

Увеличили посещаемость сайта на 700% для поставщика природного камня и металлоизделий



Екатерина

Project менеджер / Автор статьи

В кейсе показываем, как превратить сайт в стабильный источник трафика: какие ошибки нужно было исправить и что добавить в структуру, чтобы увеличить посещаемость до 2100 визитов в месяц.



Содержание

[Коротко о кейсе для тех, у кого мало времени](#)

[А теперь подробнее](#)

[Предыстория](#)

[Доработки сайта](#)

[Редизайн и модернизация нового сайта](#)

[Работа с трафиком и рост на 700%](#)

[Причины продвижения по небольшому количеству запросов](#)

[Что дальше в планах](#)

Коротко о кейсе для тех, у кого мало времени

Для компании-поставщика природного камня и металлоизделий с командой провели комплексный редизайн сайта, улучшили структуру и занялись SEO-продвижением.

В рамках проекта провели аудит, переработали семантическое ядро и доработали структуру сайта, чтобы охватить еще больше релевантных для бизнеса запросов.

За счет этого увеличили органический трафик на 700% и вывели сайт в ТОП выдачи по ключевым запросам на Дальнем Востоке, что позволило увеличить посещаемость сайта до 2100 визитов в месяц в пик сезона.

А теперь подробнее

Компания «Готика» занимается поставками и продажей природного камня, а также металлических изделий — заборов, свай и габионов — на рынке Дальнего Востока. Недавно компания запустила собственное производство свай из буровой трубы.

Предыстория

Клиент обратился в 2018 году за модернизацией старого сайта и [SEO-продвижением](#). Тогда в ходе первичного [аудита](#) сразу отметили ряд проблем, которые мешали продвижению сайта в топ выдачи. Одна из основных: файл robots.txt был настроен неверно, поэтому сайт не индексировался, а поисковые системы не знали о его существовании. Пользователи не могли найти «Готику» в поиске – страницы сайта там не отображались.

Были и другие технические ошибки, которые влияли на выдачу и взаимодействие пользователей с сайтом. Например, на сайте не было корзины, как в привычном для пользователя интернет-магазине.

Может быть интересно

Продвижение юридических услуг: восстановили эффективность рекламы после спада и нашли новые подходы для роста

 784  8 мин.

Продвижение сайта учебного центра: вывели 25% запросов в ТОП-3 региональной выдачи

 5312  7 мин.

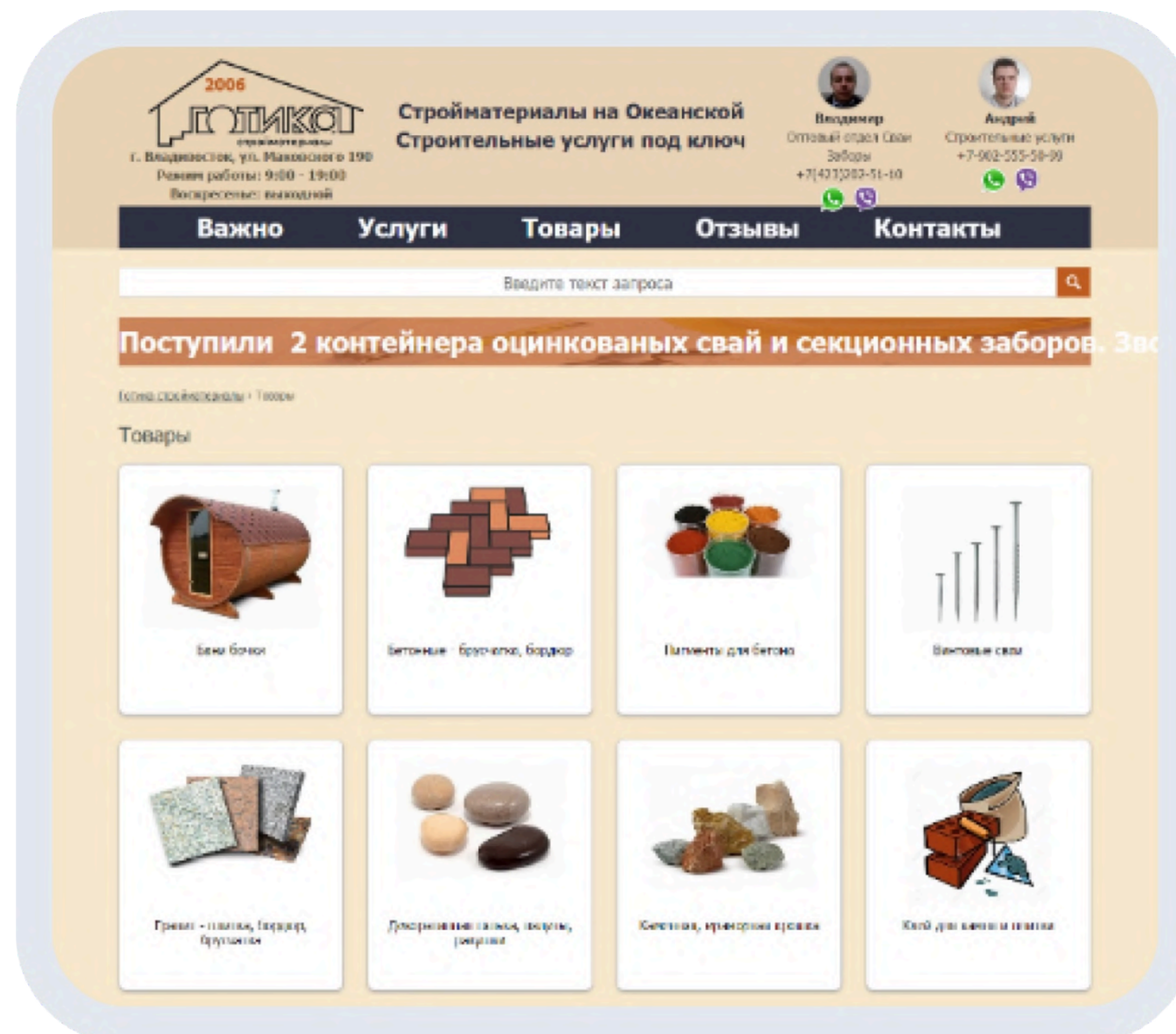
На главной странице сайта стоял редирект, поэтому пользователи вместо того, чтобы по клику вернуться обратно на главную, попадали в каталог с товарами.

Первоначальная цель: модернизация старого сайта, начальные работы по SEO.

Доработки сайта

На старом сайте было много ошибок в функционале: битые кнопки, пустоты, которые нужно было поправить в моменте. В рамках модернизации устраняли их, так как поисковые системы смотрят на скорость загрузки сайта, адаптивность под мобильные устройства, юзабилити и учитывают это в продвижении сайта.

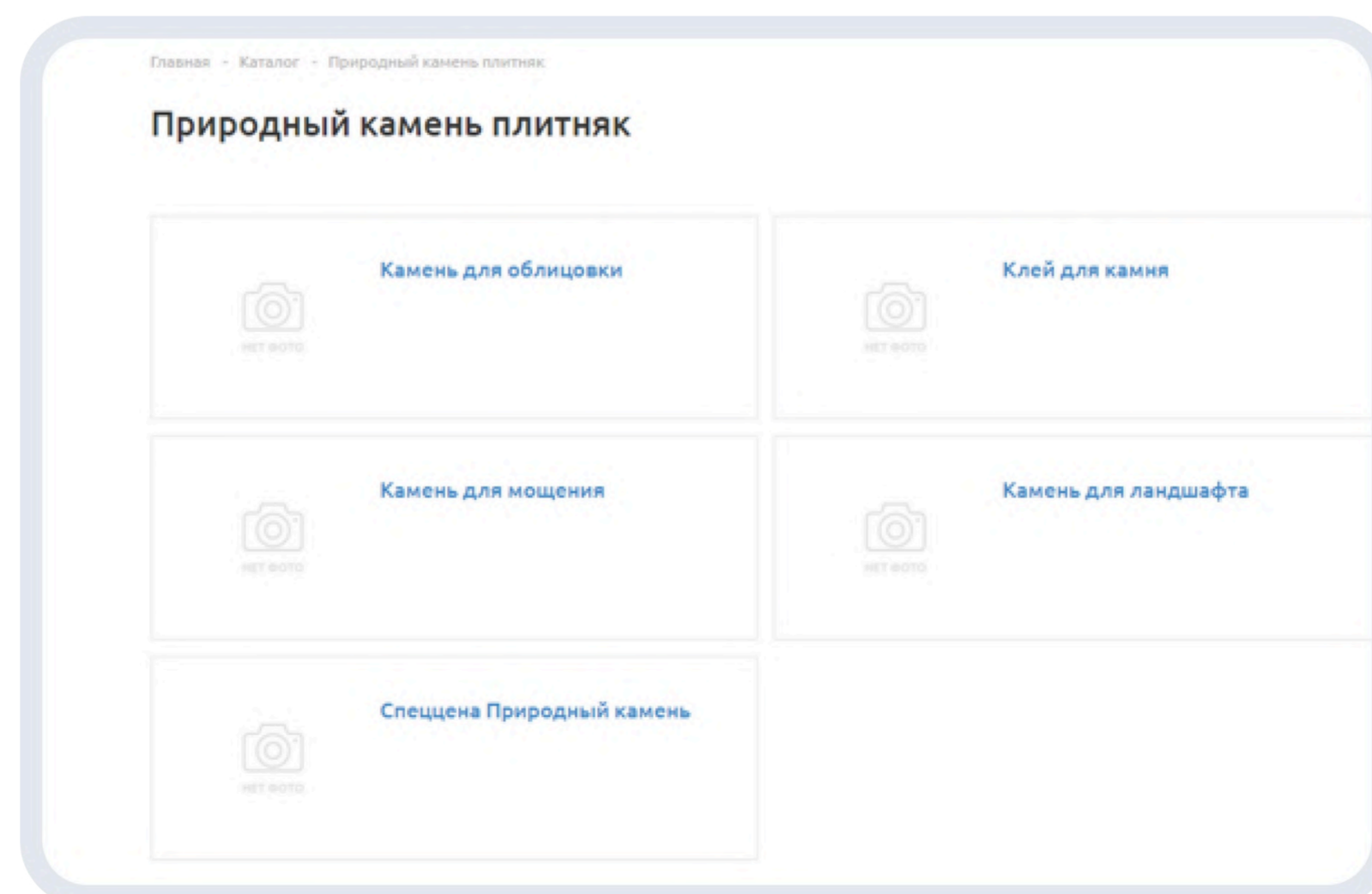
Со стороны дизайна на старом сайте доработали шапку, обновили структуру в футере.



Старый дизайн и структура сайта (фото взято из архива, поэтому качество не самое лучшее)

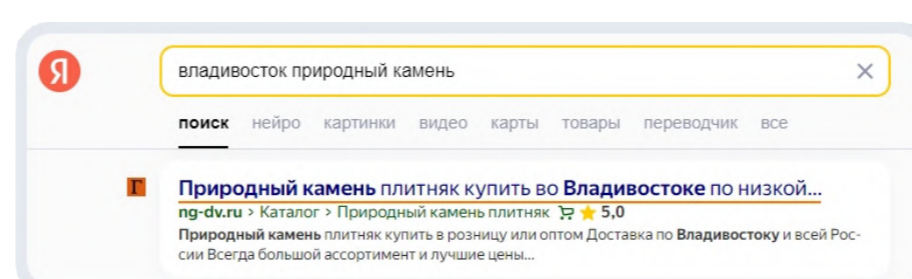
Параллельно с доработками провели первичные работы по SEO, чтобы приводить на сайт первый трафик из органической выдачи:

- Исправили файл robots.txt, чтобы сайт начал индексироваться корректно. Скрыли технические и тестовые страницы, которые остались от прошлой команды разработчиков.
- Догрузили недостающие картинки в категориях товаров.

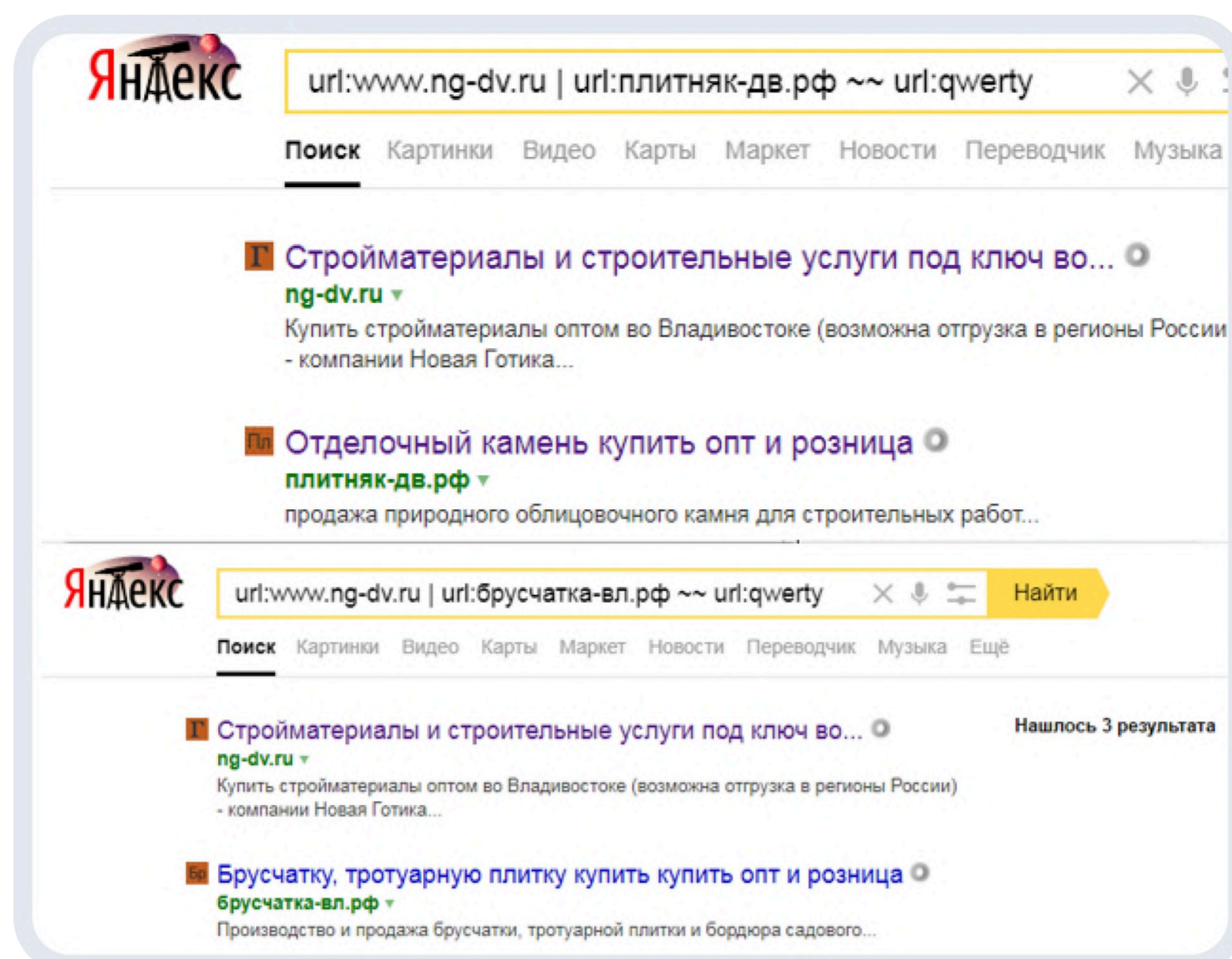


На сайте не было картинок в каталоге (фото взято из архива, поэтому качество не самое лучшее)

- Уникализировали заголовки и метатеги, чтобы страницы не дублировали сниппеты друг друга в поисковой выдаче. Сниппеты – это краткий текст в поиске, по которому пользователь может сразу понять содержимое страницы.



- Обнаружили у клиента копии сайта – аффилиаты – и закрыли их, чтобы избежать санкций от поисковых систем. Лучше сосредоточиться на продвижение одного сайта, чем пытаться занять больше позиций в поиске с помощью аффилиатов – есть риск получить бан основного сайта в поиске.



Как сайты аффилиаты выглядят в поиске (фото взято из архива, поэтому качество не самое лучшее)

- Скорректировали все заголовки H1 под самые частотные запросы в категориях.
- Поправили битые ссылки после переименования категорий.
- Создали XML-карту сайта, чтобы поисковые системы быстрее находили и индексировали страницы сайта.

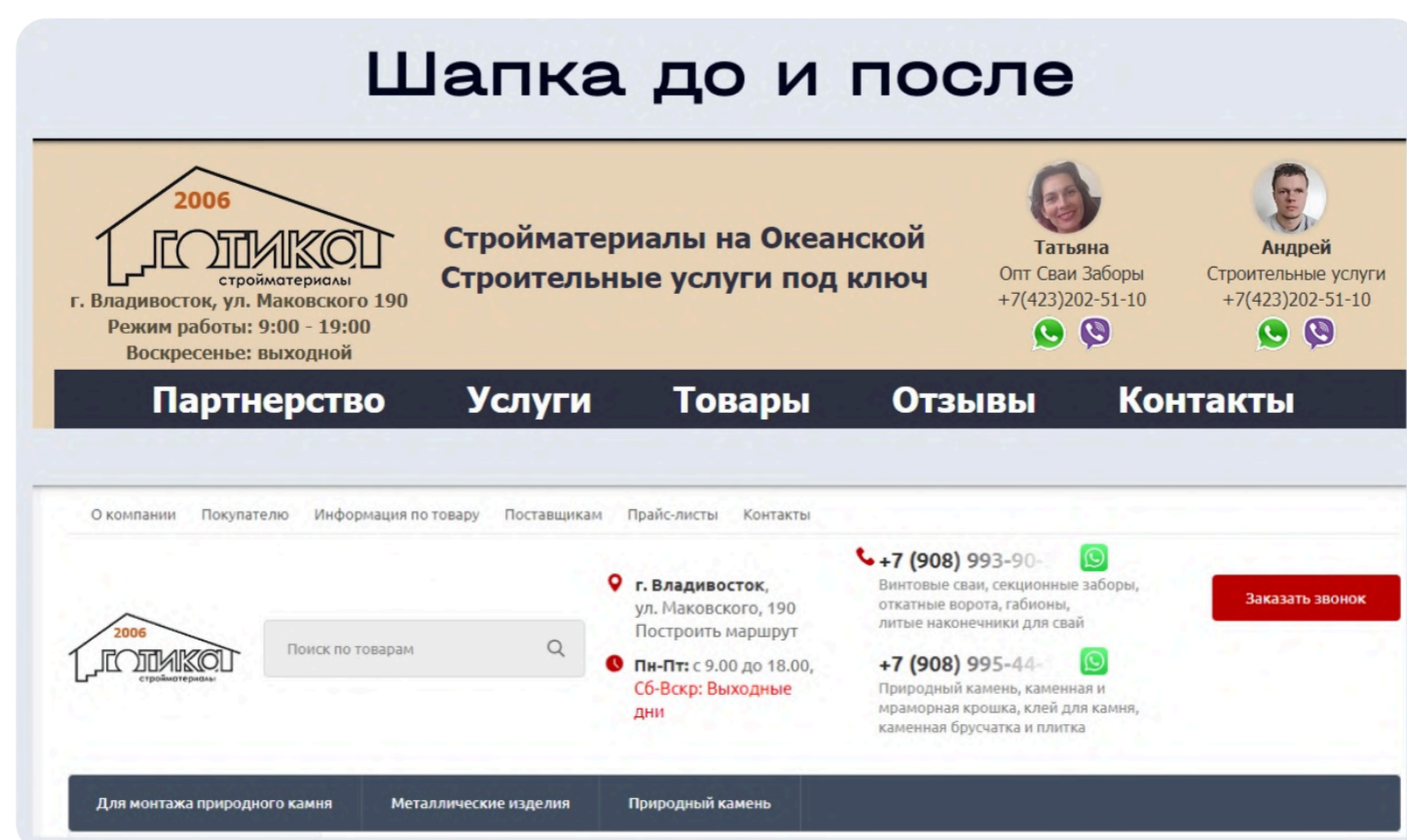
Редизайн и модернизация нового сайта

В 2021 году мы достигли потолка по доработкам на старом сайте. Чтобы продолжать расти по трафику, нужно было обновить ресурс: пересобрать структуру, добавить дополнительные страницы и разделы. В целом сделать сайт более удобным для пользователей, так как он морально устарел.

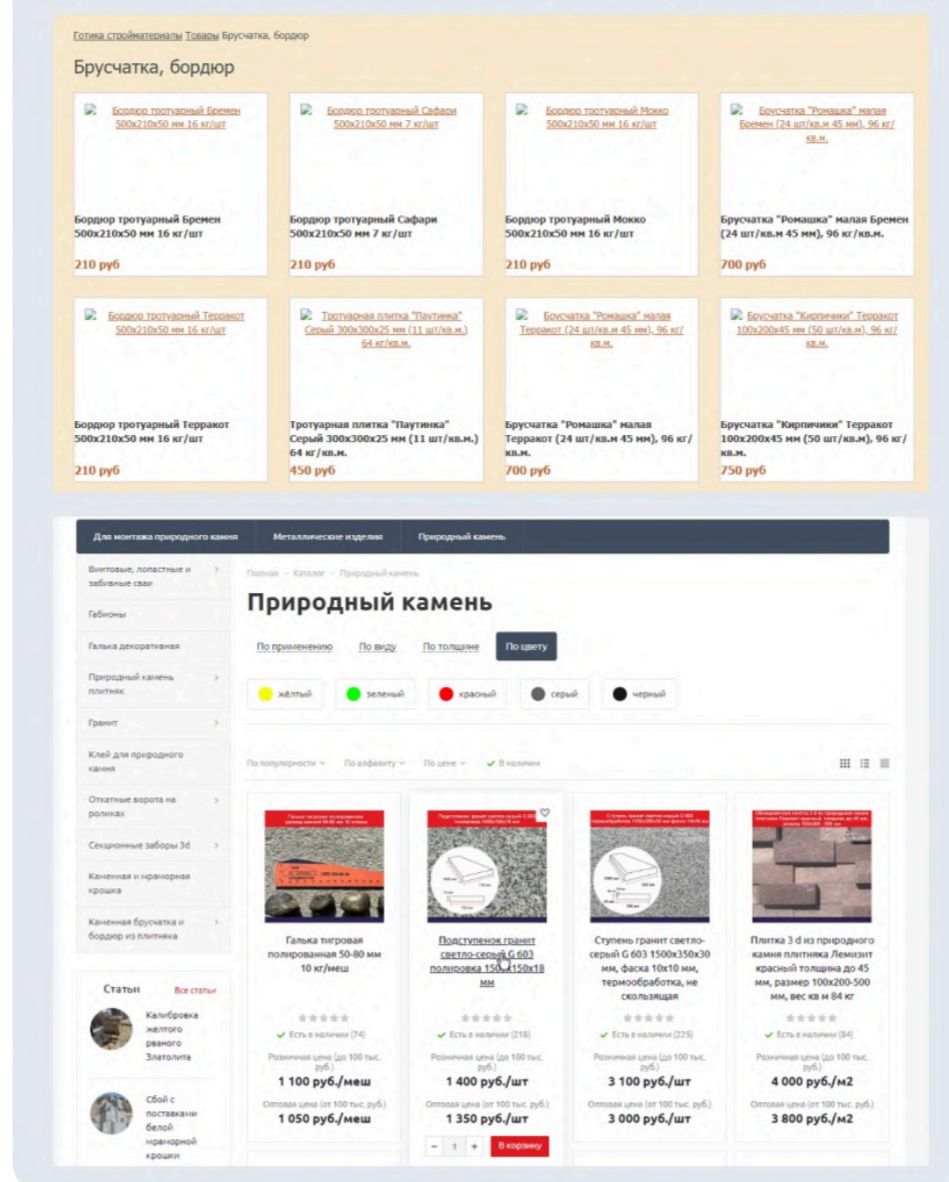
В итоге мы предложили клиенту разработать новый сайт на шаблоне, чтобы не тратить много ресурсов на кастомные решения, а быстро запуститься и продолжать работу.

Какое-то время после разработки сайт оставался в шаблонном варианте, так как нам было важно его обновить, чтобы продолжать наращивать трафик, а доработкой функционала занялись уже в процессе.

Клиент стал участвовать в развитии сайта, так как он лучше понимает специфику своей ниши и знает, какие моменты можно докрутить, чтобы оптимизировать свои бизнес-процессы. Например, как через доработки сайта снизить нагрузку на отдел продаж: поскольку клиенты звонили после первичной консультации еще раз, чтобы получить ответ на вопрос, который они не нашли на сайте.

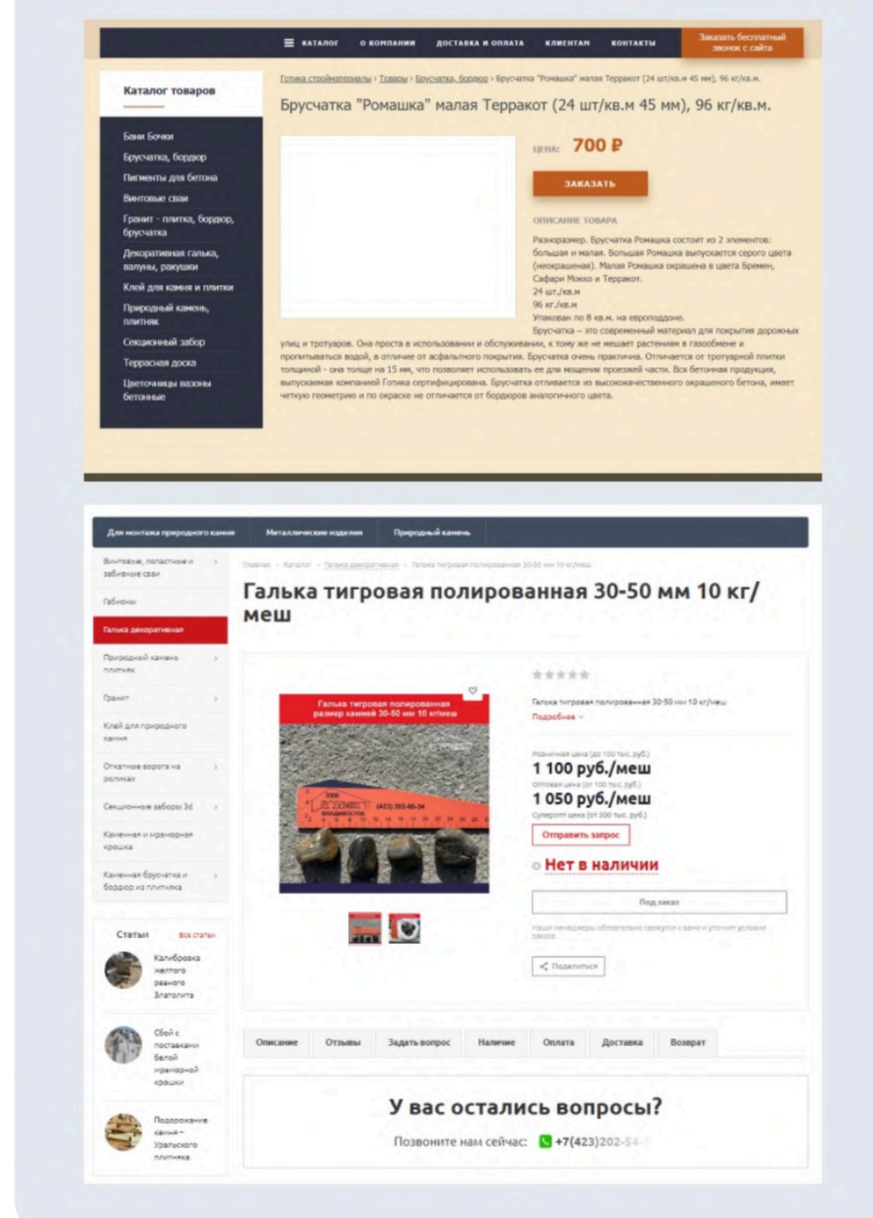


Каталог до и после



В архиве на старом каталоге не сохранились картинки, поэтому они отображаются битыми

Товарная карточка до и после



Помните, что мы всегда готовы изучить ваш сайт и предложить рекомендации, которые сделают его удобным для пользователей и привлекательным для поисковых систем.

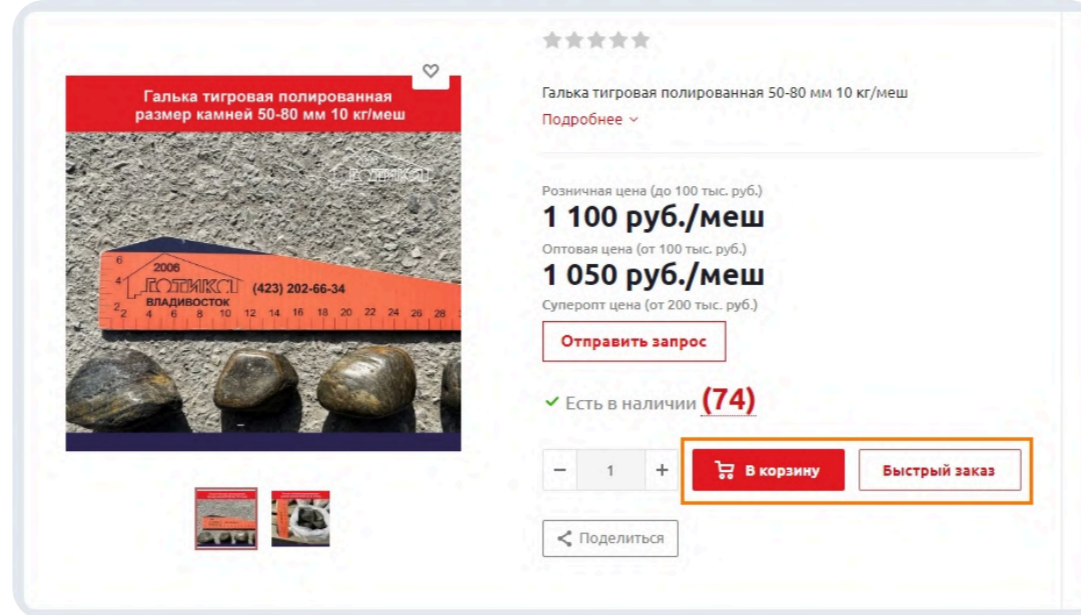
Бесплатный аудит вашего сайта

Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку ваших персональных данных согласно [политике конфиденциальности](#)

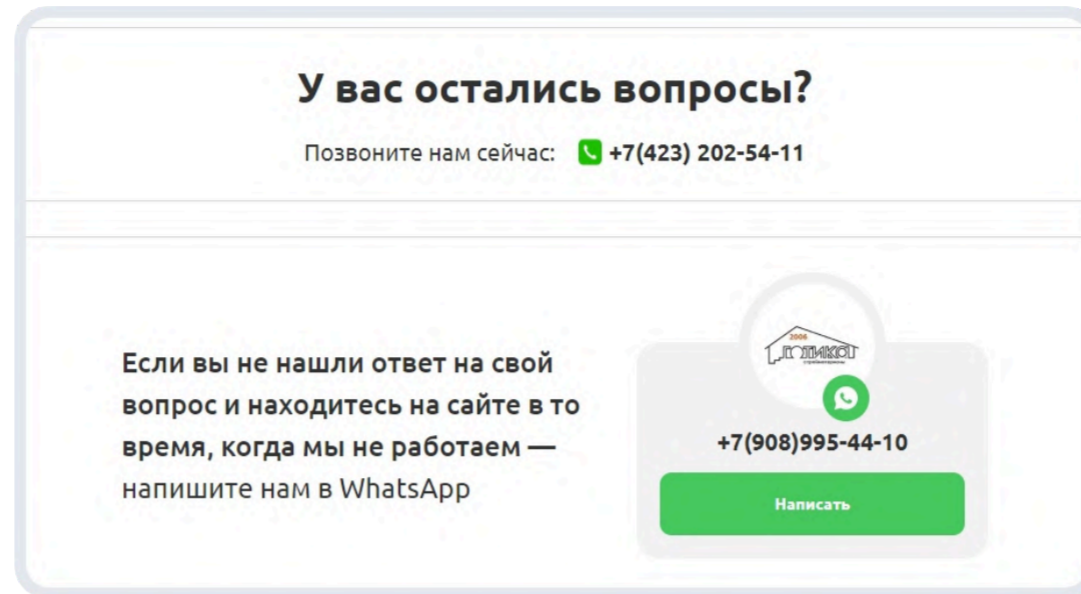
Для клиента было важно, чтобы шаблон можно было поправить под себя: добавить дополнительные формы, информационные страницы и дополнительные категории.

Например, нужно было разделить информацию о заказах по металлическим изделиям и природному камню, чтобы заказы приходили на разные почты менеджеров.

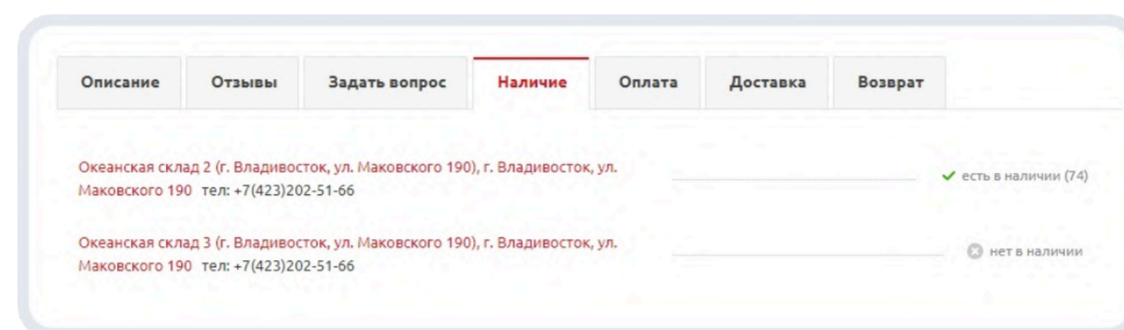
Также было важно разбить формы с запросом цены по разным категориям товаров: чтобы клиент получал прайс-лист в зависимости от ниши, которая его интересует.



Добавили форму связи через мессенджер.

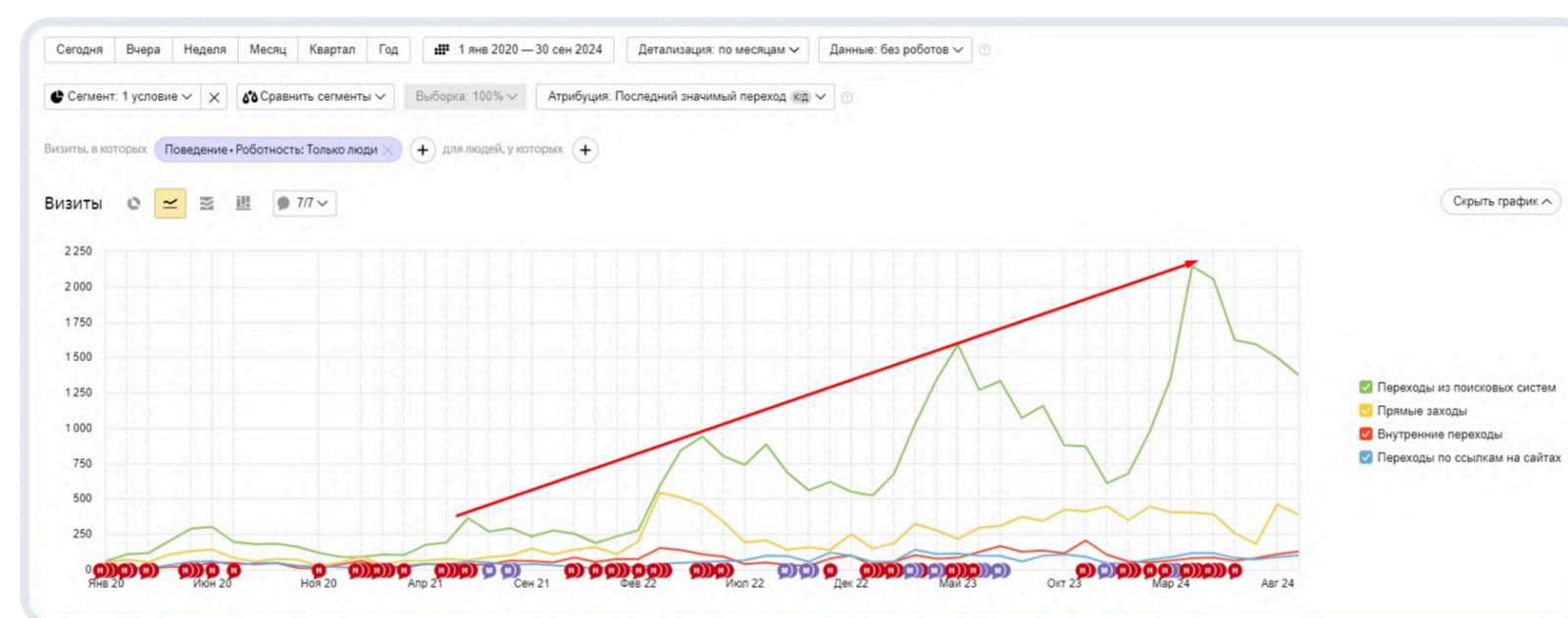


Связали вкладку "Наличие" с остатками на складе.



Работа с трафиком и рост на 700%

В пик сезона в 2020-2021 гг. трафик доходил до 300 визитов, постепенно каждый сезон трафик рос. К высокому сезону 2024 года мы вышли на 2100 визитов в месяц.



Рост трафика за 3 года

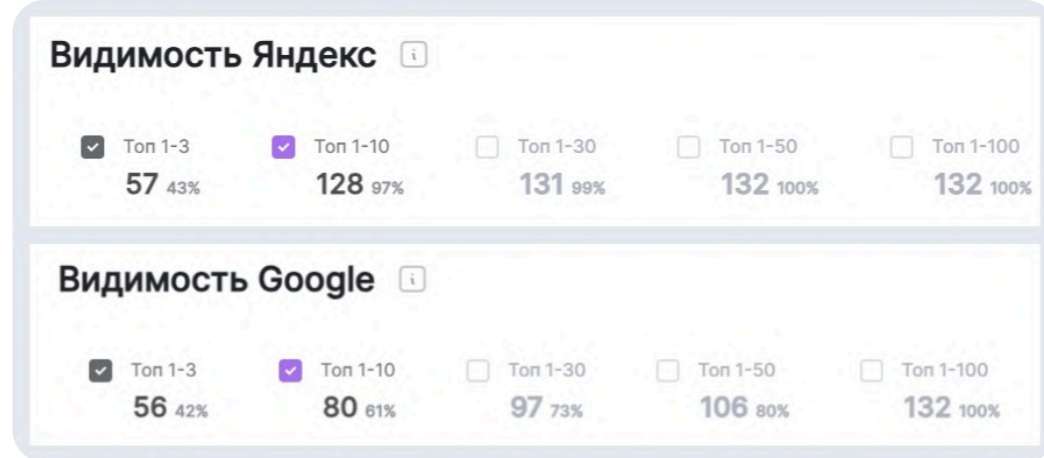
На рост повлияло то, что мы изменили структуру сайта, – она стала больше. На базе старого сайта мы бы не смогли добиться таких же результатов, так как половину запросов было некуда вести из-за отсутствия релевантных страниц.

Кроме структуры и количества страниц, на рост позиций влияет весь сайт в целом, в том числе процент отказности и конверсии. Эти показатели после редизайна в любом случае становятся лучше – люди меньше «пугаются» устаревшего дизайна и не уходят со страницы раньше времени.

Поисковые системы видят, что люди дольше остаются на сайте, совершают там действия и реже возвращаются в поиск с похожим запросом. Это значит, что сайт полезен для пользователей, и поисковые системы поднимают его выше в выдаче.

Причины продвижения по небольшому количеству запросов

Семантика, с которой работаем, достаточно узкая, но мы осознанно отказались от высокочастотных запросов типа «строительные материалы». Ниша клиента более специфична: с упором в продажу природных камней для дорожек, заборов, ландшафтного дизайна и металлических изделий для заборов, свай.



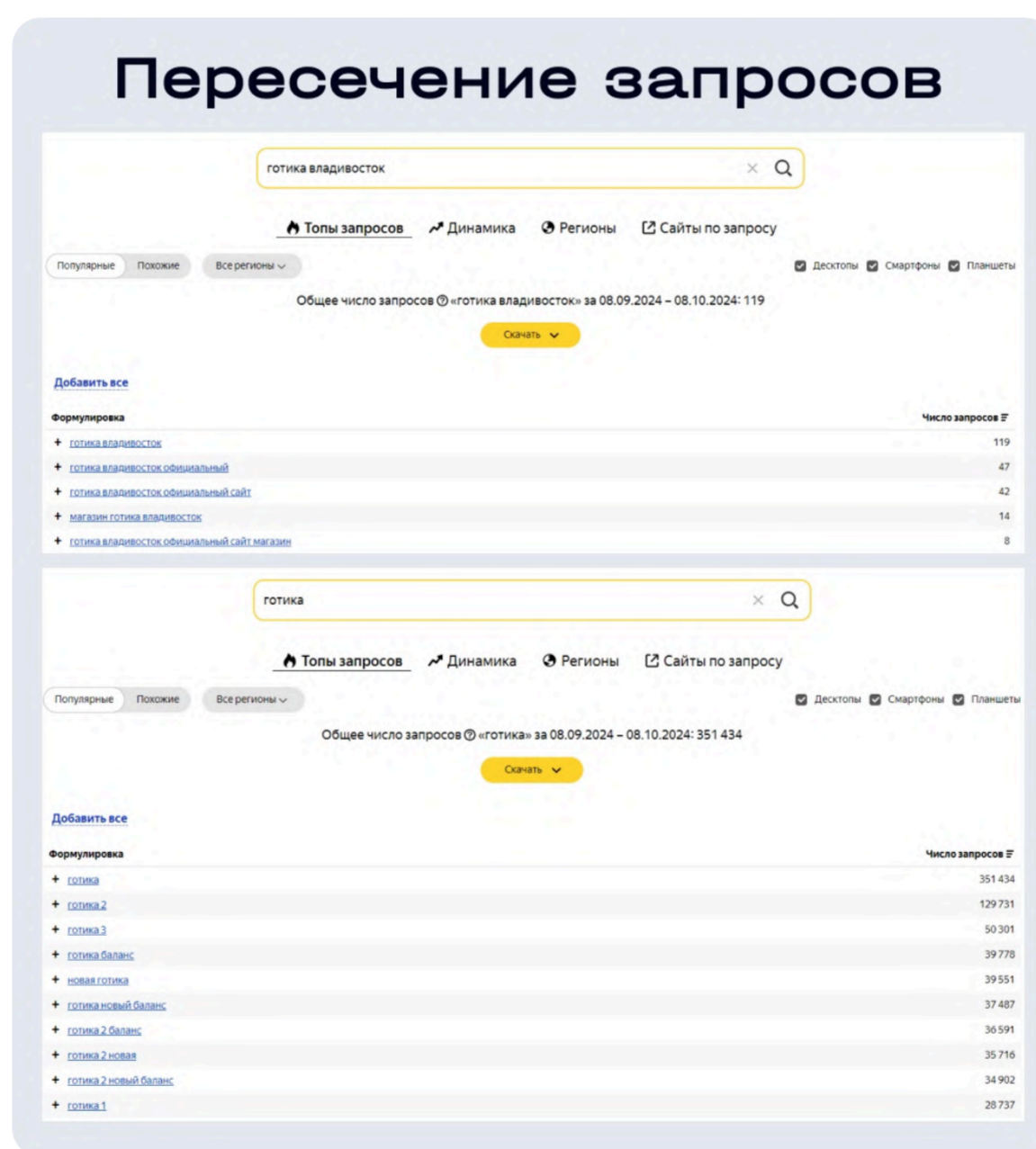
Количество запросов, по которым продвигаемся в поиске

Мы посмотрели аналитику в домашнем регионе клиента и пришли к выводам, что под “стройматериалами” люди ищут совершенно другие товары, поэтому продвигаться по большому количеству запросов не имеет смысла. Иначе будут приходиться заявки от людей, которые, например, ищут кровлю или пиломатериал – чем клиент не занимается.

Но при этом нам удалось попасть в выдачу и продвигать товары по запросам “натуральный камень”, хотя такие запросы по частотности больше подходят под сферу украшений из натуральных камней. И мы до сих пор держимся по ним на первом месте в выдаче и получаем часть трафика.

Ключевые запросы	20.09.24	19.09.24	18.09.24	17.09.24	16.09.24	15.09.24	14.09.24	13.09.24	12.09.24	11.09.24	10.09.24	09.09.24
натуральный камень	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
натуральный камень во владивостоке	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
натуральный камень заказать	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
натуральный камень купить	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
натуральный камень купить во владивостоке	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
натуральный камень недорого	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1
природный камень во владивостоке	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Название компании «Готика» – одноименное с популярной игрой, поэтому продвигать брендовые запросы в нашем случае сложнее. Приходится использовать географическую привязку, так как частотность по запросам, связанных с игрой, выше, и объективно нам ее не обойти.



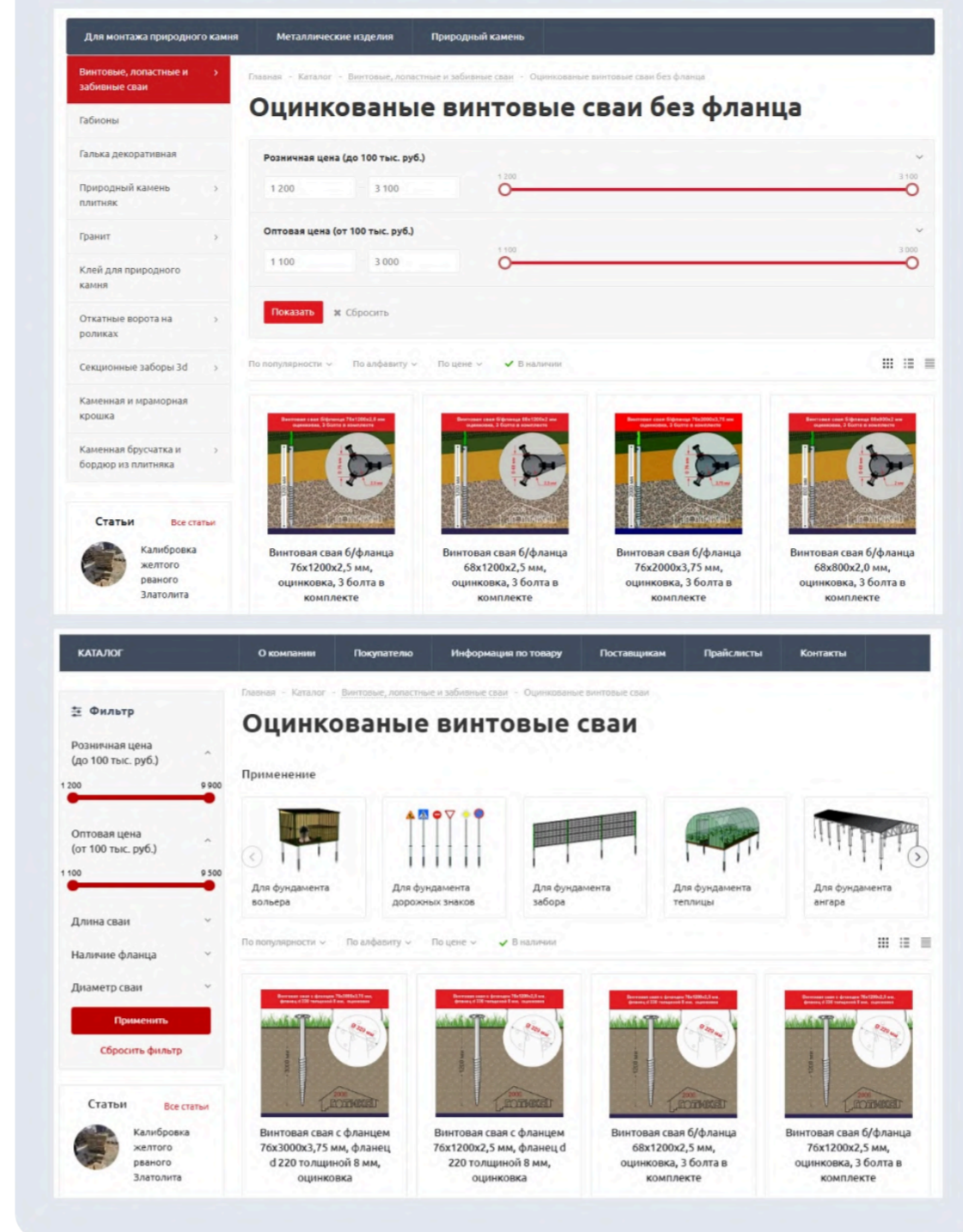
Сравнение семантики у игры и названия компании клиента

Что дальше в планах

Продолжаем дорабатывать функционал сайта:

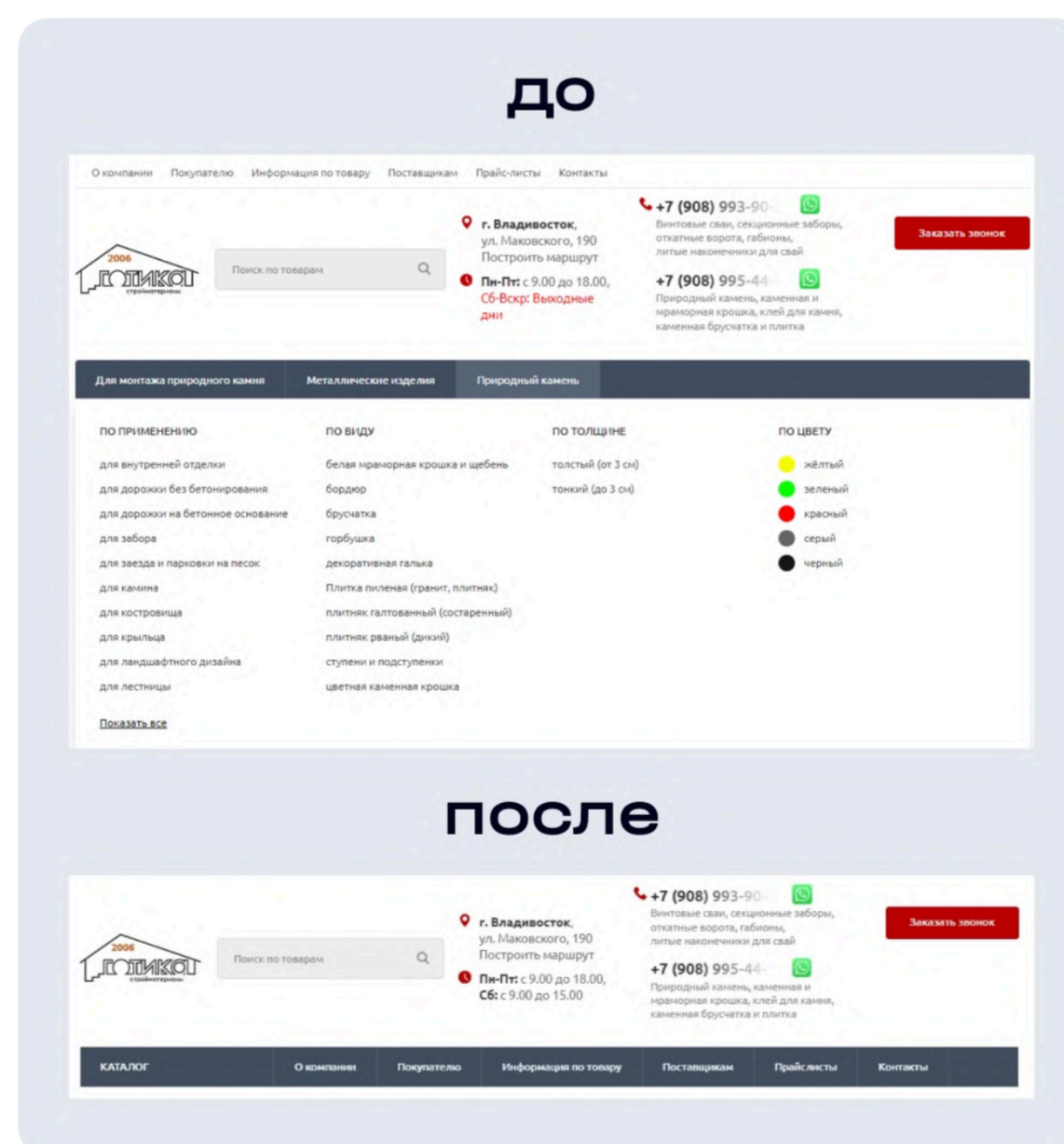
1. Изменили фильтрацию характеристик товара на сайте, чтобы пользователям было легче отбирать товары по заданным свойствам.

Обновление фильтров до и после



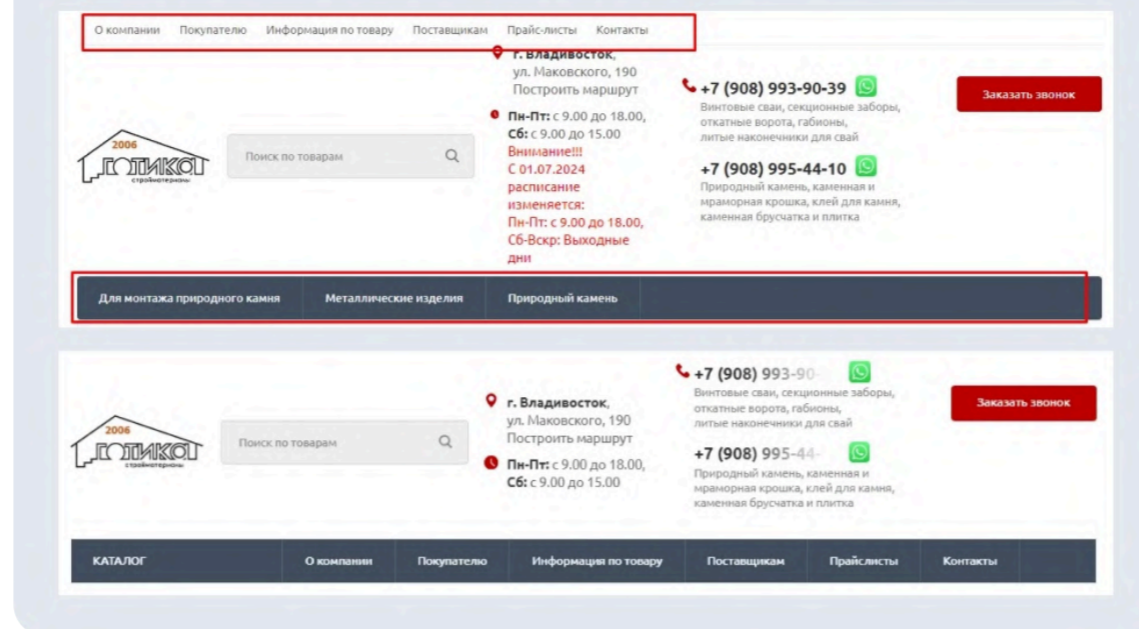
2. Переработали фильтры и убрали лишний каталог.

До этого для продвижения товара в поиске использовали второй каталог, так как у клиента были проблемы с выгрузкой фильтров, и он не мог добавить нужные фильтры через 1С. Решить этот вопрос смогли только через создание второго каталога, который их бы заменял.



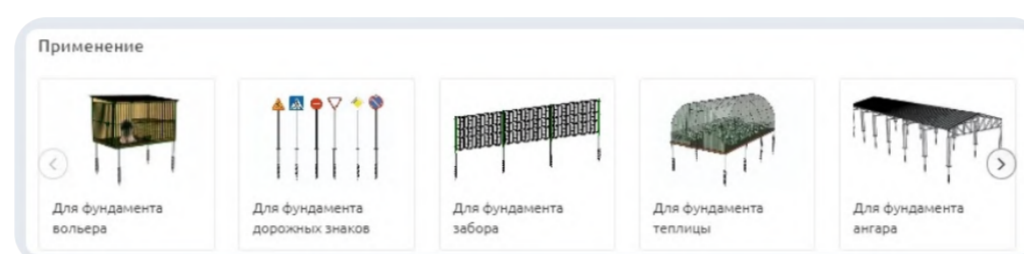
Да, в моменте мы выиграли с точки зрения продвижения – у нас появились релевантные страницы, которые можно продвигать в поиске. Но с точки зрения юзабилити, это решение было не совсем удобно для пользователя, так как ему приходилось добывать информацию о товаре из двух разных мест. Совместными усилиями мы решили проблему с выгрузкой фильтров на стороне клиента, чтобы убрать лишний каталог на сайте.

Доработка меню в шапке до и после



3. Сделали фильтр по применению, чтобы облегчить навигацию пользователя в каталоге и снизить нагрузку на команду клиента.

До этого пользователи звонили менеджеру, потому что не могли найти нужный товар, но сайт должен продавать сам без помощи специалиста на стороне.



В перспективе хотим добавить калькуляторы для расчета площади и количества стройматериалов, чтобы упростить взаимодействие пользователя с сайтом.

Продолжаем работу над SEO, чтобы сохранить трафик после изменений в фильтрах, настраиваем редиректы, проводим аудит и оптимизируем новые страницы.

Параллельно собираем семантику и усиливаем факторы EEAT и YMYL – признаки доверия к сайту, которые показывают, что за ним стоят опытные и надёжные авторы, а информация важна для читателей. Это помогает улучшить позиции и повысить доверие к ресурсу. Для этого добавляем информационные страницы с фото, описанием компании и вакансиями.

А прочитать отзыв клиента о нашей работе можно [по ссылке](#).

Помните, что мы всегда проверим ваш сайт на соответствие требованиям SEO и дать рекомендации, которые помогут поднять его выше в поисковой выдаче. Оставьте заявку на бесплатную консультацию.

Бесплатный аудит вашего сайта

Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку ваших персональных данных согласно [политике конфиденциальности](#)

Подпишитесь на полезные материалы по интернет-маркетингу

Нажимая на кнопку, вы даете согласие на обработку ваших персональных данных согласно [политике конфиденциальности](#)



Вам понравилась статья?

Ваши ответы помогают нам становиться лучше

Комментарии

Ваше имя

Ваш комментарий

Отправить

×



8 (3812) 29-42-88

Заказать звонок



Услуги

Создание сайтов
Контекстная реклама
Аудит сайта
Соц. сети

Продвижение

Сайтов по тематикам
Сайтов по позициям
Сайтов по трафику
Сайтов в Google
Сайтов в Яндекс

О компании

Кейсы
Блог
Отзывы
Команда
Вакансии
Контакты

Москва

Новая улица, 21с1

Омск

ул. Фрунзе, 1к4, ТОК "Миллениум",
3 этаж, офис 307

Новосибирск

Проспект Димитрова, 7, 5-й этаж, офис 520

Барнаул

Павловский тракт, 257-в, офис 3

Санкт-Петербург

пр-кт Маршала Жукова, 74, к.2, офис 69

Астана

Е-356, ЖК "Арнау-2"

Продвижение и создание сайтов.
Контекстная реклама, SMM, работа с репутацией бренда.
© ООО Информационные технологии бизнеса, 2024.
Все права защищены. Копирование запрещено.

Является правообладателем ПО Statisto, включенного в Единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных. Запись в реестре от 30.01.2023 №16364