

Иван Севостьянов

Сергей Кудрявцев

SEO

для клиента

РАЗРАБОТКА САЙТОВ
КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ



СОДЕРЖАНИЕ

Часть I. Введение

Глава 1. Про SEO и взаимоотношения исполнителя с заказчиком.....	12
Как SEO зарабатывает бизнесу деньги	12
Идеальный клиент	31
Клиент, с которым не будут работать 99 % исполнителей	34
С чем идти к подрядчику, или Немного о целях и задачах	35
Основные проблемы, которые возникают у исполнителя при общении с клиентом	37
Комплексные услуги.....	39

Часть II. Виды услуг

Глава 2. Разработка сайтов	46
Спрос и предложение	46
Как это работает	47
Что вам могут предложить.....	48
Глава 3. Техническая поддержка сайта.....	52
Суть вопроса	52
На что вы можете рассчитывать	54
Что такое индивидуальный подход	54
Где найти профи	55

Что вам могут предложить.....	56
Преимущества, которые вы получаете.....	56
Глава 4. Контекстная реклама	58
История развития контекстной рекламы	59
Сегодняшнее лицо контекстной рекламы.....	61
В чем профит	66
Что именно вам предлагают.....	67
Сухой остаток: плюсы и минусы контекстной рекламы	68
Глава 5. Продвижение в социальных сетях	70
SMO и SMM: как их внедряют	70
Особенности национального маркетинга в соцсетях.....	73
Как это работает	74
Преимущества и недостатки SMM/SMO.....	75
Что вам могут предложить.....	76
Глава 6. Оптимизация сайтов.....	78
Юзабилити сайтов.....	78
Разовый поисковый аудит сайтов	84
Что вам могут предложить.....	87
Чем это выгодно	89
Глава 7. Веб-аналитика	91
О чем речь?.....	91
Зачем это нужно	92
Что вам могут предложить.....	93

Содержание	5
В чем ваша выгода.....	93
Нужно ли это вам.....	95

Часть III. Практика

Глава 8. Разбираемся, что нам нужно	98
Какие услуги подходят вашему бизнесу?.....	98
Поисковый маркетинг.....	99
Зачем моему бизнесу идти в Интернет?	111
Рынок поискового маркетинга.....	113
Глава 9. Правильные вопросы и полезные ответы	119
Как работают поисковые машины?	119
Почему какая-то компания находится выше нас в результатах поисковой выдачи?	123
От чего зависит цена на продвижение?	125
Почему у разных компаний цена за продвижение по одному и тому же списку ключевых слов разная?.....	128
Почему надо обновлять информацию на сайте?.....	131
Зачем нужно изменять сайт?	133
Почему надо предупреждать оптимизаторов о внесении изменений в сайт?	134
Как скоро будет виден результат?	135
Каковы сроки продвижения?.....	136
Можно ли продвинуть сайт только по 1–3 запросам?.....	140
Можно ли продвинуть сайт только в «Яндексе» (Google, Mail)?	141

Я продвигаюсь по запросу «розовый слон». Почему меня нет в топе по запросу «слон розовый»?.....	142
Я проверил позиции в «Яндексе»: они не совпадают с теми, которые прислал исполнитель в отчете	144
Кто будет общаться со мной в процессе оказания услуг?.....	146
Как я могу контролировать ход работ по проекту?.....	148
Зачем нужно отслеживать звонки и обращения с сайта?	150
Как отследить звонки и обращения с сайта?.....	151
У сайта отличные позиции, выросла посещаемость, но нет звонков, заказов. Почему?	153
Что будет, если мы откажемся от продвижения сайта?.....	155
Комплексные услуги — польза или вред?	156
Я продвигаю два сайта по одному и тому же запросу, почему для разных сайтов цена запроса разная?	158
Мы планируем кардинально переделать сайт — может ли это сказаться на позициях?.....	159
Глава 10. Заблуждения, которых не стоит допускать	161
Миф 1. Интернет — это круто. Сейчас мы вложим 100 долларов, а через полгода получим 1000.....	161
Миф 2. Зачем вы задаете дурацкие вопросы про мой бизнес?	162
Миф 3. Не надо мне ваших рекомендаций, вы дайте мне высокие позиции	163
Миф 4. Зачем писать какое-то техническое задание и утверждать его? Давайте без лишней бюрократии!	164
Миф 5. Я ничего не хочу делать со своим сайтом. Вам надо — вы и делайте. Мне продажи нужны!.....	165

Миф 6. Сайт нужно раскрутить всего однажды	166
Миф 7. Мы заплатим «Яндексу» — он поставит нас на первые места	168
Миф 8. Если вложить много денег, то сайт можно продвинуть быстро.....	169
Миф 9. Продвинемся по «пластиковым окнам» — и будет нам счастье.....	171
Миф 10. Оптимизация и продвижение сайта стоят очень дорого/дешево.....	172
Миф 11. Значение ТИЦ (или Pr) не влияет на позиции сайта в выдаче и наоборот	173
Миф 12. Мы пользуемся системой, которая сама продвинет наш сайт	174
Миф 13. Сейчас пропишем ключевые слова — и будем в топе	176
Миф 14. Скопируем у конкурентов и купим больше ссылок.....	177
Миф 15. Реклама в Интернете неэффективна.....	178
Миф 16. Нам не нужны заявки по электронной почте. Это не наши клиенты	180
Миф 17. Наш подрядчик — бог!	181
Миф 18. Зачем мне покупать у вас услугу за 5 рублей, когда мне предлагают за 50 копеек?	182
Глава 11. Выбираем исполнителя.....	184
Стоит ли продвигать сайт самостоятельно?	184
Типичные ошибки при работе с подрядчиками	193
Резюме	201
Обман оптимизаторов.....	201

Глава 12. Ставим цели, учимся, анализируем	214
Ставим правильные цели перед собой и перед исполнителем	214
Маркетинговый аудит бизнеса — лепим мегапродукт своими руками.....	218
Смотрим конкурентам в глаза — в Интернете это просто	226
Почему клиент должен купить именно у вас?	230
Глава 13. Оцениваем результаты	234
Какая должна быть отдача?	234
Как оценивать отдачу от поискового маркетинга	238
Простые и дешевые инструменты оценки эффекта.....	242
Сложные инструменты оценки эффекта.....	245
Почему отдачи может не быть.....	249
Что делать, если отдача не устраивает или ее нет.....	253
Как повысить отдачу от сайта	257
Заключение	262

Приложения

Словарь птичьего языка.....	264
Почему хостинг сайта важен.....	269