

Естественные поведенческие факторы – залог успешного продвижения

Цели проекта



Устранение технических ошибок и последующая оптимизация сайта
Вывод сайта в ТОП-5 в поисковых системах Яндекс и Google
Увеличение количества ежедневных заказов

Этапы выполнения работ

1. Взаимодействие с Яндекс.Директ



В современном seo большую роль для Яндекс играют хорошие поведенческие показатели сайта, но для молодых проектов очень сложно получить с поисковых систем приличный трафик. Поэтому сотрудники компании «SEO-Импульс» включили **в бюджет расходы на рекламную кампанию в системе Яндекс.Директ**



Четко настроенная рекламная кампания на целевые переходы по нужным запросам способствовала тому, что для сайта наращивалась естественная поведенческая статистика. Дизайн сайта – вполне современный и креативный, поэтому пользователи демонстрировали высокие показатели глубины и длительности просмотра страниц, **а также уровень отказа был менее 12%.**



Кроме того, что сайт получал качественные данные, эти же пользователи приносили первые продажи для сайта. Такая стратегия позволила получать деньги с первых дней работ и развивать сайт для получения бесплатного трафика с поисковых систем.

2. Внутренняя оптимизация



Для молодых проектов техническая оптимизация – первостепенная задача любого seo-специалиста. Поэтому наши сотрудники провели ряд технических работ по сайту: устранение битых ссылок, настройка редиректов, доработка архитектуры сайта, настройка ЧПУ для всех страниц, взаимодействие с социальными сетями, устранение дублей и т.д.



Особенное внимание мы уделили перелинковки между товарами, для чего были разработаны и встроены в дизайн сайта блоки «Похожие товары», «Товары по акции». Также мы использовали перелинковку по тексту.



Нашей целью было – максимальная маркетинговая оптимизация карточки товаров. Для этой цели мы использовали: рейтинг товаров, отзывы, взаимодействие с социальными сетями, сопутствующие товары.



Для Яндекса очень важна грамотная проработанная коммерческая составляющая сайта. Поэтому мы в первую очередь создали важные коммерческие страницы, наполнили их информативным контентом и вынесли в отдельное меню: оплата, доставка, гарантии, контакты, обратная связь и т.д.



Помимо добавления коммерческих страниц мы использовали разметку [Sherma.org](https://www.sherma.org/) для того, чтобы структурировать данные и повысить привлекательность сниппетов в поисковых системах. Особенно на это хорошо отреагировал Google.

3. Внешняя оптимизация



В данном проекте акцент был сделан именно на внутреннюю оптимизацию и коммерческую составляющую ресурса. Работы по внешней оптимизации заключались в размещении пресс-релизов и обзорных статей на тематических ресурсах. Также использовалось размещение обратных ссылок на раскрученных аккаунтах в твиттере.

После 3 месяцев сотрудничества с интернет-магазином megatrus.ru более 85% всех продвигаемых фраз зашло в ТОП-5 Яндекс и Google. Количество трафика увеличилось с 5 чел. в сутки до 100-150 человек. В сезонные дни это **цифра достигала 250-300 человек с поиска.**

Переходы из поисковых систем Яндекс и Google

