



## Поисковый трафик. SEO для Яндекс и Google

#	Параметры	«Поисковые системы»	
1	Входные данные	действующий сайт, трафик-задание	
2	Система трафика	Яндекс.Поиск + Google Search	
3	Тип трафика	поисковый + ссылочный	
4	Тактические варианты продвижения (трафик-задание)	видимость	
		трафик	
		ключевики	
5	Состав услуги	Построение тактики продвижения	
		Составление ТЗ на создание контента	
		Обработка рекомендаций систем	
		Анализ данных в сервисах аналитики	
		Развитие реферальных связей (организация)	
		Мониторинг позиций по ключевым запросам	
	Составление сводок		
6	Управление ранжированием, руб	«Старт» (2 часа/неделю)	<b>40</b>
		«Базис» (8 часов/неделю)	<b>140</b>
		«Оптима» (20 часов/неделю)	<b>360</b>
		«Экстра» (40 часов/неделю)	<b>680</b>
		«Премиум» (60 часов/неделю)	<b>960</b>

Термины и определения:

**Управление ранжированием** – это исполнение трафик-задания согласно тактическому варианту продвижения.

**Поисковый трафик** – это поток пользователей, которые попадают на веб-страницу через поисковой выдачи (органический способ).

**Ссылочный трафик** – это поток пользователей, которые попадают на веб-страницу по ссылкам на других сайтах (реферальный способ).

Концепции продвижения в поиске:

**Видимость** – это способ продвижения в поиске, благодаря увеличению количества страниц в поисковом рейтинге ТОП-100 выдачи.

**Трафик** – это способ продвижения в поиске, благодаря увеличению количества переходов по запросам, включающих ключевые слова.

**Ключевики** – это способ продвижения в поиске, благодаря увеличению видимости и количества переходов по конкретным, заданным ключевым запросам.

2 самых популярных вопроса:

«Через сколько я буду на первом месте!?» – если это конкурентная среда, то все идет к первому месту, и никто не хочет второго, а значит стабильно первое будет у того, кто вкладывается больше и дольше... а только потом те, кто действуют умнее: поэтому меряем долю трафика, а не точное место  
«Сайт менять не будем - просто оптимизируйте его... короче вы сами знаете... а я оплачу, как будут покупать... по рукам?» – нет! управление поисковой выдачей похоже на тренировку пресса - даже занимаясь 2 недели подряд, это не приведет к желаемому результату, это игра в долгую: сначала вы стабильно на виду, затем к вам более-менее привыкают, вы не даёте конкурентам вас вытолкнуть, вас запоминают, к вам появилась лояльность, к вам обращаются из-за условий, оценивая сервис, рекомендуют, оставляют отзыв, другие ищут, видят, что не зря на виду и вот на этой стадии заканчивается первый этап - дальше нужно решать количеством, а иначе то менять сервис, упаковку, бизнес-модель и прочее.

[Посмотреть на сайте АльтерВЕБ](#)