

SEO

Продвижение сайтов в 2019

DILATE

СОДЕРЖАНИЕ

- § 1. Миссия поисковых систем Яндекс и Google
- § 2. Как продвинуть компанию в интернете в 2019 году?
- § 3. Поведенческий фактор
- § 4. Как правильно отслеживать и оценивать поведенческие факторы?
- § 5. UX-дизайн и как он влияет на поведенческий фактор?
- § 6. Технические улучшения сайта и как они влияют на поведенческий фактор?

SEO И БИЗНЕС СТАЛИ БЛИЖЕ

§ 1. Миссия поисковых систем **Я**ндекс и **G**oogle

Главная задача поисковых систем — дать максимально правильный ответ на запрос пользователя. Если это коммерческий запрос, то удовлетворить потребность в нахождение товара (услуги), соответствующего ожиданиям клиента по следующим параметрам: цена, удобство, доверие. Для этого поисковику прежде всего необходимо проиндексировать миллиарды страниц по всему интернету. А затем, в тот момент, когда пользователь задает поисковый запрос, быстро вывести соответствующие результаты. Основные поисковые системы в интернете — это **Я**ндекс и **G**oogle, между ними идет борьба за долю на рынке.

Пользовательское счастье

Чтобы поисковая система выдавала максимально соответствующие ответы на запросы пользователей, в **Я**ндекс и **G**oogle существуют целые департаменты качества поисковой выдачи. В штате сотни специалистов, которые отвечают за то, чтобы поиск выдавал нужные результаты. Таких специалистов называют ассессорами. Ассессоры работают параллельно с роботизированной системой мониторинга и контроля, постоянно совершенствуя алгоритмы самообучаемой поисковой машины (Machine Learning).

Основная работа, протекает в трех направлениях:

- Оценка ассессорами результатов поиска, которые оценивают качество выдачи информации по разным запросам;
- Написание обновлений поиска программистами, в соответствии с рекомендациями ассессоров, а также машинное обучение;
- Оценка удовлетворенности пользователей найденными результатами.

Мониторятся следующие показатели:

1. Как быстро пользователь нашел нужный результат и покинул поисковую систему;
2. Сколько времени пользователь провел на сайтах, по которым перешел с **Я**ндекса и **G**oogle, и что он на них делал (поведенческий

фактор). Пользователь должен решить задачу, с которой он пришел на Поиск.

В интернет-магазине клиент должен найти соответствующий запросу товар, быть удовлетворенным ценой, сервисом, доверять компании и конечно же найти для себя бесспорные преимущества перед другими магазинами. Одна из метрик качества так и называется "пользовательское счастье". Логично, что компании, удовлетворяющие пользователей и повышающие «пользовательское счастье», будут ранжироваться выше.

Понимание новых законов Яндекс и Google очень важно для SEO-продвижения в 2019 году, так как на их базе строится стратегия продвижения компании в интернете на долгие месяцы и годы вперед.



§ 2. Как продвинуть компанию в интернете в 2019 году?

Среди новых компаний до сих пор встречается убеждение, что SEO-продвижение сводится к созданию страницы на сайте, написанию на ней контента и покупке ссылок. Но есть и другие, кто считает, что в интернете все куплено и попасть в ТОП невозможно. В действительности и первое и второе убеждение является неверным.

Пробиться в ТОП можно совместными усилиями бизнеса и агентства интернет-маркетинга, улучшая как сайт, так и бизнес в целом. Сегодня основой продвижения в интернете является работа с главным показателем любого бизнеса «пользовательское счастье». Данный показатель прямо коррелирует с Индексом лояльности NPS (от англ. Net Promoter Score). Индекс определяет приверженность потребителей товару или компании (индекс готовности рекомендовать), используется для оценки готовности к повторным покупкам.

Со стороны бизнеса компания должна иметь рыночную цену, уникальное торговое предложение и неоспоримые преимущества перед конкурентами, а со стороны агентства-партнера должен быть качественно проработан пользовательский интерфейс, который на все 100% отражает аспекты бизнеса и является удобным для посетителей. Технически правильно оптимизирован сайт под требования поисковых машин. Ведется системная работа над популяризацией бренда в сети интернет и возврату клиентов за покупками. Такие требования к поисковому продвижению появились в конце 2018 года. Случилось это после того, как в алгоритмах **Я**ндекса появился показатель ИКС (индекс качества сайта). **Я**ндекс официально анонсировал корректировки системы ранжирования, а **G**oogle ввел систему персонализированной выдачи.



Если до 2018 года продвижением мог заниматься один специалист (фрилансер), то сегодня продвижение стало одновременной работой целой команды экспертов следующих профессий:

- 1) Маркетолог (анализирует рынок и конкурентов);
- 2) SEO-специалист (разрабатывает индивидуальную стратегию продвижения, управляет командой, обрабатывает данные и составляет на их основе прогнозы и вносит корректировки в работу);
- 3) UX-дизайнер (проектирует WEB-интерфейсы на основании пользовательского опыта и уникальности бизнеса, в которых важно удобство использования, а так же внешний вид);
- 4) WEB-редактор (специалист вёрстки, который разбивает текст на отдельные страницы, компоует его с иллюстрациями, подготавливает оригинал-макет издания);
- 5) WEB-верстальщик (создает на основании макетов UX-дизайнера адаптивную ко всем устройствам (десктопы, планшеты и мобильные телефоны) web-страницу);
- 6) WEB-программист (интегрирует информацию на сайт);
- 7) Копирайтер (пишет интересный, полезный, в случае с e-commerce продающий для пользователя контент);
- 8) SERM-специалист (управление репутацией компании в интернете). Залогом успешного достижения цели является организация работы сплоченной команды экспертов в области маркетинга, проектирования, дизайна, разработки и продвижения.

Работа ведется по следующим направлениям:

1. Анализ рынка, конкурентов и погружение в бизнес клиента, с целью управления ценнообразованием, формирования уникальных торговых предложений (Маркетолог);
2. Разработка стратегии продвижения и управление проектной командой (SEO-специалист);
3. Правильное позиционирование, формирование доверия к компании/бренду, а также привлекательная упаковка ассортиментного ряда/услуг компании, благодаря фирменному стилю и понятному расположению информационных блоков (UX-дизайнер);
4. Написание увлекательного, захватывающего пользователя контента и формирования желания импульсной покупки на сайте (Копирайтер);
5. С технической точки зрения правильная адаптация сайта под абсолютно все устройства, с которых пользователь может выйти в интернет и решить свою задачу: совершить покупку, либо удобно пользоваться необходимой информацией (WEB-верстальщик);

6. С технической точки зрения правильная оптимизация сайта: скорость загрузки, отображение фото/видео контента, анимаций и т.д. (WEB-программист);

7. Управление репутацией компании в интернет сети — SERM (SERM-специалист);

8. Работа с социальными сетями и популяризация бренда компании: применительно не ко всем нишам (SMM-специалист);

9. Работа с авторитетностью интернет-ресурса: размещение статей и ссылок на известных, проверенных порталах: Expert, Коммерсантъ, RBK и т.д. (SEO-специалист).

Очень важно усвоить, что только грамотная и скрупулезная работа по всем этим направлениям приведет к результату.



§ 3. Поведенческий фактор

Как уже ранее было сказано самым важным показателем WEB-сайта сегодня является ИКС (индекс качества сайта), на который в свою очередь оказывает огромное влияние степень вовлечённости и лояльности пользователей по данным Яндекса, а также высокая посещаемость и постоянная аудитория — поведенческий фактор.

Главной задачей работы над поведенческим фактором посетителей сайта является увеличение активности пользователей на сайте, рост конверсии (то есть превращение посетителей в клиентов), побуждение посетителей повторно возвращаться на сайт. Высокая активность пользователей на сайте — это позитивный сигнал для поисковых систем. Но если пользователи сразу покидают сайт при переходе из поиска, это плохой знак для поисковиков. Позиции таких сайтов в поиске низкие, особенно по конкурентным запросам.

Что увеличивает активность и заставляет пользователя вернуться?

- 1) Цена (клиентам важна цена и если цена не соответствует рыночному ценообразованию про ТОП можно забыть);
- 2) Доверие к компании (реальные фото/видео, наличие магазина/офиса, сертификаты, отзывы, рабочие социальные сети и т.д.);
- 3) Удобство сотрудничества (online-оплата, быстрая доставка, домашняя примерка, индивидуальные размеры и т.д.);
- 4) Удобство пользования Интернет-ресурсом (планшет, мобильный телефон, компьютер);
- 5) Уникальное торговое предложение;
- 6) Широкий ассортиментный ряд;
- 7) Место расположения.

* рассмотренные варианты не учитывают привязку к конкретной нише

Сегодня продвижение сайта — это совместная кропотливая работа агентства и компании-партнера, только в таком случае возможно достичь высокие результаты в поиске и занять свое место под солнцем, на виду у всех целевых клиентов.

§ 4. Как правильно отслеживать и оценивать поведенческие факторы?

В системах аналитики, таких как Яндекс.Метрика и Google Analytics есть возможность просмотра следующих показателей:

1. Средняя продолжительность сессии;
2. Посещаемость;
3. Количество просмотров страниц на одного посетителя;
4. Доля вернувшихся пользователей.

Чем выше эти показатели, тем лучше. При внесении изменений на сайт нужно обязательно отслеживать динамику этих показателей, чтобы понять, насколько полезным было нововведение.

Но самым ценным инструментом для отслеживания поведения пользователей на сайте является Вебвизор. Этот профессиональный инструмент встроен в Яндекс.Метрику. Вебвизор позволяет записывать действия пользователей на Вашем сайте: куда именно он щелкнул, куда навел курсор, по какой ссылке перешел, какой текст вводил в разные формы. О таком подарке для юзабилити-аудита раньше можно было только мечтать, а теперь это реальность.в структуре сайта.

Главная ценность Вебвизора в том, что он помогает понять, какие ошибки и недочеты есть в структуре сайта. Можно своими глазами увидеть, что и как делает пользователь, насколько он правильно ориентируется на сайте. Эта информация поможет улучшить сайт, сделать его более понятным и увеличить активность пользователей.

Когда мы вносим изменения на сайт, мы должны сверять показатели до и после изменения: повысилась ли активность пользователей, стало ли меньше отказов, стали ли пользователи чаще заполнять формы регистрации и заказа. И если сухая статистика дает быстрое общее представление о поведенческих факторах, то Вебвизор позволяет разобраться в деталях и причинах проблем. Иногда, просматривая видео поведения пользователей, удивляешься, что какая-то деталь интерфейса воспринимается посетителями совсем не так, как ожидалось, или что пользователи совсем не обращают внимание на те элементы на странице, которые являются для нас самыми важными.

§ 5. UX-дизайн и как он влияет на поведенческий фактор?

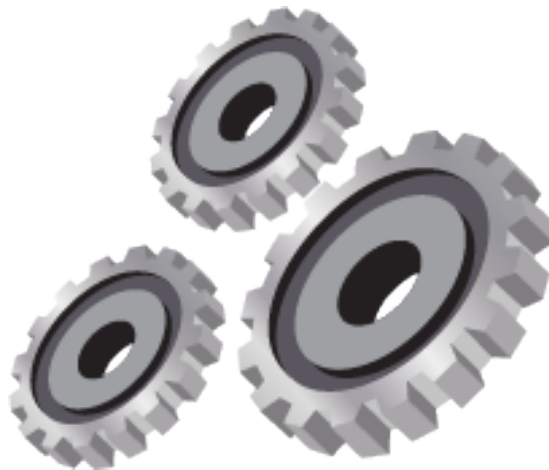
Одним из элементов UX-дизайна является Usability, в переводе с английского удобство использования сайта. Каждый из нас переходил из поиска на какие-то сайты, где было трудно ориентироваться, и тогда возникало непреодолимое желание поскорее закрыть их. С другой стороны, почти у всех есть в голове примеры замечательных сайтов с хорошим интерфейсом, где все понятно и просто. Такие сайты хочется посещать снова и снова. Разница между первыми и вторыми в Usability.



§ 6. Технические улучшения сайта и как они влияют на поведенческий фактор?

Технические улучшения сайта — это комплекс работ по внутренней оптимизации сайта WEB-программистом, с целью улучшения скорости загрузки ресурса, а также отображения корректной для посетителей сайта информации на смартфонах, планшетах и компьютерах. Другими словами адаптация под разные устройства. Все это прямо влияет на поведенческий фактор и в конечном итоге на главный показатель как бизнеса, так и поисковой системы - «пользовательское счастье». Также оптимизация необходима для максимально полной и быстрой индексации страниц.

Работа WEB-программиста заключается в том, чтобы подготовить, оформить и разместить блоки для будущего контента на сайте, создать в панели администратора специальные шаблоны для заполнения meta-тегов, улучшить скорость загрузки сайта, устранить ошибки и т.д. При правильном подходе позиции сайта в поиске устремятся вверх, а незначительные, на первый взгляд, ошибки могут привести к печальному результату, начиная с низких позиций и заканчивая санкциями поисковых систем. ?К



КОНТАКТЫ



Интернет-агентство «Dilate»
2019

www.dilate.ru

8 (495) 767-87-00

2019
▷DILATE