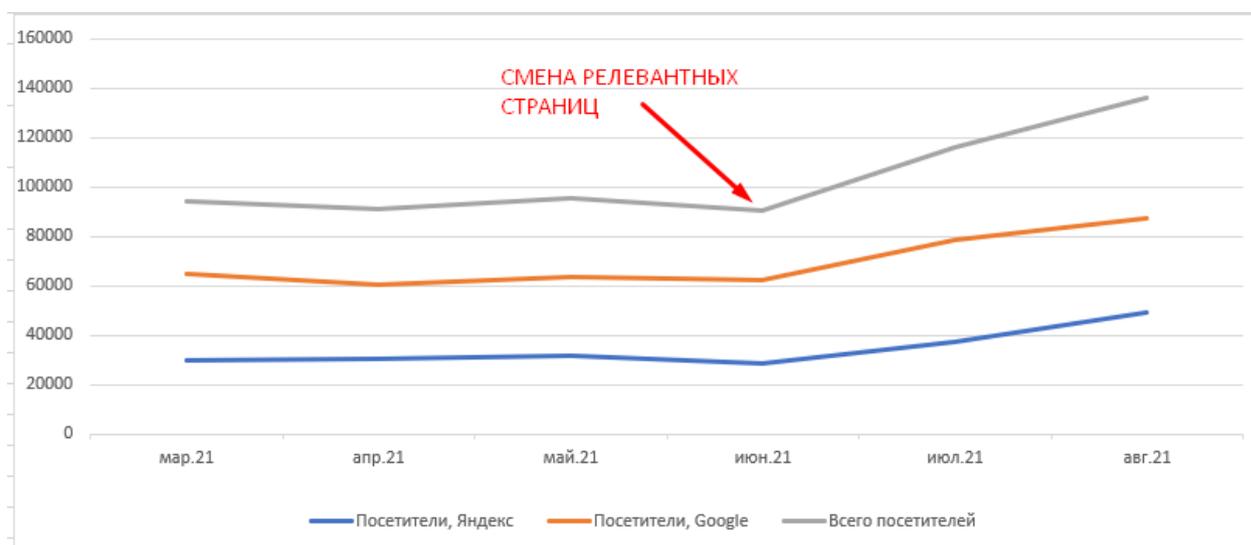


Оглавление

Продвижение крупнейшего дилера автомобилей с пробегом в Москве.....	1
Как мы увеличили посещаемость из поисковых систем с 71 000 до 213 000 потенциальных клиентов за 5 месяцев	1
Цели и задачи проекта.....	2
Этапы работы над проектом.....	2
Наши решения	3
Выводы	3
Результаты.....	4

Смена релевантных страниц на rolf.ru

«Как мы провели глобальную смену релевантных страниц и добились роста посещаемости»



Время на прочтение: 5 минут.

Регион продвижения: Москва и область, Санкт-Петербург и область.

Бюджет: до 60 000 руб.

Цели и задачи проекта

Цель:

- Произвести смену релевантных страниц сайта и улучшить тем самым видимость в поисковых системах.

Задачи:

- Определить новые релевантные страниц для основных групп запросов;
- Скорректировать кластеризацию семантического ядра;
- Подготовить и внедрить новые мета-теги и заголовки страниц;
- Повысить релевантность страниц;
- Отследить и зафиксировать результаты.

Что у нас было на старте:

- 26% ключевых фраз в топ-10 Яндекс и 41% в топ-10 Google по семантическому ядру из более, чем 7000 фраз;
- 94 848 целевых посетителей из поисковых систем в месяц.

Выявленные проблемы:

- Низкая релевантность текущих посадочных страниц ряду целевых запросов вида «купить+бренд», «новый+бренд», «бренд+в наличии»;
- Слишком большое количество продвигаемых на одну и ту же страницу запросов;
- Отсутствие ряда важных для ранжирования элементов на текущих посадочных страницах;
- В среднем низкая видимость по всем проблемным веткам запросов по большинству брендов автомобилей.

Какого мы добились результата за 6 месяцев (март-август):

- 42% ключевых фраз в топ-10 Яндекс и 50% в топ-10 Google;
- 136 211 целевых посетителей из поисковых систем в месяц.

Этапы работы над проектом

1. Исследование видимости сайта по проблемным группам запросов;
2. Исследование решений, используемых на сайтах основных конкурентов;
3. Корректировка кластеризации семантического ядра проекта;
4. Подготовка новых релевантных мета-тегов и заголовков страниц в соответствии с новой кластеризацией;
5. Дополнительное повышение релевантности целевых страниц;
6. Фиксация результатов.

Наши решения

1. Исследовали видимость проекта:

- Изучили динамику видимости по схожим группам поисковых запросов;
- Изучили динамику видимости по различным брендам и моделям автомобилей;
- Изучили видимость конкурентов по аналогичным группам запросов;
- Изучили посадочные страницы сайтов конкурентов и выработали рекомендации.

Итог: обнаружили устойчивую тенденцию к распределению групп запросов по одному и тому же бренду/модели автомобиля на разные страницы с целью повышения релевантности страниц; подготовили рекомендации для сайта клиента.

2. Внесли корректировки в семантическое ядро проекта

- Провели кластеризацию семантического ядра в соответствии с подготовленными рекомендациями и переопределили целевые страницы;
- Подготовили новые релевантные теги Title, Description и H1;
- Внедрили новые заголовки и описания страниц на сайт.

Итог: вместо одной обзорной страницы, на которую продвигалось сразу несколько веток поисковых фраз, получили две отдельные страницы с равномерным распределением релевантности. Релевантность страниц каждой группе запросов выросла на 25%–55%.

3. Дополнительно повысили релевантность страниц:

- Подготовили и реализовали рекомендации по улучшению usability целевых страниц;
- Подготовили и внедрили новые коммерческие и конверсионные блоки для целевых страниц;
- Скорректировали шаблоны для формирования текстовых описаний страниц.

Итог: релевантность страниц каждой группе запросов выросла на 5%–15%.

Выводы

Часто при наличии уже устоявшегося результата в виде позиций, видимости и посещаемости у крупного коммерческого сайта SEO-специалисты неохотно идут на эксперименты и крупные изменения, опасаясь потери текущих результатов сайта.

На практике же подход должен быть в корне противоположным: любые обоснованные изменения, проводимые с целью повышения как релевантности страниц, так и удобства пользователей, в итоге ведут к закреплению и улучшению видимости и позиций проекта в поисковых системах (конечно только в тех случаях, когда реализуемые доработки продиктованы статистическим анализом, опытом и необходимостью). Алгоритмы ранжирования поисковых систем меняются, и то, что отлично работало всего год-полтора назад, сегодня может уже не приносить желаемых результатов.

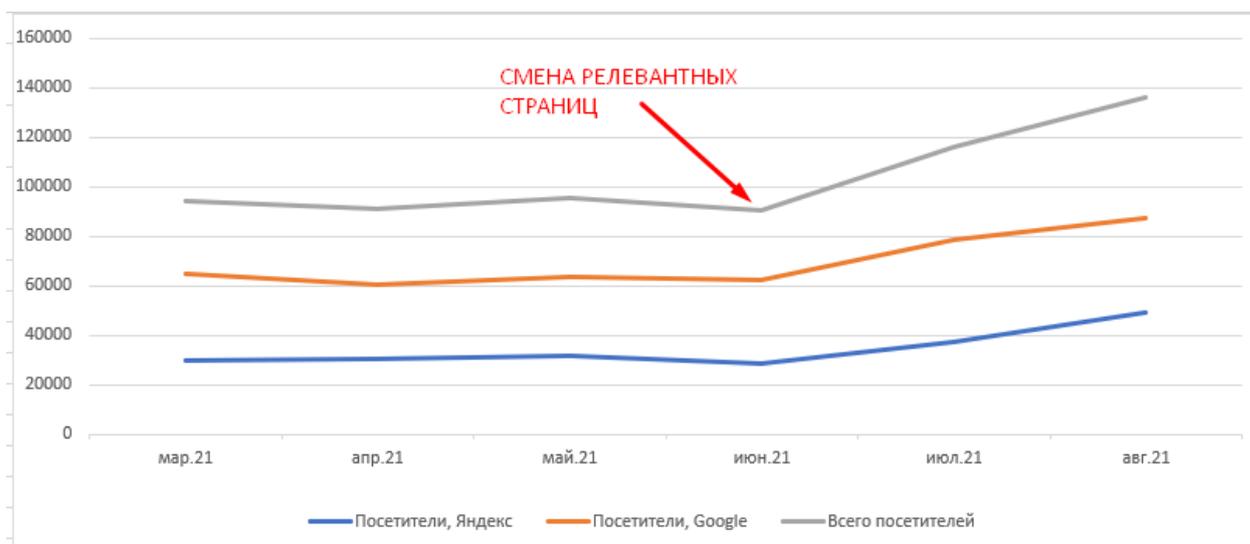
Результаты

Старт:

- 26% ключевых фраз в топ-10 Яндекс и 41% в топ-10 Google;
- 94 848 целевых посетителей из поисковых систем в месяц;
- Низкая релевантность целевых страниц основным группам продвигаемых запросов.

Финиш:

- Значительно возросшая релевантность страниц, которая в свою очередь привела к повышению позиций проекта;
- 42% ключевых фраз в топ-10 Яндекс и 50% в топ-10 Google;
- 136 211 целевых посетителей из поисковых систем в месяц.



Поисковая фраза	Позиции до проведения работ		Позиции после проведения работ	
	Яндекс	Google	Яндекс	Google
ауди а4 цена дилер	13	9	7	8
ауди а4 дилер	12	5	6	4
купить audi a7 sportback в москве	21	20	8	12
бмв 7 серии дилер	11	7	5	5
новый bmw 7 официальный дилер	11	8	4	7
ford официальный дилер	11	7	4	6
ford официальный дилер в москве	23	6	5	5
купить hyundai tucson 2021	23	10	6	10

цена ягуар е-пейс у официального дилера	11	16	6	8
новый ягуар ф-тайп кабриолет цена	10	14	3	12
kia picanto дилер	23	11	7	9
kia rio х дилер	20	5	7	5
лэнд ровер дилер	20	15	8	9
лэнд ровер цена дилер	11	11	5	10