

NICOLAYS
официальный Reg.Reseller

Преимущества WordPress

Вордпресс — система управления контентом с открытым исходным кодом, написанная на языке php.

Вот перечень основных преимуществ Вордпресс:

- Движок и шаблоны к нему можно скачать бесплатно;
 - [Выбор шаблонов Вордпресс](#) достаточно большой;
 - Быстрая установка;
 - Понятная и простая панель управления (админка);
 - Большой выбор доступных дополнений и расширений (плагины);
 - Возможность вносить изменения в код шаблона.
- Раскроем каждый пункт более подробно.

Конечно же, первое преимущество WordPress, которое позволило завоевать широкую популярность — его бесплатность. Т.е. каждый, кто захотел создать свой собственный блог смог без лишних затрат и вложений это сделать с помощью Вордпресса. Вы скажете, что есть же еще масса бесплатных движков! Да, но WordPress покорила всех своей простотой установки, настройки и использования. Все предельно ясно и доступно.

Более [30% сайтов](#) работают на WordPress, и эта цифра увеличивается с каждым днем. Вам вероятно знакомы такие ресурсы, как Forbes, The New Yorker, Vogue, People Magazine и The Wall Street Journal. В основе этих информационно-развлекательных порталов лежит WordPress. Он же используется для Белого Дома и NASA.

CMS Wordpress — это конструктор, который подойдет для создания простого блога. Используя плагины, можно запросто проектировать более сложные сайты.

Недостатки WordPress

Из недостатков стоит выделить следующие:

- Достаточно весомая нагрузка на сервер;
- Порою низкая скорость загрузки сайта;
- Ограниченный набор базовых функций;
- Дублирование страниц и изображений;
- Большое количество некачественных тем и дополнений с ошибками;
- Относительное недоверие поисковых систем к сайтам на бесплатных движках.
 - Движок Вордпресс, а особенно большое количество дополнений к нему могут существенно нагружать сервер, на котором располагается сайт. Во избежание чрезмерной нагрузки нужно сокращать количество установленных плагинов до необходимого минимума. Кроме того, важно размещать блог на [качественном хостинге](#). Эти опции помогут также увеличить скорость загрузки сайта. Кроме того, для ускорения работы блога нужно [оптимизировать базу данных](#) и использовать [плагин для кэширования страниц](#).
 - Одним из недостатков WordPress является то, что он автоматически генерирует дубли страниц, а это негативно сказывается на продвижении блога. Читайте, [как удалить дубли страниц](#) и предотвратите их появление. Также движок Вордпресс при загрузке картинок создает их копии разных размеров. Для удаления ненужных картинок используйте плагин DNUl (Delete not used image).
 - Мы уже разбирали, как подобрать качественную тему WordPress для блога. Также желательно пользоваться проверенными дополнениями, чтобы ваш сайт работал исправно и без ошибок. И перед установкой шаблона, нужно проверить его [плагином ТАС](#).
 - Популярность WordPress — его достоинство и недостаток одновременно, поскольку на основе движка популярно с СДЛ создается множество ГС и саммелитов. А соответственно, поисковые системы относятся настороженно к молодым сайтам на Вордпресс и на других бесплатных CMS.

Стратегия разработки сайта

БРИФ ПРОПУСКАЕМ (есть готовое решение)

1. Составление ТЗ
2. Сбор и кластеризация семантики
3. Анализ конкурентов (чем они лучше и чем они хуже нас)
- Анализ семантики конкурентов Сбор семантики
4. Составление структуры сайта (древа) Страница контактов, главная, блог, страница вопросов и т.п.
5. Если нужен маркетолог \

Анализ и определение целевого трафика по разным признакам.

Следует сегментировать аудиторию по возрасту, уровню дохода, другим критериям, которые соответствуют реалиям вашего бизнеса также понадобится собрать органический трафик, то есть все запросы, что так или иначе имеют отношение к тематике вашего бизнеса. Кроме того, понадобится изучить, какой вид трафика привлекают ваши прямые конкуренты.

6. Работа с Яндекс и Google

7. Визуализация (прототипирование)

**Из категорий (если судить по ключам) нам нужны:
каталог строительных материалов.**

- услуги.
- доставка и оплата.
- о компании.
- контакты.

Каталог и услуги будут включать в себя подкатегории.

У каталога это будут:

- строительные смеси.
- кирпич.
- кровельные материалы.
- пиломатериалы.
- лакокрасочные материалы.
- декоративная штукатурка.

Услуги будут включать в себя подкатегории:

1. грузчики.
2. вывоз мусора.

8. Разработка прототипа

9. Копирайт (написание текста для сайта)

10. Подбор и оптимизация изображений

11. Дизайн сайта страниц

12. Верстка сайта и адаптивность сайта.

13. Создание файлов robots и карты сайта

14. Написание микроразметки (монтаж её на страницах сайта)

Проработка стратегии создания и развития сайта Nicolays

29.01.2021



Стратегия продвижения сайта

Создание стратегии продвижения сайта — это способ достижения поставленных целей за долгосрочный период. Продвижение сайтов без составления стратегии приводит к неэффективному расходованию бюджета, потере времени и отсутствию нужных результатов.

Постановка целей

Варианты целей продвижения сайта в интернете:

- увеличение количества продаж — для коммерческих сайтов самым важным показателем эффективного продвижения в интернете является максимальная конверсия посетителей сайта в покупателей, окупаемость инвестиций. При этом внимание уделяется росту количества заказов, высокой маржинальности и сумме среднего чека;
- рост позиций по определенным ключевым словам — эта цель актуальна как для информационных ресурсов, так и для интернет-магазинов, желающих привлечь на сайт больше потенциальных покупателей;
- увеличение количества посетителей — такая цель важна при продвижении блогов, развлекательных порталов и компаний, пока не знающих, какие пользователи будут конвертироваться в покупателей.

Как узнать эффективность стратегии продвижения

Перед началом раскрутки сайта обозначаются необходимые цели, а также измеряются текущие показатели. Узнать их можно с помощью инструментов Google Analytics, Search Console и Яндекс.Метрика. Если сайт новый, то необходимо установить эти сервисы, выбрать цели и собрать статистику. Если сайт старый и на нем установлены инструменты веб-аналитики, переходим к анализу информации.

Проверка количества посетителей с помощью Google Analytics и Яндекс.Метрики

В Google Analytics можно получить информацию о количестве посетителей, указав интересующий период. Доступно сравнение определенного периода времени с предыдущим и получение информации о динамике изменений. Данные представлены на главной странице сервиса [Google Analytics](#):

Все данные по веб-сайту ▾

Пользователи

39 тыс.

↑2,7%

по сравнению с
данными за
последние 90 дней

Доход

0,00 грн.

-

Коэффициент конверсии

0 %

-

Сеансы

54 тыс.

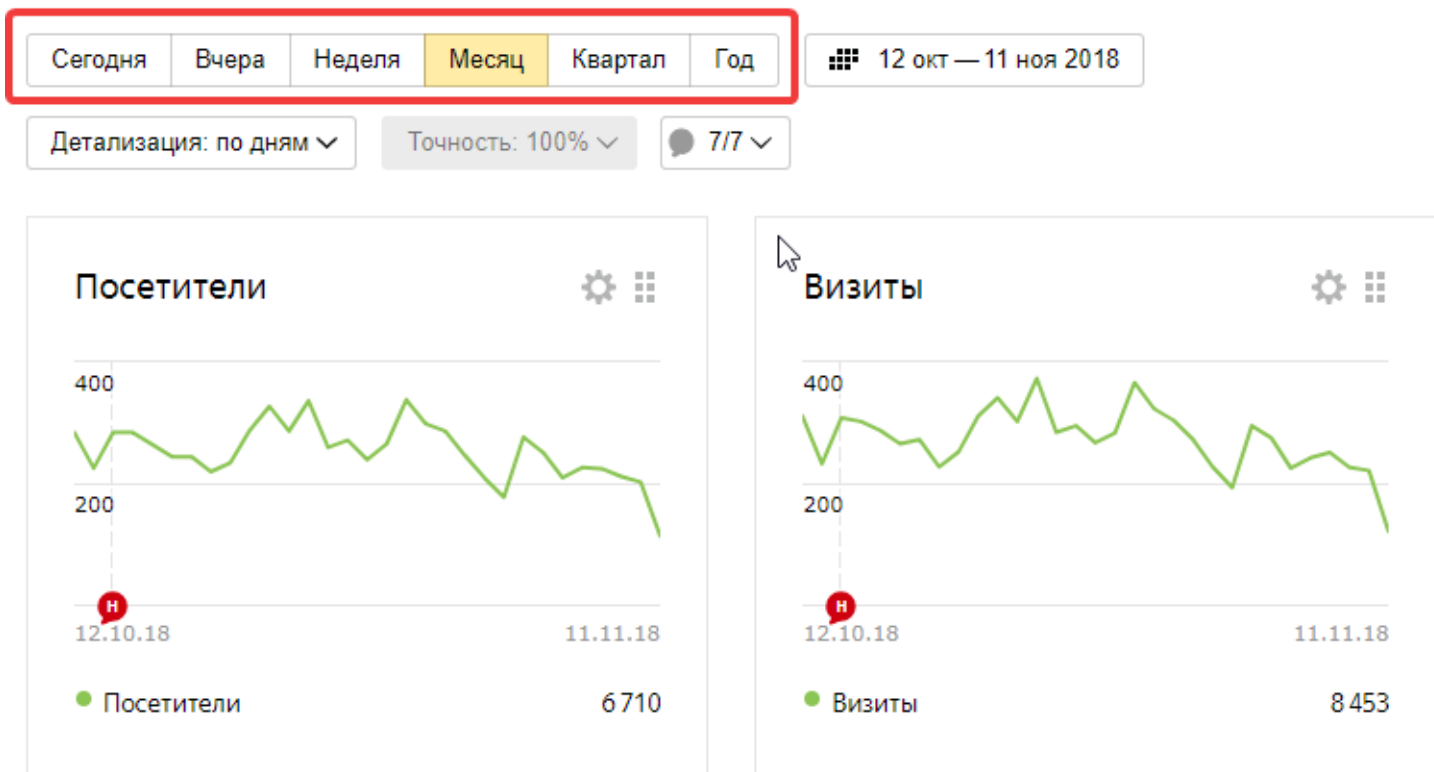
↑3,1%



Последн. 90 дн. ▾

[ОБЗОР АУДИТОРИИ >](#)

В [Яндекс.Метрике](#) также доступен просмотр количества посетителей и совершенных визитов за выбранный период времени. Информация размещена на стартовой странице сервиса:

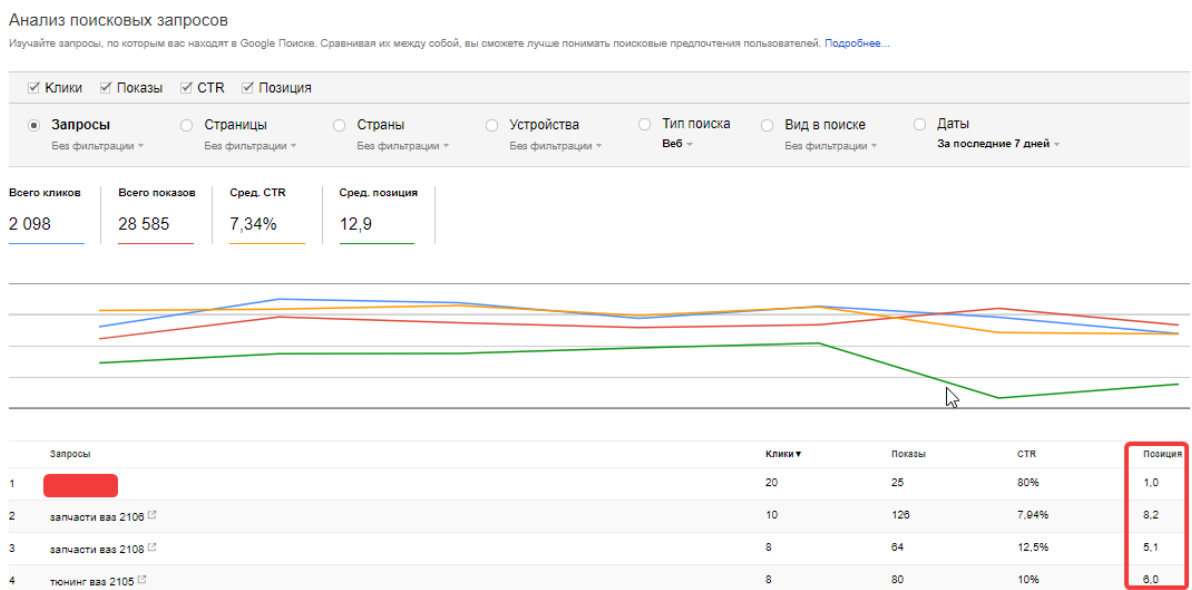


Хотите узнать больше о Serpstat и ускорить работу в нашем сервисе?

Заказывайте бесплатную персональную демонстрацию сервиса, и наши специалисты вам все расскажут! ;)

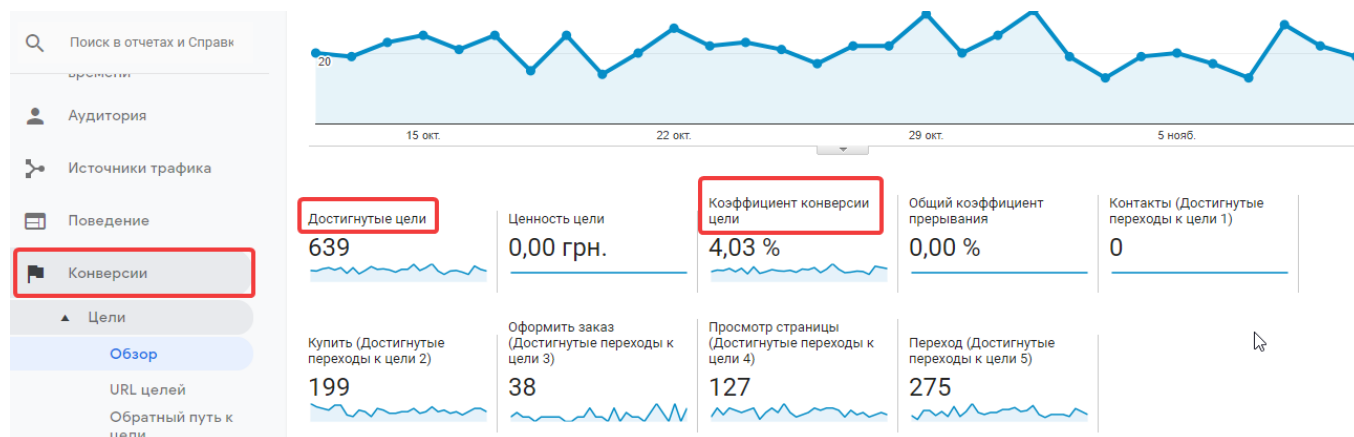
Проверка текущих позиций в поисковиках по интересующим запросам в Search Console

Информация о позициях по поисковым запросам пользователей отображается во вкладке «Анализ поисковых запросов» инструмента [Google Search Console](#):



Информация о конверсиях для коммерческих сайтов

В Google Analytics есть возможность установки индивидуальных целей — посещения определенных страниц, добавления товаров в корзину, оформления заказов. Во вкладке «Конверсии» отображается информация о количестве достигнутых целей и коэффициенте их конверсии:



После того, как выбраны необходимые цели и измерены исходные показатели сайта, переходим к составлению стратегии продвижения.

Основные этапы при составлении стратегии продвижения сайта

Работа по созданию стратегии делится на аудит сайта, анализ конкурентов, составление семантического ядра, выбор вида стратегии, внутреннюю и внешнюю оптимизацию.

Аудит сайта

Начать работу следует с оценки текущего состояния сайта и определения существующих проблем. С помощью инструментов веб-аналитики проверяются следующие показатели:

- возраст домена — продвинуть новый сайт будет сложнее;
- наличие санкций со стороны поисковых систем — в некоторых ситуациях проще сменить домен, чем продвигать сайт, попавший под фильтры;
- использование безопасного протокола https — чрезвычайно важно для коммерческих сайтов, однако сайтам других тематик тоже не стоит пренебрегать переходом на него;

- удобство сайта для пользователя, качество дизайна и медиа контента. Важно наличие мобильной версии либо адаптация верстки сайта под различные устройства — смартфоны, планшеты, нетбуки;
- количество проиндексированных страниц, отсутствие дублей, ошибок в html-коде. Проверяются скорость загрузки страниц, ответы сервера, файлы robots.txt и sitemap;
- наличие неповторяющихся и соответствующих нужным запросам метатегов — title, description;
- корректное использование заголовков h1-h6;
- уникальность и релевантность текстов, присутствие в них необходимых ключевых слов, отсутствие грамматических и стилистических ошибок, заполненные атрибуты alt для картинок;
- наличие исходящих и внешних ссылок на сайт;

Глубокую проверку можно провести с помощью сервиса Serpstat, получив список ошибок и рекомендации по их устранению. Для этого выбираем в меню модуль «Аудит сайта»:

The screenshot shows the Serpstat interface for a website audit. The main dashboard displays several key metrics:

- Видимость: 31.56
- Ориентировочный SEO трафик: 85 509 167
- Ключевые фразы: 1 056 920
- Фраз в PPC: 473

Below the dashboard, there are two tables:

Ключевые фразы

Общее количество	Новые	Потерянных	Выросшие	Упавшие
1 056 920	12 311	3 451	20 247	20 088

Ключевые фразы в контекстной рекламе

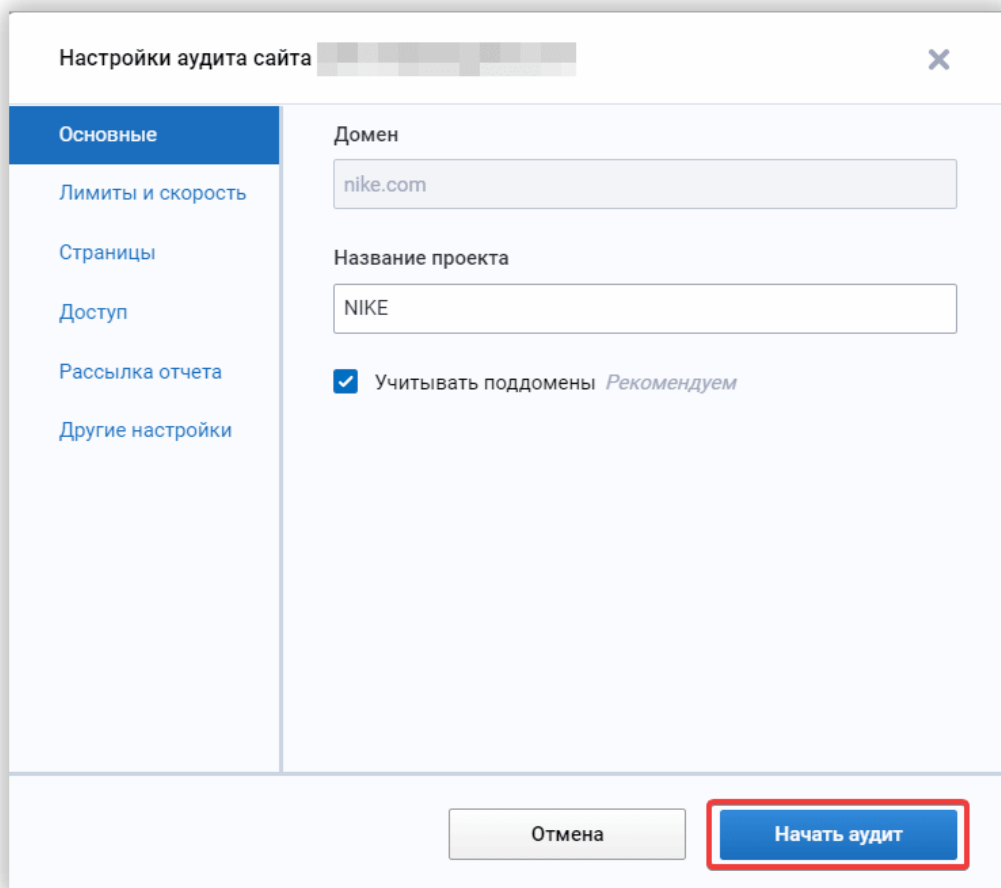
Запросов в контексте	Всего объявлений
473	458

Below these are two detailed tables for keyword analysis:

Ключевая фраза	Позиция	Частотность	Стоимость \$
фэшвф	1	3 350 000	0.14
adidas s	1	3 350 000	0.14
addidas	1	3 350 000	0.14

Поисковая фраза	Частотность	Стоимость \$
boost ultra adidas	301 000	1.51
ultra adidas boost	301 000	1.51
y3	74 000	0.45

Далее нужно создать проект и запустить анализ — вносим данные об адресе домена и названии проекта:



После завершения анализа появится отчет с оценкой сайта и детальным списком ошибок:

Также в отчете даются рекомендации по дальнейшим действиям:

Дублирующиеся H1		444	101	235
Описание проблемы	Как исправить?	История проверки		
Содержимое тегов h1 должно быть уникальным и не дублироваться на разных страницах сайта. Если найденные страницы с одинаковыми заголовками полностью одинаковые, то необходимо оставить только одну версию страницы, а другие закрыть от индексации.	Рекомендуем составить уникальные мета-теги для каждой страницы. Читать подробнее			
#				
1	▶ GET HELP			36
2	▶ Nike React Infinity Run			25
3	▶ Nike Free			23
4	▶ Nike ZoomX Vaporfly NEXT%			23
5	▶ Nike Air			22
6	▶ Kids			22
7	▶ Nike Air Max			22

Хотите узнать, как с помощью Serpstat найти и устранить серьезные технические ошибки?

Заказывайте бесплатную персональную демонстрацию сервиса, и наши специалисты вам все расскажут! ;)

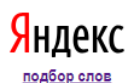
Анализ конкурентов и создание семантического ядра

Важным этапом, позволяющим оценить текущую ситуацию на рынке и найти свободную нишу для продвижения, является анализ конкурентов и составление семантического ядра. Анализ конкурентных сайтов проводится сходно с аудитом собственного, чтобы получить максимальную информацию о достоинствах, уязвимых местах и методах продвижения конкурентов.

При этом важно анализировать структуру ресурсов конкурентов, чтобы понять, на что они делают упор при SEO-продвижении сайта. На основе анализа формируется структура для собственного проекта — разделы и подразделы сайта.

После анализа выдачи поисковиков может оказаться, что по нужным запросам высокая конкуренция и топовые позиции заняты крупными порталами, которые будет сложно обойти. В таких ситуациях целесообразно продвигать сайт по запросам со средней и низкой конкурентностью. Конкурентность запросов коррелируется с частотностью, которая определяется в сервисе [Яндекс.Wordstat](#).

Здесь доступна информация о количестве запросов по интересующей тематике со статистикой по регионам и информацией о сходных запросах:



Смартфоны

По словам По регионам История запросов Все регионы

Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты Последнее обновление: 11.11.2018

Что искали со словом «смартфоны» — 4 848 968 показов в месяц		Запросы, похожие на «смартфоны»	
Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
смартфоны	4 848 968	мобильный телефон	1 198 004
купить смартфон	638 969	сотовый телефон	700 417
смартфоны 2018	411 552	купить телефон	1 936 187
лучшие смартфоны	326 610	samsung galaxy	1 904 373
смартфоны цены	297 973	интернет магазин телефон	196 951
смартфон xiaomi	280 081	самсунг галакси	1 460 911
смартфоны самсунг	197 582	sony xperia	536 415
какой смартфон	138 032	хороший телефон	630 624
смартфон samsung	136 699	купить мобильный телефон	84 254
смартфон redmi	135 302	телефон самсунг	830 543
смартфон 5	131 922	телефон модель	246 503
лучшие смартфоны 2018	131 711	телефон каталог	329 144
смартфон лета	130 068	каталог телефон цена	189 036
смартфон xiaomi redmi	129 953	карта сима	978

С помощью полученных данных составляется семантическое ядро с делением запросов на группы в зависимости от их частотности. При этом конкретные цифры будут отличаться в зависимости от тематики. Для популярных, пользующихся наибольшим спросом запросов, деление будет таким:

- низкочастотные — до тысячи в месяц;

- среднечастотные — от тысячи до трех тысяч;
- высокочастотные — свыше трех тысяч.

Если тематика более специфична, имеет региональную направленность и узкую целевую аудиторию, то показатели будут такими:

- низкочастотные — от одного запроса в месяц;
- среднечастотные — от 100 до 800 запросов;
- высокочастотные — свыше 800

После составления семантического ядра переходим к выбору стратегии продвижения.

Выбор стратегии

Прохождение изложенных выше этапов позволяет выбрать одну из возможных стратегий:

Продвижение по высокочастотным запросам

Такая стратегия актуальна только для крупных раскрученных сайтов, на которые часто ссылаются пользователи, поэтому им не так важно заниматься внешним продвижением. В таком случае достаточно сконцентрироваться на внутренней оптимизации и анализе сайтов других лидеров рынка.

Продвижение по среднечастотным запросам

Подойдет для относительно крупных ресурсов, которые созданы достаточно давно, но при этом не занимают лидирующие позиции. При этом важно уделять основное внимание внутренней оптимизации, добавлению качественного контента, получению ссылок с серьезных тематических ресурсов.

Интернет-магазины в таком случае продвигаются по названиям категорий и мониторят конкурентов, чтобы обеспечить более выгодную ценовую политику и условия приобретения товара на собственном сайте.

Продвижение по низкочастотным запросам

Подойдет для новых сайтов либо тех, у кого нет достаточно большого бюджета на

продвижение. Нацелено на привлечение целевой аудитории, использующей специфичные запросы и точно знающей, что ищет.

На сайтах коммерческой тематики такие пользователи готовы совершить покупку при наличии более выгодных условий, чем у конкурентов. Здесь потребуются максимально возможное количество оптимизированных посадочных страниц.

Смешанная стратегия

Ориентирована на широкий охват пользователей и их привлечение из различных аудиторий. Является оптимальным вариантом для продвижения, в котором сочетаются преимущества трех предыдущих стратегий.

Внутренняя оптимизация

Внутренняя оптимизация играет главную роль в успешном продвижении сайта, поэтому ей необходимо уделить пристальное внимание. В первую очередь должны быть исправлены все проблемы, выявленные на этапе аудита сайта. Затем идет работа с семантическим ядром — распределение запросов по посадочным страницам и составление технического задания копирайтеру для написания текстов с их использованием.

Техническое задание должно содержать информацию о необходимом объеме текста, требованиях к его уникальности, структуре, вхождению ключевых слов. Еще одним важным моментом является внутренняя перелинковка сайта, грамотно перераспределяющая ссылочный вес.

После того как сайт приведен в безупречное состояние, уделим внимание внешней оптимизации.

Внешняя оптимизация

Внешняя оптимизация остается важным этапом продвижения сайтов, однако использовать ее стоит с осторожностью, чтобы избежать фильтров поисковых систем при резком приросте неестественных ссылок.

Стоит уделять внимание подбору качественных тематических доноров, установить бюджет для продвижения, а также выбрать конкретные методы — вечные и арендные ссылки, крауд-маркетинг, ссылки из социальных сетей. Важно следить за эффективностью внешней оптимизации и вносить по мере необходимости нужные изменения в тактику ее проведения.

Хотите узнать как добавить сайт в Google Search Console?

Заключение

Создание стратегии продвижения сайта — достаточно объемная задача, к которой требуется ответственно отнестись для эффективной раскрутки сайта. При этом основное внимание стоит уделить:

Правильной постановке целей — их определению, измерению текущих и установке сроков достижения желаемых показателей.

Проведению аудита сайта, с помощью которого должен быть выявлен перечень всех технических, визуальных и прочих проблем.

Аналізу конкурентов — поиску того, что должно быть использовано на собственном сайте, элементов интерфейса, информации о категориях, подкатегориях и ключевых словах для добавления. Получение информации о ссылочной массе сайта-конкурента и перечне сайтов-доноров.

Выбору индивидуальной SEO-стратегии исходя из тематики сайта, бюджета на продвижение и желаемых сроков достижения поставленных целей.

Внутренней оптимизации на основе выявленных проблем и созданного семантического ядра.

Внешнему продвижению с помощью закупки вечных и арендных ссылок, анализу его эффективности для раскрутки сайта.

Если вы планируете конкурировать с крупными конкурентами, которые много лет занимают лидирующие запросы по высокочастотным позициям, — рациональнее заказать продвижение сайта в веб-студии, агентстве или на рынке фриланса. Стоимость продвижения будет индивидуальной в каждом случае.

Если же ваш бизнес относится к низкоконтентной тематике, или же вы не планируете всерьез расширять базу клиентов за счет интернета, можно заняться SEO-продвижением самостоятельно, постоянно изучая основы интернет-маркетинга.

<https://serpstat.com/>

