



КОНВЕРСИЯ ПОИСКОВОГО ТРАФИКА

Павел МАУРУС, Президент Корпорации РБС



ЦЕЛЕВОЙ ТРАФИК – ЦЕЛЬ ПОИСКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

Стратегическая задача мероприятий по повышению эффективности продвижения — увеличить конверсию покупателей в посетителей **без дополнительных затрат**.

Для этого целесообразно привлекать целевой трафик, то есть, трафик который соответствует целям продвигаемого бизнеса. В поисковом продвижении это достигается привлечением трафика по запросам, которые соответствуют бизнесу клиента.



ВЫБОР ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ

Посетители из поисковых систем — качественный трафик, поскольку это реальные люди, ищущие необходимую им информацию.

Очень важен выбор запросов. Необходимо соответствие запросов целям бизнеса.

Размеры «накрутки» поисковой статистики могут составлять до 100.000 тысяч обращений в месяц.



НАКРУЧЕННЫЕ ЗАПРОСЫ

#	<u>Запросы SeoRate</u> <u>в рубрике «Поисковая</u> <u>оптимизация»</u>	<u>Обращений</u> <u>в месяц</u>	<u>% в группе</u>
14	оптимизация web сайтов	15,429	1,28%
23	продвижение web сайта	11,811	0,98%
30	продвижение web сайтов	10,685	0,89%
47	оптимизация web сайта	7,663	0,64%
		45,588	3,79%



ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- 1. Увеличение количества** трафика — выбор частотных запросов, хорошие позиции в разных поисковых системах, привлекательные «продающие» сниппеты.
- 2. Улучшение качества** трафика — правильный выбор целевых запросов.
- 3. Повышение конверсии** сайта — переход пользователей на целевую страницу, хорошая читаемость блока контента (текст + графика), соответствующего интересу посетителя, скорость загрузки страниц, юзабилити сайта.

Конверсионность трафика определяет результативность продвижения — регистрации, заказы, звонки, продажи и т.п.



ЭТАПЫ ТРАФИКОВОГО ПРОДВИЖЕНИЯ В КОРПОРАЦИИ РБС

Этап 1. Анализ бизнеса клиента.

Этап 2. Оценка эффективности привлечения трафика.

Этап 3. Прогноз количества и цены переходов.

Этап 4. Заключение договора продвижения.

Этап 5. Технический и SEO-аудиты сайта и подготовка к продвижению.

Этап 6. Поисковое продвижение и наращивание контента сайта.

Этап 7. Анализ результатов.



СРАВНЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ПО СЛОВАМ И ПО ТРАФИКУ

Используя поисковую статистику, можно прогнозировать размер и структуру привлекаемой из поиска аудитории.

Рекламодатель может измерять количество заказов, сравнивать прибыль по ним со стоимостью привлечения трафика и таким образом оценивать **качество трафика**.

Также есть возможность **влиять на стоимость** привлечения посетителя, как в контекстной рекламе.

Более **стабильный результат**, устойчивость к сменам алгоритмов



НЕЗАМЕНИМОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ ПО ТРАФИКУ

Продвижение по нескольким запросам не охватывает всех тем сайтов. Продвижение по трафику позволяет охватить все требуемые запросы и оценивать результаты по количеству привлеченной аудитории.

Например, MobiGuru.ru 7.177 товаров и по каждому 45 транзакционных запроса = 322.965 ключевых слов:

1. Купить BRAND MODEL.
2. BRAND MODEL цена.
3. BRAND MODEL цены.
4. Сколько стоит BRAND MODEL.
5. Цены на BRAND MODEL.
6. Где купить BRAND MODEL.
7. Стоимость BRAND MODEL.
8. Купить BRAND MODEL в Москве
9. Продажа BRAND MODEL.
- и т.д.



СРАВНЕНИЕ С КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМОЙ

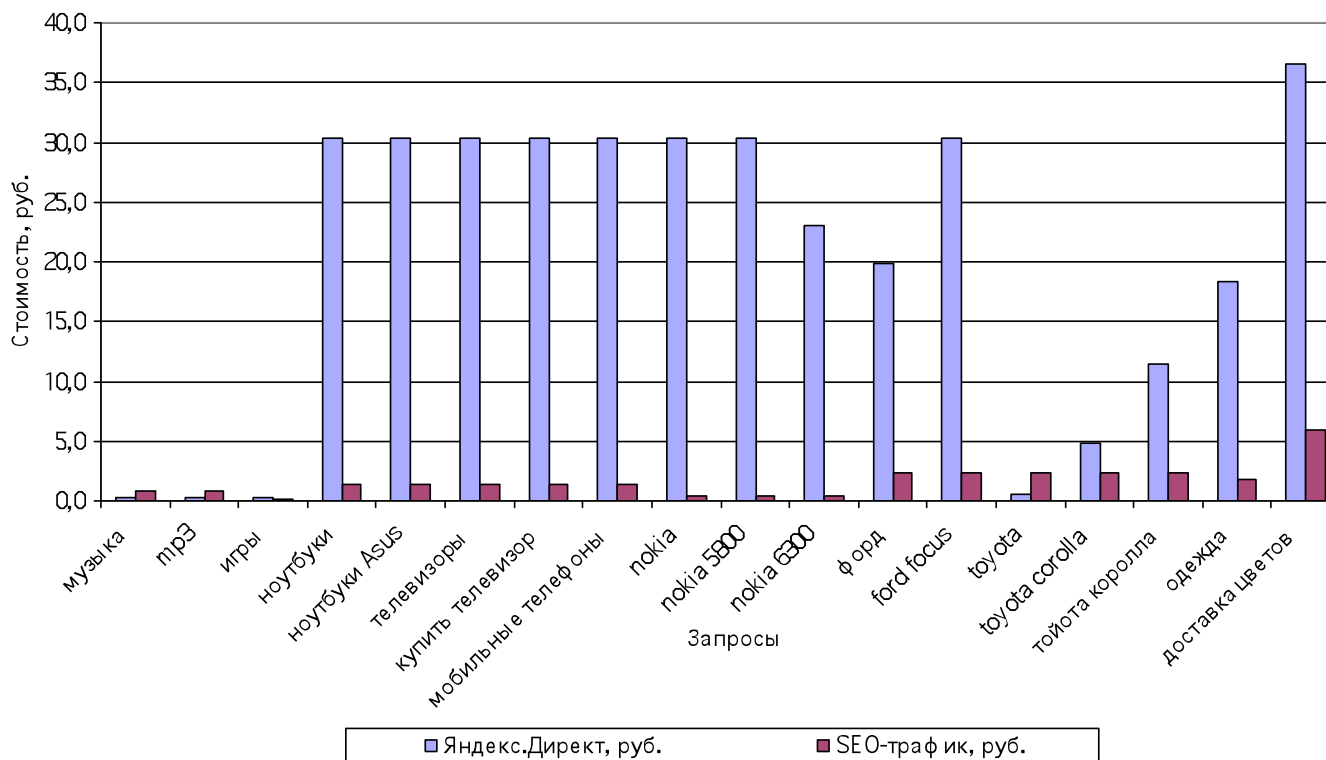
Стоимость перехода за счет поисковой оптимизации **в десятки раз** ниже стоимости привлечения посетителя через поисковую рекламу.

К примеру, для бытовой техники стоимость по модельным запросам составляет около 1-5 рублей, а для информационных запросов (для СМИ) — от 25 копеек.

Технически очень сложно создать сотни тысяч объявлений и поддерживать по ним ставки.



СРАВНЕНИЕ СТОИМОСТИ ПЕРЕХОДОВ ПО ТРАФИКУ И СТАВОК ЯНДЕКС.ДИРЕКТ*

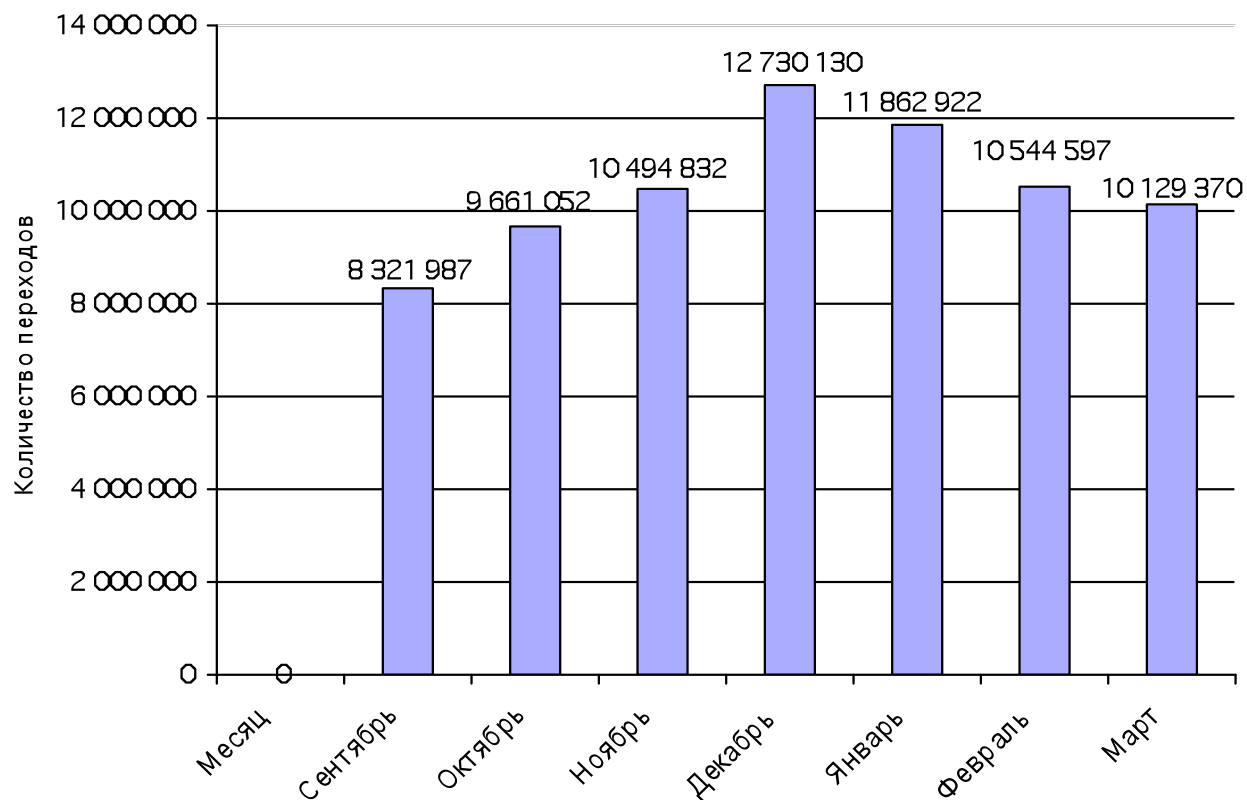


*Сравнение со ставками входа в гарантированные показы.



ПЕРЕХОДЫ ИЗ ПОИСКА ПО ТРАФИКОВЫМ ДОГОВОРАМ КОРПОРАЦИИ РБС

Динамика изменения количества переходов. Сентябрь 2008 — Март 2009.





ВЫВОДЫ

1. Привлечение поискового трафика — одна из немногих технологий продвижения, которая позволяет довольно точно измерять эффективность вложений в те или иные поисковые запросы.
2. Технология, используемая при продвижении по трафику, позволяет делать более правильный выбор поисковых запросов, избегая погрешности от «накрутки» поисковыми роботами, анализирующими выдачу поисковиков.
3. Стоимость перехода при продвижении по трафику ниже перехода по контекстному объявлению в десятки раз — и это существенно.
4. Высокая эффективность технологий привлечения поискового трафика подтверждена практической работой специалистов Корпорации РБС (подход «Количество x Качество x Конверсия»).



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Уважаемые коллеги!

Если затронутая в докладе тематика вызвала у вас интерес, то рад продолжить общение на эту тему.

Павел МАУРУС, Президент Корпорации РБС

Увеличение продаж наших клиентов — это основная цель нашей работы! Корпорация РБС — мы знаем свое дело!

Корпорация РБС
115191, Россия, Москва, ул. Б. Тульская, д. 13, «Ереван Плаза», 4 этаж
Телефон: (495) 772—97—91, ICQ-консультант: 377—169—437

www.webprofy.ru — профессиональная студия веб-дизайна.

www.bdbd.ru — легенда российской поисковой оптимизации.

www.mediaguru.ru — сертифицированное агентство Яндекса.

www.webvisor.ru — система анализа эффективности сайтов и рекламы.