



Ашманов
и партнеры



Кейс МТС банк



Кратно увеличили позиции,
видимость и трафик в раздел «Вклады»

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



Клиент

«**МТС Банк**» — цифровой коммерческий банк, входит в число 25 крупнейших российских банков, обслуживает более 3 миллионов активных клиентов. МТС Банк ориентирован на быстрый рост розничного бизнеса, услуг для малого и среднего предпринимательства. В приоритете — сочетание удобства и функциональности цифровых каналов с физической доступностью офисов по всей России.

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.

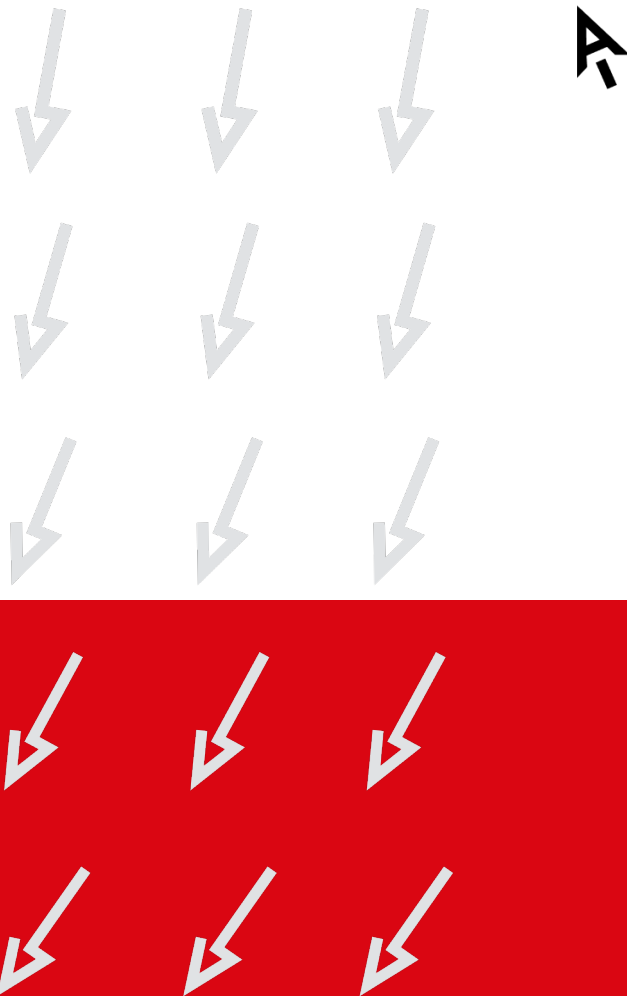
В 2021 году агентство «Ашманов и партнеры» выиграло тендер на продвижение сайта банка. Уже 4 года компания «МТС Банк» является нашим клиентом и доверяет нам ведение своих проектов.



Проблема

Клиент поставил задачу улучшить SEO-показатели для направления «Вклады». Для достижения цели была организована работа в формате «агентство — инхаус SEO».

Главный принцип нашей работы, который обеспечивает успешную коммуникацию в таком формате, — мы слушаем бизнес. Для всех рекомендаций мы оцениваем, что они дадут для бизнес-метрик. Наш опыт и экспертиза поискового маркетинга позволяют находить оптимальные решения для бизнес-целей.





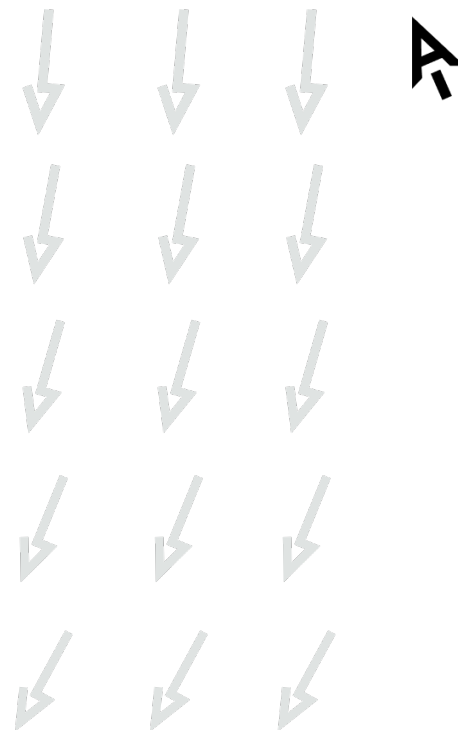
Цель проекта

Основная задача проекта — улучшить видимость, позиции, трафик в раздел «Вклады»



Стратегическое развитие

«Ашманов и партнеры» — больше, чем интернет-агентство. Наша команда стояла у истоков образования компаний «Крибрум», «Лаборатория Наносемантика», «Нейросети Ашманова», что позволило создать технологическую экосистему группы компаний, использующих большие данные и искусственный интеллект. Благодаря важным стратегическим партнерствам мы объединяем усилия, комплексно смотрим на развитие бизнеса и применяем технологии, позволяющие достигать выдающихся результатов.



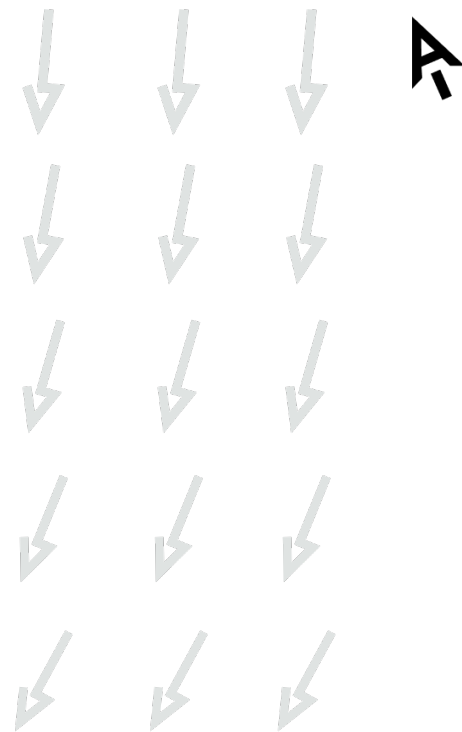
Формат работы

Стратегия поискового продвижения была сформирована на этапе тендера.

Контактное лицо для агентства на стороне клиента в данном кейсе — Head of SEO. Он ставит задачи. Мы также вносим предложения: например, провести поиск точек роста, анализ конкурентов, исправить ошибки, выявленные в ходе мониторинга, провести эксперименты для подтверждения гипотез.

Как правило, план составляется на месяц и утверждается клиентом. Далее мы декомпозируем большие задачи на более мелкие, чтобы выполнять их поэтапно. Параллельно расширяем план новыми задачами в рамках еженедельных спринтов. На еженедельных созвонах с клиентом обсуждаем:

- какие задачи сделали за прошлую неделю;
- какие рекомендации выдали;
- какие задачи надо поставить на ближайшую неделю;
- какие результаты по ним нужно предоставить;
- на что обратить внимание при выполнении.



Задача 1.

Участие в эксперименте Яндекса

Поисковая система Яндекс проводила **эксперимент** с блоком для сервисов, которые предоставляют услуги вкладов. К бесплатному участию приглашались банки и агрегаторы соответствующих услуг.

По согласованию с клиентом мы подали заявку на участие и получили подтверждение. Клиент подготовил фиды по требованиям Яндекса, мы передали их через Вебмастер.

Фид был опубликован в марте 2024 года, МТС Банк вошел в блок сравнения вкладов от банков. В настоящее время этот блок является постоянным элементом выдачи по релевантным запросам и источником трафика для сайта банка.



Задача 2.

Внедрение изменений в микроразметку

Задача привлечения трафика и лидов в направление банковских вкладов была разбита на несколько подзадач.

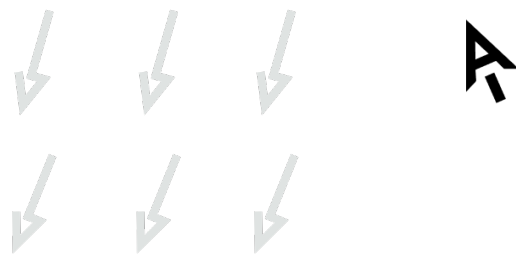
Подзадача 1: улучшить CTR на выдаче

Для страниц банковских вкладов мы предложили добавить следующие элементы в разметку структурированных данных:

- эмодзи в метатег «description»;
- рейтинг и количество отзывов в сниппет.

Подготовили рекомендации по изменению HTML-кода, в Google Search Console проверили отсутствие ошибок. Код был внедрен в сниппеты страниц.

SEO-аутсорсинг



Работаем в удобном для клиента формате

Мы можем вести проект полностью или с почасовой оплатой, если это удобно клиентам. Гарантируем подбор необходимых специалистов для проекта, точное соблюдение сроков и качество выполняемых работ.

[Подробнее об услуге](#)

Помогаем:

- Разгрузить штатных специалистов от выполнения рутинной работы.
- Получить дополнительные рабочие руки без найма сотрудников и лишних затрат.
- Подобрать разноплановых специалистов под проект в рамках оплаченных часов.
- Контролировать все этапы работ на стороне команды агентства.
- Привлечь специалистов с опытом продвижения в различных отраслях и высоким уровнем экспертизы.

Подзадача 2:

улучшить видимость страниц вкладов

В ходе мониторинга мы обнаружили, что по направлению вкладов видимость **МТС Банка** снижается, а конкурентов растет. Предложили клиенту проанализировать, какие элементы на конкурирующих сайтах и страницах положительно отражаются на видимости. В ходе анализа мы нашли ряд интересных решений, которые делали страницы конкурентов понятными и удобными для посетителей. На их основе дали рекомендации: что внедрить в структуру страниц вкладов и блоки перелинковки.

Примеры рекомендаций:

- выделить блок с процентными ставками;
- разместить калькулятор для расчета дохода;
- расширить структуру сайта по вкладам, чтобы создать дополнительные страницы под поисковый спрос.

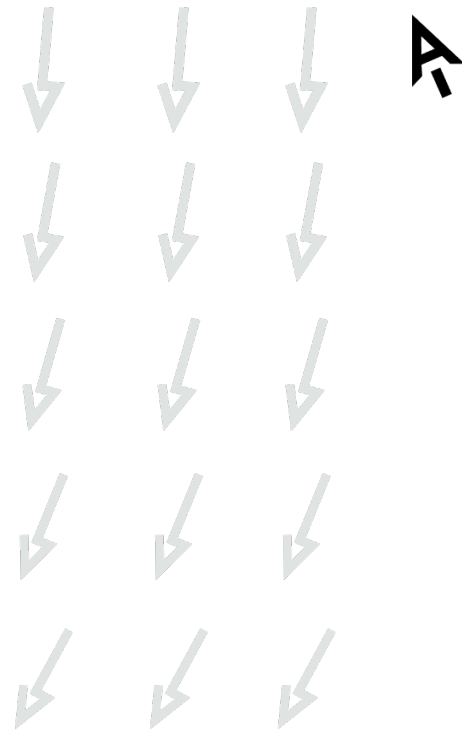
Расширение линейки продуктов — сложный процесс. Поэтому для расширения ассортимента мы предложили изменения в блок перелинковки на странице. Следовало включить дополнительные вхождения «вклад» в тексты внутренних ссылок. Всего было выдано около 10 рекомендаций, который были частично внедрены.

Подзадача 3: новые продукты по вкладам

Клиент сообщил, что появились новые продукты, которым необходима видимость в поисковых системах. Речь шла о бандл-продукте «вклад плюс накопительное страхование жизни» и вкладе «Лестничный». Мы уточнили нюансы новых продуктов у клиента.

Затем провели следующие работы:

- собрали семантическое ядро с учетом географии аудитории;
- проанализировали поисковый спрос с учетом регионального спроса;
- подготовили постраничные рекомендации, ТЗ на тексты;
- написали контент.

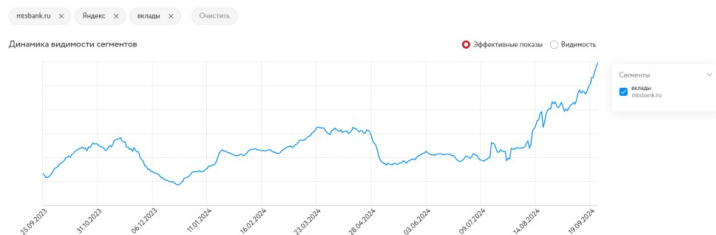


Подзадача 3: новые продукты по вкладам

После закрытия всех трех подзадач увеличилась эффективность показов в обеих поисковых системах. Основными драйверами роста стали расширение семантического ядра по новым продуктам, внедрение новых блоков на страницах и новых страниц в структуру сайта.

Также увеличился тематический трафик из обоих поисковиков.

Эффективные показы, Яндекс



Эффективные показы, Google



Задача 3: добавление страницы под запросы «калькулятор»

Мы установили, что запросы с вхождением «калькулятор» имеют хороший поисковый спрос. Предложили клиенту добавить новую страницу под такие запросы. После одобрения провели конкурентный анализ и подготовили рекомендации.

Среди них:

- создать отдельную страницу под запросы с вхождением «калькулятор» с заданным URL;
- разместить на странице «хлебные крошки», баннер, заголовок <h1>, краткую информацию для открытия, кнопку подачи заявки, калькулятор вкладов.

Была создана новая страница, добавлены блоки контента по рекомендациям.

Результаты

Количество согласованных запросов в топ-10

1. Этот показатель за год вырос более чем в 2 раза для Google и на 50% для Яндекса.
2. Не все запросы сразу попадали в топ-10, поэтому рост шел неравномерно. В Google сайт является одним из лидеров и входит в топ-10 выдачи среди прямых конкурентов (банков).

Видимость

1. Регулярный мониторинг показывает, что даже неполные внедрения дали рост видимости сайта по направлению «Вклады» в обеих поисковых системах.
2. На динамику видимости в июле-августе влияли изменения алгоритмов выдачи со стороны Яндекса, а также добавление новых запросов в ядро по мере создания страниц. Видимость по сегментам показывает устойчивый рост.

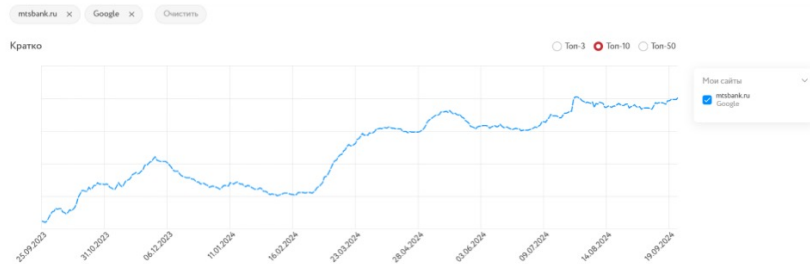


Результаты

Позиции в топах поисковой выдачи

Наблюдаем постепенный рост
в топ-3 и топ-10 Google и Яндекс.

Динамика в топ-10 Google



Рост в топ-3 Google



Динамика в топ-3 Яндекса

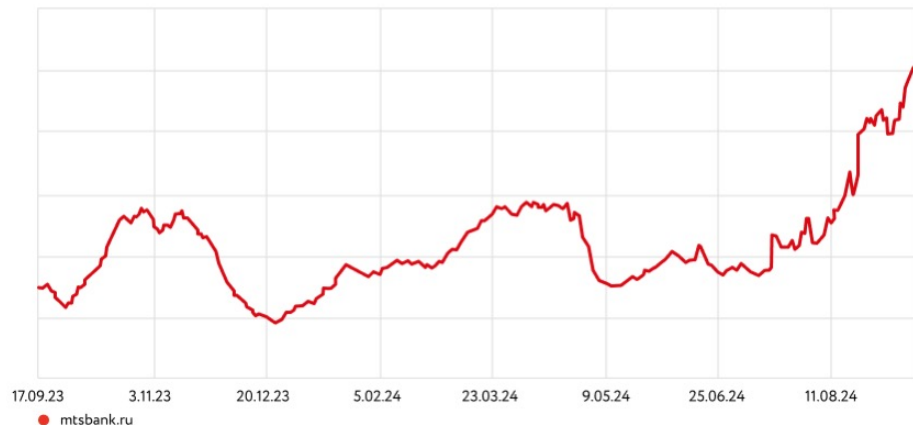


Результаты

Динамика эффективных показов

Эффективные показы выросли за счет проработки семантического ядра уже за три месяца.

Динамика эффективных показов — Все

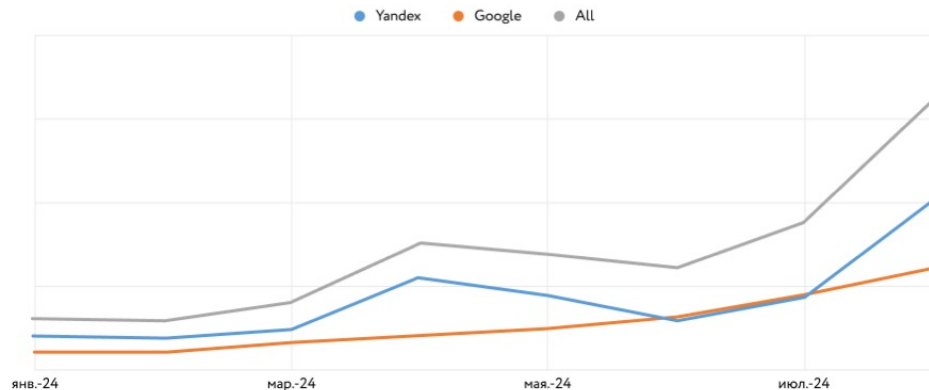


Результаты

Трафик

Тематический трафик по направлению «Вклады» вырос в Яндексе на 18%, а в Google на 8%. Наблюдался временный пик весной и затем сезонный спад в период отпусков, после чего поисковый трафик вновь начал расти.

Трафик, отчет Яндекс Метрики



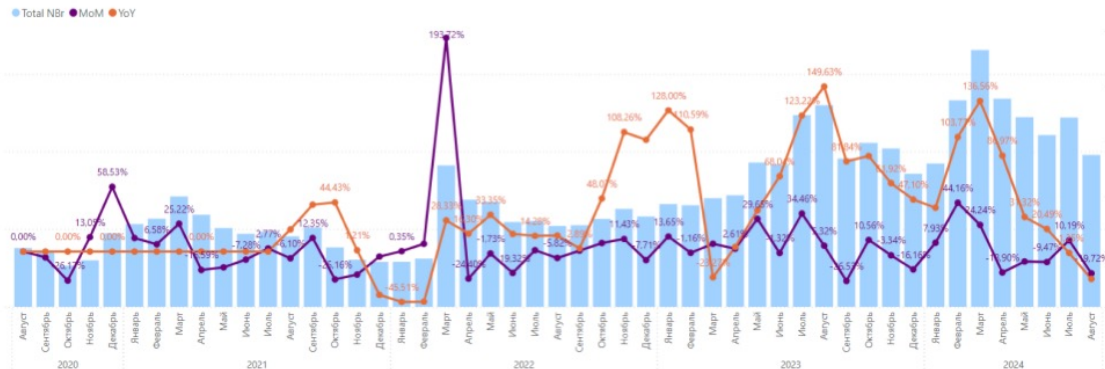
Наибольший прирост в Яндексе мы достигли за счет участия в экспериментальном блоке выдачи.

Результаты

Общий трафик по всем направлениям

С МТС Банком мы работаем не только по задачам направления «Вклады». В итоге существенно расширился тематический трафик по всем коммерческим направлениям и информационным запросам из обеих поисковых систем.

Тематический трафик общий

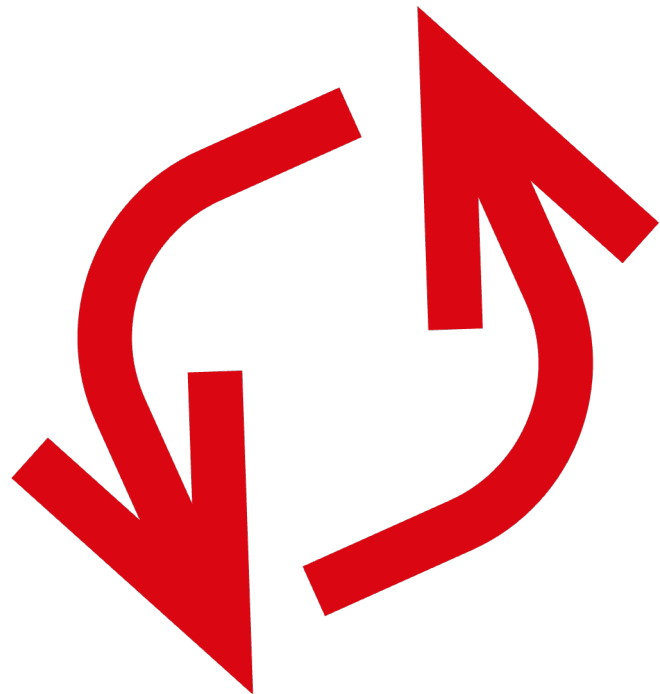




Итоги

В рамках новой стратегии развития МТС Банка запланированы увеличение коммерческого трафика, охват и проработка информационного трафика. Для этого мы отслеживаем тренды поискового продвижения, проводим эксперименты. Изменения, которые показывают хорошие результаты, будут масштабированы.

Подробнее о том, как мы строили работу с МТС Банком, читайте [в нашей статье](#).





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!**



Ашманов
и партнеры