижению – <http://kak-prodvinut-sait-besplatno.ru/kurs.html>

Автор курсов:



Анна Яценко

E-mail: topbase@yandex.ru

Skype: topbase.ru

Пишите с любыми вопросами!

Мой главный SEO-блог - <http://seoandme.ru>

Сайт, где можно купить разный официальный софт для продвижения со скидками и получить скидку на сервисы - <http://seo-topshop.ru>

Очень хороший свежий учебник «SEO-Монстр 2018», где я являюсь соавтором вместе с Dr.Мах - <http://seoandme.ru/rukovodstvo-seo-monstr-2018.html>

Мой блог на тему саморазвития – <http://gettingclose.ru>

[Моя ТОП База](#) – лучшая и единственная подобная база в Рунете для бесплатного качественного самостоятельного продвижения в более 15 видах сайтов.

Мои соцсети, присоединяйтесь:

[Группа по SEO в Facebook](#) | [Группа по SEO во ВКонтакте](#) | [Твиттер](#)

[Я в Facebook](#) | [Я во ВКонтакте](#)

1. Естественное, белое продвижение

Во-первых, хочется сразу сказать, что **давать я буду исключительно белое, комплексное SEO** – то, как о нем сейчас все говорят, каким оно в идеале должно быть.

Серое SEO (копипаст, доры, умные и даже и не очень умные автопрогоны и пр.) по-прежнему у многих работает, но оно слишком рискованно для продвижения хороших, дорогих сердцу сайтов и мы не будем про него. Потому что очнуться на завтра с фильтром поисковой системы и обрушившимся трафиком не очень приятно.

У меня за все мои лет 19 продвижения сайтов было такое только один раз – фильтр за поведенческие факторы, и хотя я абсолютно ничего не делала для их накрутки, как ни пыталась доказать это техподдержке Яндекса - Платону, не помогло. Пришлось ждать около 8 месяцев, трафик с Яндекса почти полностью отсутствовал.

В идеале хорошо бы почитать [учебник SEO-Монстр 2018](#) – он на хорошем уровне ставит именно белое качественное продвижение и дает много фишек, про которые почти не пишут или вообще не пишут, и много четких инструкций.

Во-вторых, что **в основе курса будет такое понятие как «естественность»**.

Конечно, настоящая – это полная естественность. Когда вы просто публикуете материалы, и люди на них ссылаются и делают перепост. Поэтому тут скорее речь про **псевдоестественность** – как сделать так, чтобы все выглядело естественным в глазах поисковиков.

Приведу **некоторые признаки естественности в глазах поисковика:**

1. Если говорить про оптимизацию, то это:

В первую очередь отсутствие перебора с употреблением ключа. Особенно если речь про длинные, неестественные коммерческие ключи типа «купить недорого крем для лица в интернет-магазине». Такие сегодня желательно вообще не употреблять, но употреблять на странице части такого ключа.

Отсутствие выделения ключа жирным.

Отсутствие переспама в подзаголовках H – не употреблять ключ или его части в каждом.

Это все сегодня жестко карается фильтрами переспама и переоптимизации.

2. Если говорить про ссылочную часть продвижения:

Это самые разные ссылки на ваш сайт

А) с **разных видов сайтов** – какие-то тематические и региональные порталы, каталоги фирм, доски объявлений, форумы, пресс-релизовые сайты, ссылки в статьях, отзывах, на блогах, в соцсетях, сервисы вопросов и ответов и огромное количество других вариантов получения ссылок.

Б) с **разными анкерами** - в том числе много безанкорных – сейчас (особенно в условиях Минусинска Яндекса и Пингвина Гугла, других фильтров) многие рекомендуют делать даже не 50% а вплоть до 80-90 % безанкорных и в основном брендовых ссылок (т.е. текстом ссылки является название вашего проекта, фирмы или сайта, а также URL вашего сайта в самых разных вариациях). Остальные анкоры – много разбавленных ключевиков вплоть до 4-7 слов, анкоры в виде синонимов и совсем небольшая доля точных вхождений ключевых слов. Про это будет отдельно подробно.

В) **на разные страницы вашего сайта**

Г) **разного вида** – открытые, закрытые, прямые, неактивные, с картинок и с текста. В том числе ссылки через скрипт, всевозможные упоминания.

Д) с **доноров самого разного траста** – от небольших сайтов тиц 0 до крупных порталов и **самой разной тематики и региона** (хотя конечно, очень желательно преобладание вашей тематики и смежных тематик, и вашего региона)

Это **плавность появления ссылок и положительная динамика** с небольшим уклоном вверх (не стоит делать большие перерывы в росте ссылок и тем более резкие скачки вверх и вниз)

Существенное количество соцсигналов и откликов с самых разных соцсетей и активных, живых профилей

Это **диверсификация** (разнообразие) **трафика** – наличие посетителей на ваш сайт не только из поисковой системы, но и из других источников – различных сайтов, прямые заходы и т.д.

Это **продвижение по «правильным» ключевикам с точки зрения русского языка** – не «женская одежда цена», а «цена на женскую одежду». Один из последних апдейтов Яндекса сдвинул вниз некоторые именно такие сайты.

Это **наличие упоминаний** о вашей компании или вашем проекте в интернете (не активных ссылок, а именно упоминаний названия вашей компании, телефона, адреса URL, e-mail, имен и пр.).

Это **ваша ссылка рядом со ссылкой других ваших конкурентов** или крупных тематических проектов (можно заказывать или размещать бесплатно специально и такие статьи, обзоры)

Упоминание или ссылка на крупные тематические сайты У ВАС на сайте (вы можете делать статьи, где указывать прямые активные ссылки на полезные в вашей тематике сайты).

Уникальный, по большей части, контент на вашем сайте, качественный, подробный, четкий по делу, а не «сеошная копирайтерская вода», снабженный картинками, видео, презентациями и т.д.

Это регулярные **обновления контента**.

Это желательно **наличие «живого» автора**, который пишет многие статьи (особенно для Гугла это довольно важно). Настоящий автор или персонаж, но хорошо, когда кто-то упомянут на сайте как автор. Раньше было важно связать его Гугл + экаунт с сайтом. Сейчас этот момент отменился, но все равно это выглядит естественно и положительно влияет.

Это **наличие синонимов в текстах** и отсутствие переспама ключевиков.

Наличие важных атрибутов фирмы, если сайт коммерческой тематики - так называемые **коммерческие факторы** – городские телефоны, схемы проезда, полные контакты, фотографии сотрудников, большие фотографии товаров, сертификаты, прайсы, цены, информация о доставке, акции, скидки, новинки, отзывы, онлайн-консультанты и многое другое.

Да и для любого сайта, в том числе информационного важно не быть похожим на сателлит-однодневку и иметь какие-то атрибуты нацеленности на длительную и плодотворную работу в своей нише. Это могут быть кроме «живого» автора (живой в кавычках, т.к. это может быть выдуманный, но прокаченный персонаж), контакты, какие-то служебные разделы в довольно большом количестве – вакансии, реклама на сайте, это могут быть какие-то сервисы типа тех же калькуляторов и т.д.

И разное другое

2. Работают ли сейчас ссылки и как продвигать сайт

Ссылки, так или иначе, всегда будут работать.

Не обращайте внимание на слова Яндекса или каких-то отдельных SEO-блогеров.

Ссылки – работают и все. Это говорю не только я, но и все нормальные ведущие SEO-эксперты.

Но роль ссылочного фактора на продвижение сайта все-таки действительно давно уже упала. Очень заметно по сравнению с 5-7-летней давности, но сейчас, если падает потихоньку дальше, то очень незаметно (если сравнить с теми же резкими заявлениями Яндекса пару лет назад и откатами обратно).

У меня был один очень чистый кейс под Гугл, когда сайт с прекрасным контентом из 300 больших статей, сделанных для людей, долго стоял с 30-50 посетителями в день. Несколько десятков размещений на авторитетных тематических форумах подтолкнули его до 300 посетителей в день. Еще несколько десятков ссылок и посещаемость постепенно выросла до 1000 в день.

То есть ссылочное точно работает. Без него никуда.

Но одновременно продолжает и дальше расти важность продвижения по НЧ (низкочастотным) запросам.

Но только ситуация немного изменилась (!) – сегодня вместо того, чтобы делать сотни статей под каждый НЧ запрос, скорее рекомендуется делать несколько десятков очень качественных больших подробных практических материалов, где они все так или иначе (полностью или частями) употребляются. Хотя можно и комбинировать. Отдельно заточивать интересные статьи под разные НЧ запросы и ссылаться с них (сливать вес перелинковкой) на большие руководства в тему.

Правда, говоря про очень большие материалы («лонгриды») - тут скорее речь о статьях, информационных материалах.

Страницы услуг тоже можно делать очень большими и подробными, но стоит еще посмотреть, что творится в ТОП10-20 по запросу по нужному региону – какого рода там тексты, насколько большие, что и как.

Именно низкочастотных и микро низкочастотных запросов больше всего по любой статистике любого сайта. **Их суммарная доля по разной статистике – 70-80%**, то есть

гораздо больше, чем переходов с любого ВЧ в топе. А продвигаться по ним гораздо проще и, главное, **быстрее**.

Ведь у вас нет лишнего года-двух в запасе, чтобы медленно, но верно двигаться по СЧ (среднечастотным) запросам в конкурентной тематике?

Тем более, что в топе по высококонкурентным СЧ и особенно ВЧ сейчас происходит консервация позиций за счет поведенческих факторов (на сайты первой страницы кликают значительно чаще, чем на сайты на последующих страницах и они остаются дальше в топе).

В результате пробиться туда новым сайтам сейчас очень сложно или практически невозможно.

Таким образом, **роль ссылок (ссылочного фактора) сейчас различается для продвижения разных типов запросов.**

Для продвижения по НЧ она сейчас гораздо выше, чем для продвижения по ВЧ (где больше рулит поведенческий фактор).

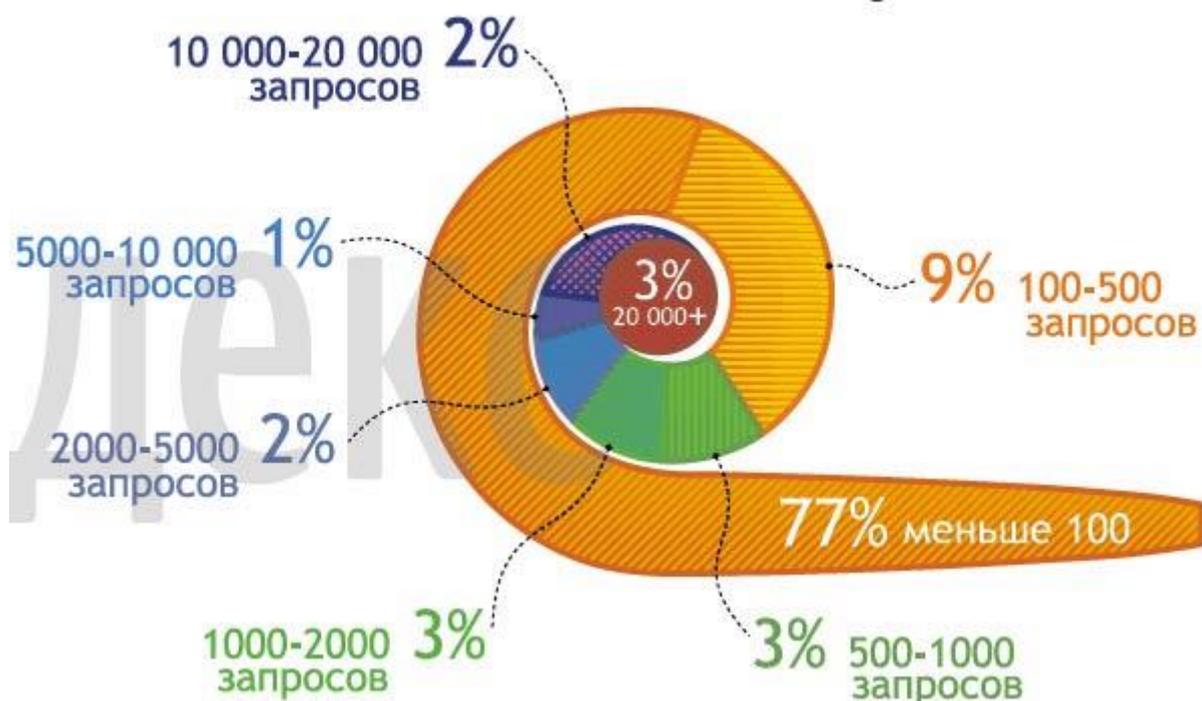
То есть для продвижения НЧ запросов ссылки по-прежнему работают на ура и работают быстро.

Для СЧ и ВЧ они тоже работают, без них не пробиться в эти топы. Но ссылочный фактор просто менее ощутим среди остальных.

Понятие «Длинного хвоста НЧ запросов» появилось уже достаточно давно и самые умные продвигают им как минимум десяток лет. Посмотрите эту статью от Александра Люстика, она от 2010 года, но от этого совсем не утратила свою актуальность
<http://seom.info/2010/04/20/prodvizhenie-po-nizkochastotnym-zaprosam/>

Нашла для наглядности вот такую картинку по объему низкочастотных запросов в общей картине статистики.

Длинный хвост поисковых запросов



Продвижение по низкочастотным запросам быстро, дешевле (можно вообще бесплатно), это под силу любому молодому сайту в любой нише.

Продвижение по НЧ запросам будет подтягивать вверх ваши СЧ и ВЧ запросы за счет прокачки ссылочным весом, прокачки общего траста сайта и за счет роста количества тематических страниц на вашем сайте, улучшения поведенческого фактора.

А также для нулевого сайта очень важным является просто видимость сайта - общее попадание в запросный индекс (совокупность всех запросов, по которым сайт видели в выдаче и по которым переходили на него).

Поэтому любым сайтам рекомендуется делать упор на НЧ запросы, а особенно молодым сайтам начинать именно с них.

Затраты - придется писать или заказывать много статей или страниц с описанием услуг. Несколько **ОЧЕНЬ** качественных и больших, какое-то количество средних, оптимизировать много страниц, где-то может поменять структуру сайта.

Понятно, что в коммерческих тематиках с продвижением по НЧ немного сложнее – есть четкие названия товаров + названия брендов или виды услуг + регион и так далее, т.е.

среднечастотные и низкочастотные запросы, которые одинаковы у вас с конкурентами и по которым важно продвигаться.

Да, нужно будет двигаться и по ним, но также и провести хороший анализ ключевых слов в своей нише и найти как можно больше подходящих НЧ запросов, о которых вы, возможно, даже и не думали.

В том числе, в любой нише можно собрать массу **информационных** запросов, таких, как «Как сделать что-то» или «где найти что-то» и т.д.

Но только **сразу запомните, не продвигайте коммерческий и информационный запрос одновременно на одной странице** – это пустая трата времени.

О коммерческих и информационных запросах будет в одной из следующих глав про сбор семантического ядра.

Исходя из всего вышесказанного, если делать упор на НЧ запросы, то мы получаем по-прежнему старую добрую модель продвижения. Если очень кратко:

Собрал Семантическое ядро (ключевые запросы)

Распределил его по страницам или создал новые

Создал интересный качественный контент

Оптимизировал каждую страницу и сайт в целом

Сделал перелинковку

Закупил ссылок, поставил бесплатное естественное ссылочное, крауд-маркетинг

Организовал живые соцсигналы

Посмотрел, что у тебя там творится с юзабилити и поведенческими, улучшил

Коммерческие факторы максимально задействовал

Продолжаем работать, замерять статистику по позициям, трафику, поведенческим и улучшать все, что есть.

Но на самом деле чтобы достичь хороших, высоких результатов нужно провести с одним сайтом не менее 20-30 процессов совокупно (часто одновременно). Хороший оптимизатор обычно добивается успеха, только выполняя как минимум большую часть этих процессов. Об этом дальше.

Есть еще вот такое [бесплатное руководство по сбору семантики](#) от Ильи Исersona, оно хорошо объясняет, как расширять Семантическое Ядро.

3. Процессы продвижения сайтов

Вот они, эти 20-30 основных процессов, которые вам желательно бы пройти хотя бы раз с одним сайтом и усвоить их. Если быть очень краткими:

Определение стратегии

Исходя из понимания вашего типа сайта и его целей, выстраиваете первичную стратегию, которая будет корректироваться в ходе работ

Всевозможные анализы

Анализ сайта на технические ошибки

SEO-аудит

Анализ конкурентов и своих основных топов

Съем своей первичной статистики - позиций, замер трафика, источников трафика и т.д.

Формирование семантического ядра

Отбор основных ключевых слов, осмотр мест скоплений ЦА в поисках дополнительных слов, анализ топа и документов из топа и т.д. – составление первичного списка

Съем статистики поисковых запросов (составление и обработка Семантического ядра) – Яндекс Вордстат, подсказки, конкуренты, свои отчеты по Метрике, Google Analytics, вебмастерам Яндекса и Гугла, анализ статистики агрегаторов типа Megaindex и пр., стоп слова

Анализ, что творится в ТОПе и какие запросы стоит сажать на страницы какого типа

Кластеризация (группировка и распределение ключевых слов исходя из того, что творится в ТОПе)

Определение релевантных страниц в обоих поисковиках

Внутренняя оптимизация

Анализ насколько ваши релевантные страницы в поисковиках по запросам являются на самом деле вашими целевыми. Работа с релевантными страницами

Возможно, изменение структуры сайта под запросы

Создание новых страниц

Написание нового контента и корректировка существующего

Тщательная оптимизация каждой страницы

Грамотная аккуратная перелинковка, исходя из своих целей

Внешняя оптимизация

Определение стратегии линкбилдинга (ссылочного продвижения)

Подготовка рекламных текстов (новости, статьи, сообщения, объявления и т.д.), анкоров

Отбор страниц и размещение ссылок

Контроль индексации

Усиление лучших ссылок (трафиком, другими ссылками, соцсигналами)

Соцсигналы

Определение приоритетных соцсетей

Получение ссылок с социальных сетей самыми разными способами – развитие собственных групп и персонажей, покупка других прокаченных, платное размещение или размещение по договоренностям, создание вирусного контента и т.д.

Регулярный постинг в соцсетях

Поведенческие факторы и юзабилити

Работа со сниппетами, микроразметкой, островами и пр. - тем, как сайт выглядит в выдаче

Повышение конверсии целевых страниц

Улучшение поведенческих метрик на сайте (глубина, время)

Уменьшение процента отказов

По каждому пункту

Контроль внесения изменений

Вопросы вам для размышления и задания для выполнения:

Чего однозначно не хватает вашему сайту в продвижении, где ваши **3 самых слабых места**?

Что вы собираетесь по этому поводу делать?

Составьте список действий

Разбейте его на четкие, максимально мелкие подпункты

Пропишите в табличке дедлайн напротив каждого подпункта.

Насколько естественным является ваше продвижение?

Какие вопросы у вас возникли в ходе чтения (записывайте их в отдельный файл, если они останутся после прохождения всего курса полностью, можно задавать)

Следующий урок будет уже чуть более практическим – будем определять цели, стратегию и делать замеры.

Если хотите пройти хорошие SEO-курсы, которые лично я и проходила, и рекомендую, под личным руководством известного и очень опытного эксперта – [смотрите тут подробности](#).

За 9 недель вы успеете прокачать любой свой выбранный сайт, поднять его трафик и продажи (если это коммерческий проект).

Эти же курсы можно проходить еще бесплатно в течение года в других потоках. **Плюс с этого года начинается помощь в трудоустройстве** тех, кто доходит до финала и выполняет все задания.

Если вы попросите скидку от Анны Яценко, вам наверняка всегда дадут. Плюс я еще буду делать рассылку, когда будут самые выгодные условия по предзаписи на эти SEO-курсы Дмитрия Шахова, которые я рекомендую больше всего.

Если вы попали на эту страницу случайно, вот страница для записи на полный курс: <http://seo-kurs-a-ya.ru>

Есть еще курс №2 по чисто бесплатному ссылочному продвижению – <http://kak-prodvinut-sait-besplatno.ru/kurs.html>

Автор курсов:



Анна Ященко

E-mail: topbase@yandex.ru

Skype: [topbase.ru](https://www.skype.com/ru/people/topbase.ru)

Пишите с любыми вопросами!

Мой главный SEO-блог - <http://seoandme.ru>

Сайт, где можно купить разный официальный софт для продвижения со скидками и получить скидку на сервисы - <http://seo-topshop.ru>

Очень хороший свежий учебник «SEO-Монстр 2018», где я являюсь соавтором вместе с Dr. Max - <http://seoandme.ru/rukovodstvo-seo-monstr-2018.html>

Мой блог на тему саморазвития – <http://gettingclose.ru>

[Моя ТОП База](#) – лучшая и единственная подобная база в Рунете для бесплатного качественного самостоятельного продвижения в более 15 видах сайтов.

Мои соцсети, присоединяйтесь:

[Группа по SEO в Facebook](#) | [Группа по SEO во ВКонтакте](#) | [Твиттер](#)

[Я в Facebook](#) | [Я во ВКонтакте](#)

[Вот еще вам специальная ссылка для покупки комплекта Allsubmitter + ТОП База с ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВРЕМЕННОЙ скидкой для читателей этого курса](#)

Вот ссылка для тех, кто хочет купить [только ТОП Базу со скидкой для участников курсов](#) – около 30.000 сайтов для бесплатного размещения любых видов сайтов, любых тематик (как минимум сотни, а скорее тысячи сайтов из базы подойдут для вашего сайта) по цене всего одной трастовой ссылки с биржи.