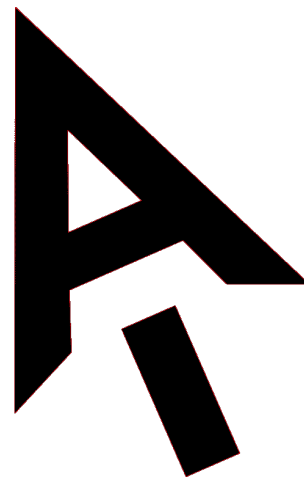


Кейс МТС банк

Кратно увеличили видимость и трафик с помощью информационного блога

[Кейс на сайте «Ашманов и партнеры»](#)





Клиент

«**МТС Банк**» — универсальный коммерческий банк с 30-летней историей, оказывает широкий спектр услуг частным лицам и компаниям. Входит в число 40 крупнейших банков России по величине активов. В своей стратегии МТС Банк делает ставку на быстрый рост розничного бизнеса и услуг для малого и среднего предпринимательства, а также на сочетание удобства и функциональности цифровых каналов с физической доступностью своих офисов по всей России. Банк предлагает клиентам большой пул финансовых продуктов: кредитование, вклады и счета, ипотека, Private banking, инвестиции и другие услуги.

Основные ценности компании — удобство, простота и понимание потребностей своих клиентов. Все продукты банка сочетают функциональность с доступностью пользователям как онлайн, так и в физических отделениях банка.

В 2021 году агентство «Ашманов и партнеры» выиграло тендер на продвижение сайта банка. Уже 3 года компания «МТС Банк» является нашим клиентом и доверяет нам ведение своих проектов.



Проблема

После победы на тендере мы провели поисковый аудит сайта банка и выявили технические ошибки, недостатки текстовой оптимизации и коммерческих страниц.

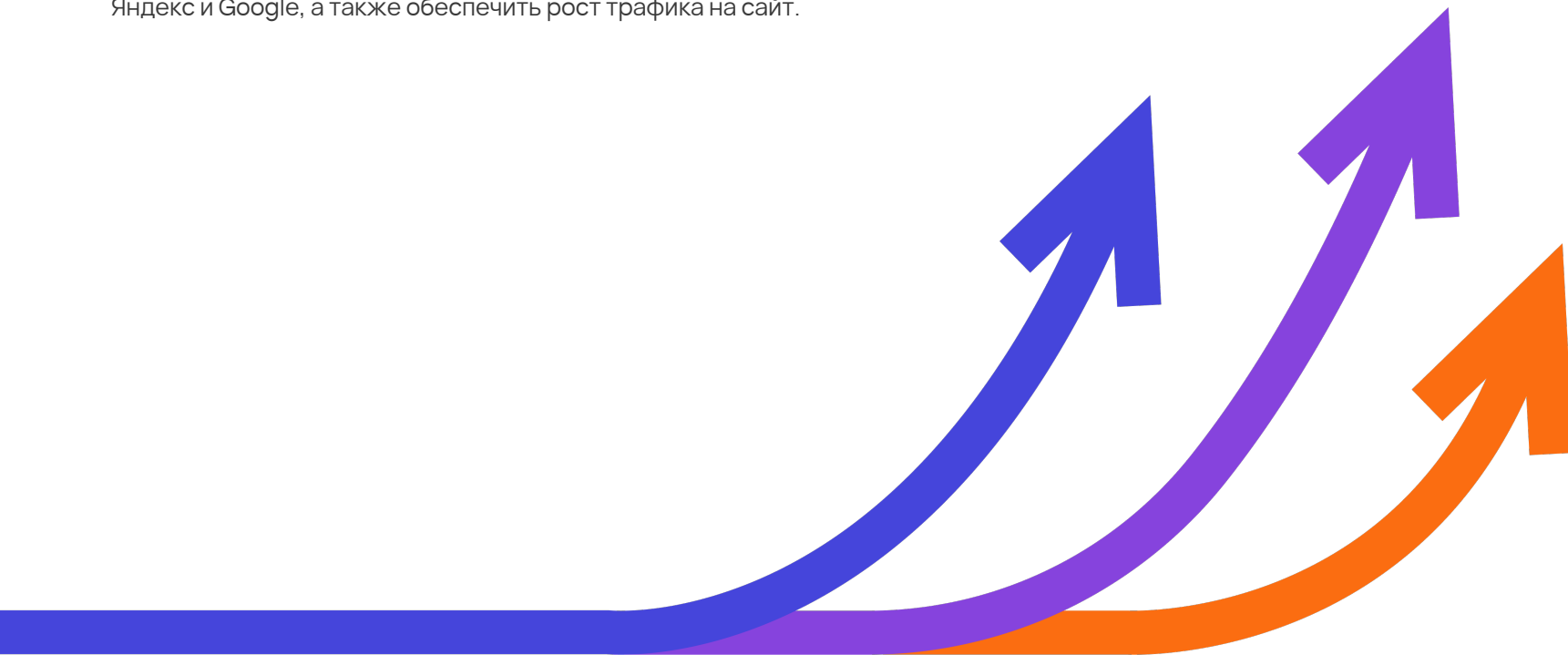
Совокупность этих факторов не давала сайту раскрыть свой потенциал в полном объеме. Клиент прикладывал усилия для продвижения, но не мог пробить потолок икратно увеличить количество заявок и привлекаемого трафика.





Цель проекта

Основная задача проекта – найти точки роста сайта и помочь заказчику улучшить позиции в поисковых системах Яндекс и Google, а также обеспечить рост трафика на сайт.

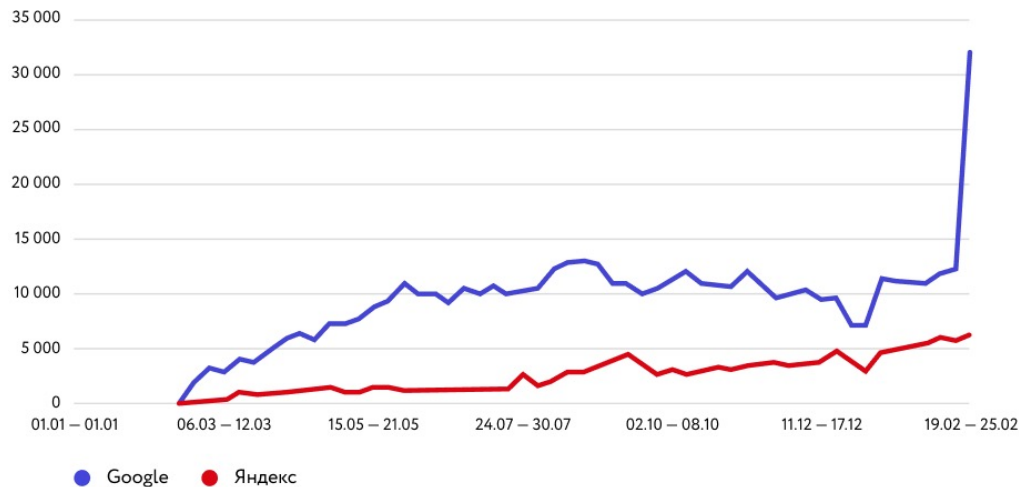




Результат

Увеличили количество поискового информационного трафика на раздел блога в 41 раз суммарно по обеим ПС. Взрывной рост связан с тем, что статья по оплатам **Steam** попала в ТОП и дала огромный рост трафика. Это произошло после того, как у QIWI Кошелек отозвали лицензию и часть пользователей начала искать другие сервисы с возможностью пополнения **Steam**.

С января 2023 года по февраль 2024 года нам удалось увеличить количество визитов на раздел блога из Google в 33 раза, из Яндекс — в 8 раз.





Результат

Увеличили видимость сайта по информационным запросам на 44% суммарно по обеим ПС

В начале проекта видимость сайта по информационным запросам в ПС Google и Яндекс была практически на нулевой отметке.

К январю 2024 года видимость в Google достигла 32%, в Яндекс – 12%.

Динамика видимости – Яндекс



Динамика видимости – Google



● mtsbank.ru

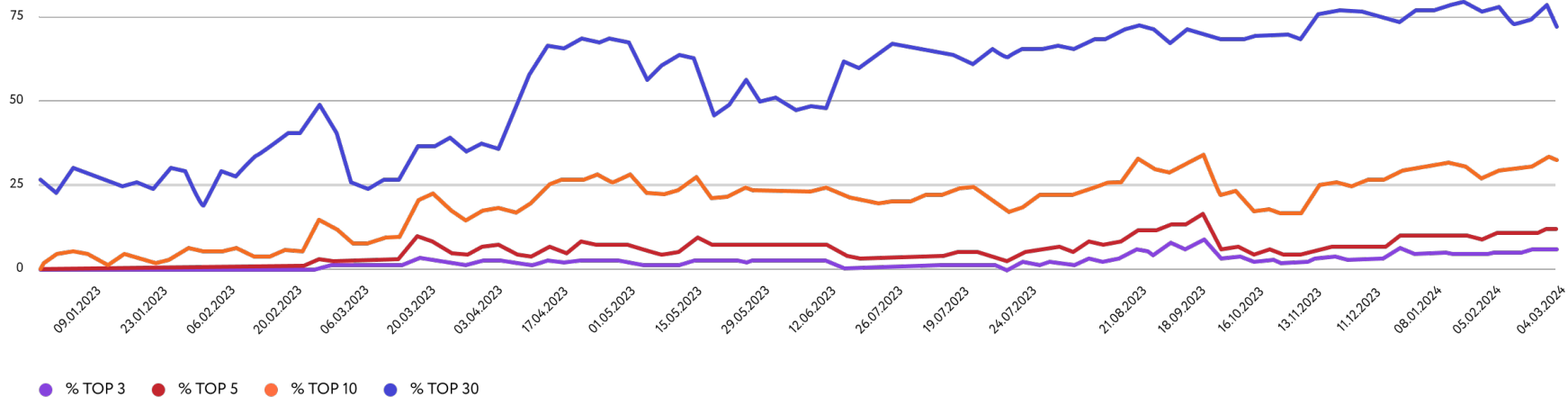


Результат

Повысили позиции сайта в Топ по информационным запросам на 100% (суммарно по Топ-3, 5, 10 и 30)

Мы также улучшили позиции сайта в Топ по информационным запросам. С января 2023 года по март 2024 года позиции

по Топ-30 повысились на 50%, по Топ-10 – на 35%, по Топ-5 – на 10%, по Топ-3 – на 5%.





Подготовка к проекту

В ходе аудита были выявлены технические ошибки, которые мешали росту видимости сайта в поисковых системах. Было необходимо проработать техническую часть, прежде чем приступить к следующим этапам стратегии продвижения.

Мы составили список рекомендаций, передали клиенту и курировали их внедрение:

- рекомендации по внутренней перелинковке, оптимизации заголовков, мета-тегов и контента страниц продуктов и услуг,
- добавление микроразметки, актуальной для банковской тематики,
- поиск и исправление редиректов и битых ссылок,
- рекомендации по улучшению юзабилити и навигации сайта.

Мы также расширили структуру сайта и создали новые посадочные страницы, чтобы охватить запросы по всем продуктам и услугам банка.

- создали продуктовые страницы под более мелкие кластеры запросов для покрытия необходимой семантики в рамках стратегии по росту видимости и трафика,
- после анализа эффективности этого решения мы внедрились на посадочные страницы внутреннюю перелинковку на продукты и услуги банка для ссылочной оптимизации.

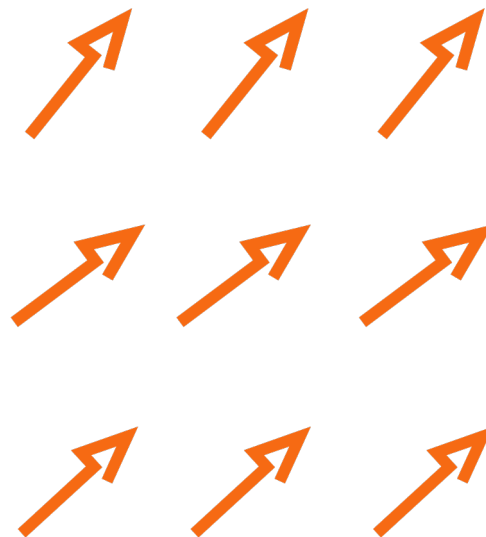


Как мы решали задачу клиента

Мы сформировали стратегию продвижения и провели масштабные работы для привлечения информационного трафика:

1. Провели анализ конкурентов.
2. Собрали семантическое ядро по информационным запросам.
3. Подготовили контент-план с распределением частотности запросов и прогнозом по привлекаемому трафику.
4. Подготовили материалы и совместно с клиентом запустили блог на сайте.

Расскажем подробнее, что мы делали.





Провели анализ конкурентов и собрали семантику

Продукты финансовой отрасли не всегда знакомы обычному потребителю. Поэтому многие пользователи начинают знакомство с финансовым рынком с изучения информации о банках, продуктах и услугах, а также опыта других пользователей по отзывам в сети. И только потом переходят к покупкам, заявкам и звонкам.

Это означает, что большой объем спроса находится в информационном поле — и нашей целью было охватить этот спрос.

Что мы сделали?

- Изучили, какими темами интересуются пользователи и какие информационные потребности существуют у пользователей.
- Проанализировали информационное содержание сайтов конкурентов — какие статьи наиболее востребованы, какой процент контента занимает раздел блога, как часто публикуются материалы.
- Собрали семантическое ядро по релевантным информационным запросам.
- Собрали и передали свои рекомендации клиенту.



Подготовили контент-план

К созданию отдельного раздела блога мы перешли не сразу, совместно с клиентом приняли решение сначала разработать информационный раздел — с последующим запуском блога.

Работу начали с ипотечного раздела, поскольку спрос в этом сегменте наиболее высокий, а у клиента были свободные ресурсы для реализации доработок и запуска первых статей.

Что мы сделали?

- Подготовили контент-план и материалы по наиболее частотным запросам.
- Передали рекомендации клиенту
- Совместно с клиентом начали размещение статей внутри раздела «Ипотека» в виде информационной справки для клиентов по наиболее востребованным запросам.
- Параллельно с размещением статей мы готовились к запуску отдельного раздела блога.



Запустили блог на сайте

Мы проанализировали первые результаты и увидели рост трафика на информационные страницы и рост видимости в поисковых системах по собраным запросам. Пришло время для запуска отдельного блога, который сочетал бы в себе интересы бизнеса клиента, следование потребностям пользователей и текстовую SEO-оптимизацию для поисковиков.

Что мы сделали?

- Команда клиента создала и запустила отдельный раздел блога, перенесла в него ранее написанные статьи, а также разработала основные разделы и функционал блога с учетом SEO-требований наших специалистов.

Материалы писали и продолжают писать в рамках проекта копирайтеры «Ашманов и партнеры» — готовые тексты проверяют специалисты разных департаментов со стороны клиента.

- Клиент разработал и запустил по рекомендациям наших специалистов CMS и отдельные модули для редактирования статей, стилей и оформления.
- Продолжаем анализировать спрос, составлять контент-план на основе наиболее высокочастотных тем, собирать семантику и готовить статьи с учетом комментариев и пожеланий клиента.



Отзыв клиента

ПАО «МТС-Банк» выражает благодарность компании «Ашманов и Партнеры» за работу по регулярному продвижению сайта mtsbank.ru.

На первом этапе проекта «Ашманов и Партнеры» провели большую работу по анализу сайта. В результате аудита мы получили рекомендации для проработки сайта и улучшения его ранжирования в поисковых системах.

Сейчас мы продолжаем процесс поисковой оптимизации сайта, внедряем рекомендации по расширению структуры

и улучшению коммерческих факторов, вносим корректировки на страницы, обновляем тексты и рассчитываем добиться высоких результатов.

Хотим выразить благодарность специалистам компании «Ашманов и партнеры» за их профессионализм, экспертизу компании и вовлеченность в проект. Рекомендуем «Ашманов и Партнеры» как надежного и проверенного партнера в сфере интернет-маркетинга.



Павел Денисов

Руководитель направления поисковой оптимизации
Департамент маркетинга и развития цифровых технологий
ПАО МТС Банк



[Читать отзыв](#)



**Спасибо
за внимание!**

