

Как мы пробили отметку в 170 000 визитов в месяц: кейс медиа «Деловой среды», дочерней компании Сбера



В SEO неизбежны спуски и подъемы. Рассказываем, как после 60-кратного роста трафика в медиа «Деловая среда» мы преодолели кризис и теперь пробили отметку в 170 000 визитов в месяц из поиска.

Предыстория, как нам удалось поднять трафик в 60 раз

Осенью 2020 года мы начали продвижение ресурса dasreda.ru Деловой среды от Сбера. «Деловая среда» — это компания, которая занимается различными продуктами от онлайн-образования до сервиса регистрации бизнеса. Основной трафик аккумулируется за счет медиа – знаний для предпринимателей малого и среднего бизнеса.

Сначала мы продвигали статейный раздел «Деловой среды». Теперь отвечаем за посещаемость и других разделов платформы, где эффективны инструменты поискового маркетинга. О первых успехах на проекте можно почитать в нашем блоге по [ссылке](#). Но если коротко, то нам удалось достичь положительных результатов за короткие сроки благодаря двум решениям.

Первый «секрет» называется SSR (рендеринг страниц SPA-сайта на стороне сервера), т.е., мы обеспечили индексацию платформы «Деловая среда» Яндексом и Google. Прежде сайт индексировался плохо. Это типичный недостаток ресурсов, построенных в парадигме одностраничного приложения — Single Page Application (SPA). Решение проблемы с индексацией и техническая оптимизация сайта «Деловой среды» принесли 6-кратный рост трафика — с 1000 с небольшим визитов в начале осени 2020 года до

примерно 6200 в мае 2021-го.

Второй фактор, который повлиял на рост трафика – запуск «SEO для бизнес-медиа и редакций». Вместе с редакционной коллегией «Деловой среды» мы привели в действие конвейер полезного и востребованного контента для платформы. Несколько сотен актуальных для ЦА статей дали интенсивный рост трафика до рекордных 62 900 визитов в ноябре 2021 года. Пропорционально выросло число регистраций на сайте «Деловой среды». Регистрации — это ключевой KPI для оценки объема и качества трафика.

Ситуация изменилась в феврале 2022 года.

Почему произошло падение трафика на треть

Статистика за февраль показала 44 000 визитов из поиска. Это примерно на треть меньше ноябрьского уровня. Проще всего было связать падение с новогодними каникулами, а затем с внешними обстоятельствами. Но обстоятельства начались 24 числа, в феврале 28 дней. Если бы в течение 5 дней не было визитов на платформу, февральский трафик при прежней динамике оказался бы больше. Тут вмешалось что-то еще.

Стали искать причины падения посещаемости. Не раз обсуждали проблему с редакцией «Деловой среды», с которой много и плодотворно работали весь предыдущий год. Специалисты платформы проявили терпение, они вместе с нами генерировали идеи, как возобновить рост.
— **Илья Русаков, руководитель агентства поискового маркетинга impulse.guru**

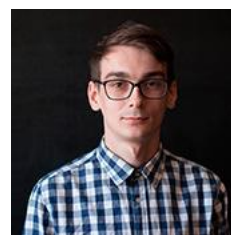


Стало ясно: в части генерации статей мы с «Деловой средой» совершили те 20% усилий, которые дали 80% результата. К началу 2022 года нашли большинство трафиковых запросов нашей целевой аудитории и ответили на основные инсайты, то есть отработали основной спрос. Генерацию статей следовало продолжить, статьи обеспечивали трафик на порядок выше начального, но дальнейшего интенсивного роста дать не могли.

Преодоление кризисного пути проекта

1. Мы решили посмотреть, какие материалы привлекают посетителей на конкурентных ресурсах в нише малого и среднего предпринимательства. Аналитические инструменты позволяют весьма точно определить посещаемость тех или иных страниц на сторонних сайтах.

Смотрели не только прямых конкурентов Деловой среды, но и ресурсы в смежных нишах. Одновременно проводили мозговые штурмы внутри агентства и вместе с «Деловой средой», чтобы найти новые точки роста трафика на разные разделы внутри платформы. — Александр Сергеев, Group head SEO в агентстве impulse.guru



Генерация идей относительно точек роста шла по двум направлениям::

1. Поиск новых кластеров запросов.
2. Подбор новых форматов подачи контента. Мы нашли свыше [40 форматов контента для бизнеса](#), хотя далеко не все из них подходят для «Деловой среды».

В итоге нам удалось выработать более 10 рабочих гипотез, например, составление списков деловой литературы, поскольку к [подборкам бизнес-книг](#) сохраняется устойчивый интерес.

Помог еще один прием — **перекрестные аудиты** как внутри агентства, так и с дружественными агентствами, т.е. задачу анализировали и предлагали идеи сотрудники, прежде не работавшие с проектом. У них новый взгляд на проблему и собственный опыт. Так, например, выполнял аудиты, искал точки роста и подсказал несколько хороших решений Кирилл Дугин, специалист с 13-летним опытом в SEO.

В ходе конкурентного анализа обнаружилась новая семантика, которая могла бы привлекать трафик, был предложен дополнительный функционал. Технический аудит новых для агентства разделов платформы показал, что у некоторых страниц были проблемы с индексацией, формированием метатегов на этапе рендеринга, дублями. — Кирилл Дугин, тимлид SEO impulse.guru



2. **Далее мы выбрали первоочередные работы.** Учитывали:

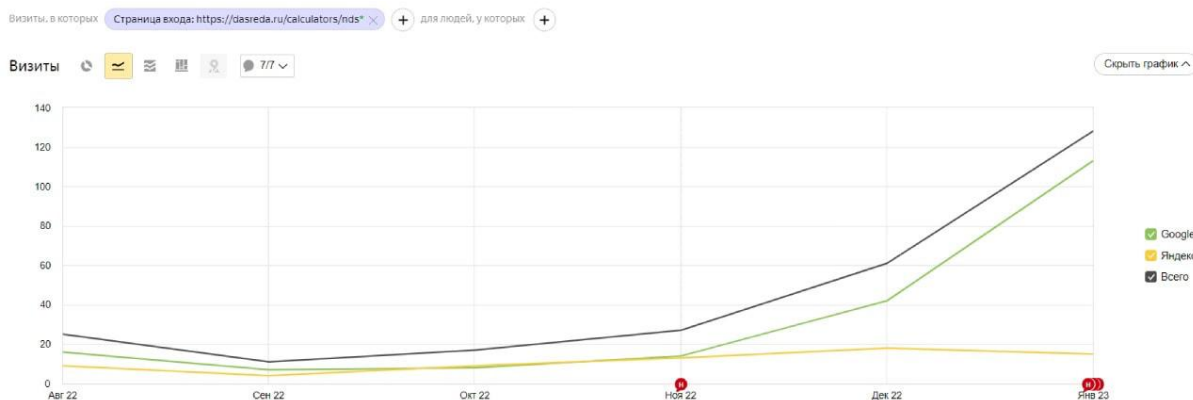
1. Объем спроса. Для этого оценили частотность запросов во всех тематических кластерах, которые нашли.
2. Возможности редакции «Деловой среды». Так, например, некоторые идеи предполагают создание тысяч новых страниц. За пару месяцев такую работу не сделаешь, и эффект в виде трафика будет отложенным на полгода.

С учётом вышеописанных факторов мы продолжили готовить [траектории](#), то есть пошаговые инструкции по открытию определенного вида бизнеса, основанные на опыте других предпринимателей. Траектории «Деловая среда» публиковала еще до нашей работы на проекте. Разработали [калькуляторы](#) для малого и среднего бизнеса, они пока не вошли в топ, поскольку конкуренция велика, и сказывается инерционность поисковых систем.

После анализа конкурентов и учета их сильных качеств страницы в топ средствами on-page оптимизации:

- собрали и очистили семантику, распределили её по странице;
- проанализировали интенты;
- тщательно прописали Title и Description;
- поработали над структурой текста (логика, короткие главки, H1–H3);
- собрали и добавили в текст LSI-фразы;
- добились уникальности текста выше 90%;
- отформатировали текст для легкости восприятия (списки перечисления, выделения цветом, инфографика);
- проработали мобильную версию страницы;
- повысили скорость загрузки страницы;
- улучшили ссылочный профиль.

Калькулятор НДС, к примеру, пока не дает значительную долю трафика в абсолютных цифрах, но динамика положительная:



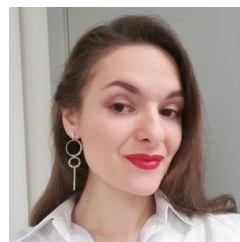
Калькуляторы и некоторые другие новые разделы требуют UX-подхода. Команда следит за тем, как страница выглядит на разных устройствах, удобно ли людям взаимодействовать с калькулятором. В этом принимают участие SEO-специалист, автор, дизайнер, программист и главный редактор платформы.

3. Летом активизировали **написание статей**, так как с марта по май, когда искали новые точки роста, работа со статьями отодвигалась на второй план.

Вот задачи, которые мы решали в рамках этого блока:

- сбор семантического ядра;
- прописывание метатегов;
- разработка технического задания (ТЗ) для копирайтера;
- получение текста от копирайтера и внесение экспертных правок;
- передача в редакцию «Деловой среды» для финального редактирования;
- размещение на платформе;
- привлечение программистов, если нужен интерактив или другие доработки на странице.

Тексты от копирайтеров могут быть разными по качеству. Иногда достаточно убедиться, что в статье соблюдены ключевые пункты из ТЗ, и внести косметические правки, а иногда приходится серьезно дорабатывать текст, чтобы он отвечал факторам доверия E-E-A-T. Еще одна проблема — погоня за уникальностью ради уникальности. Те, кто стремится повысить этот показатель любой ценой, приходят к формулировкам, которых в текстах носителей русского языка не встретишь, и я это правлю. —
Татьяна Турбал, SEO-редактор платформы «Деловая среда»



Редакторы на стороне «Деловой среды» следили за тем, чтобы тексты были свободны от канцеляризмов, длинных сложных предложений, лишних слов. Основные критерии качества текстов для «Деловой среды»:

- ясные формулировки;
 - понятные фразы и примеры;
 - проверенные факты и подкреплённые ими утверждения;
 - логичное изложение;
 - соответствие SEO-ТЗ.
4. Регулярно анализировали индексацию ресурса и провели несколько аудитов платформы «Деловая среда» по агентскому [чек-листу](#), включая технические аудиты.
 5. Находили битые ссылки, проблемы с canonical, дубли метатегов, некорректную обработку поисковиками некоторых разделов из-за сбоя в настройке SSR. Выработывали и передавали клиенту рекомендации к устранению.

Клиент не всегда с ходу принимал рекомендации по внедрению новых разделов и функционала, так как это трудозатратно для обеих команд. Поэтому требовалось делать расчёты и готовить аргументацию, чтобы доказать эффект от добавления на платформу новых точек роста.

Опираясь на расчёты [impulse.guru](#), мы запустили калькулятор НДС, подборки книг для бизнеса, перестроили работу с траекториями. Принимая решения, мы опираемся не только на объём спроса, но также на задачи «Деловой среды» и результаты глубинных интервью и опросов. —
Ольга Шураева, главный редактор платформы «Деловая среда»



Промежуточные результаты

Несмотря на сильные колебания рынка в 2022 году, трафик вел себя довольно предсказуемо. После выхода на плато примерно в 50 000 визитов в месяц, летом возобновился рост, см. график. Сказались первоочередные меры по «спасению» трафика.

Отложенный эффект SEO в полной мере проявил себя к концу 2022 года и к началу 2023-го: в ноябре — **91 632** визита, а в январе — уже **148 471**, и это несмотря на новогодние каникулы!

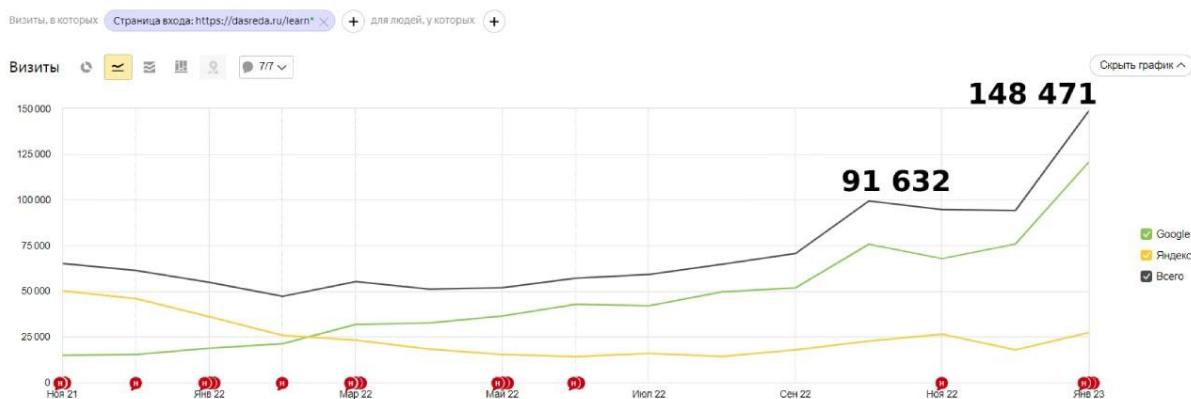
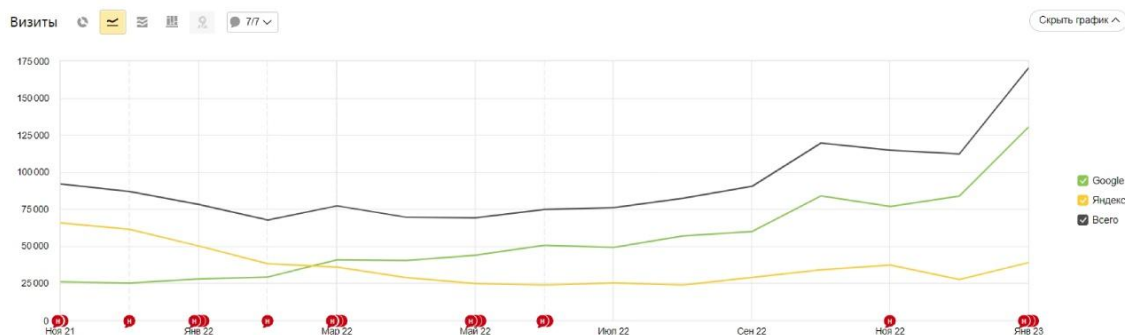


График относится к статейному разделу платформы, который был в зоне нашей ответственности с самого начала. Но сейчас мы работаем и над другими разделами. Общий поисковый трафик в бренд-медиа «Деловая среда» в январе 2023 года составил рекордные **170 371**:



По-разному проявили себя поисковые системы. Google после отставания от Яндекса в предыдущий период уже в марте 2022 года вырвался в лидеры по объёму привлекаемого в «Деловую среду» трафика.

Одна из причин скачка с 20 до 30 тысяч визитов в течение марта — блокировка рекламы в выдаче Google. Клики, которые раньше делились между органикой и рекламой, теперь полностью достаются органическим результатам поиска. Но главные факторы — наша методичная работа и постоянство Google. Трафик из этой поисковой системы растет с положительной динамикой с начала работ на платформе «Деловая среда».

В Яндексе наблюдался нисходящий тренд, а весной и летом стагнация. Только в августе наметился рост, который был прерван в декабре – все статьи выпали из индекса Яндекса. Почему это произошло?

Определить причину помог сервис проверки мобильной версии сайта от Google. Выяснилось, что страницы статей были закрыты от индексации метатегом <meta name="yandex" content="noindex, follow" />, причем только для Яндекса. Что-то пошло не так при закрытии от индексации страниц с GET-параметрами. Откатили эти правки, отправили страницы в Яндекс на переобход, ситуация быстро улучшилась.

А что с конверсиями?

Трафик — не самоцель, но – необходимое условие регистраций пользователей на платформе «Деловая среда». Абсолютное количество регистраций под NDA, но мы можем раскрыть относительную динамику. В 2021 году число регистраций увеличивалось пропорционально росту трафика. Снижение трафика на треть весной 2022 года предсказуемо привело к аналогичному уменьшению числа регистраций.

Подъём посещаемости осенью 2022 года до отметки почти в 100 000 визитов в месяц не привел к пропорциональному росту числа регистраций — этот показатель начал отставать от трафика.

*Читать статьи и смотреть видео на платформе «Деловая среда» можно без регистрации. Регистрация нужна только для просмотра курсов. Но теперь практически все курсы у нас платные, вероятно, это останавливает людей. Возможно, есть и другие причины. — **Ольга Шуравина, главный редактор платформы «Деловая среда»***



Среди других причин некоторого отставания регистраций от трафика к концу 2022 года — выработка основных трафиковых тем.

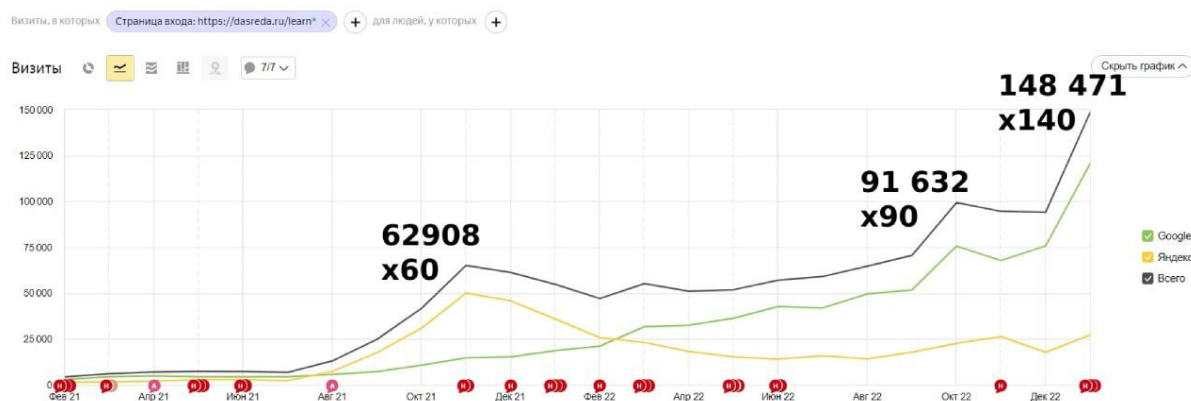
*После года работы темы статей остались околоцелевые, не такие горячие, как были раньше. — **Илья Русаков, руководитель агентства поискового маркетинга impulse.guru***



Агентству и клиенту в 2023 году стоит наращивать трафик, заботиться о качестве аудитории, подключать современные инструменты CRM-маркетинга, чтобы для начала удерживать нынешний уровень конверсий, а в дальнейшем повысить его. Результатами работы с конверсиями мы поделимся в следующем кейсе.

Подведём итоги

Напомним, работы в 2022 году начались не с низкого старта. Динамика трафика в статейный раздел медиа «Деловой среды» следующая.



Первый пик на графике — 60-кратный рост трафика осенью 2021 года. Подъем сменился значительным падением.

Негативный тренд переломили благодаря переходу от экстенсивного роста к интенсивному: расширение семантики и увеличение числа посадочных страниц дополнили новыми идеями касательно форматов и разделов, востребованных целевой аудиторией. В итоге существенно превзошли показатели 2021 года.

Если считать от стартовой посещаемости в 1037 человек из поиска в сентябре 2020 года, то трафик вырос вначале **в 90 раз**, а в этом январе — **в 140 раз**. В январе 2023 года удалось достичь рекордного на сегодня показателя почти в 150 000 визитов в статейный раздел платформы «Деловая среда», а общий трафик на сайт из поиска превысил 170 000 визитов. Графики посещаемости обещают еще более значительный рост популярности платформы в ближайшие месяцы.

*Сильные стороны impulse.guru: ТЗ и статьи поступают вовремя, ребята быстро реагирует на наши запросы. От команды агентства регулярно поступают предложения о том, что еще можно сделать на платформе с точки зрения контента, причём, предложения основаны на цифрах. Поступают предложения по технической доработке платформы. — **Ольга Шуравина, главный редактор платформы «Деловая среда»***



Инсайты, о которых важно помнить:

- останавливать SEO опасно. Трафик может просесть по причинам, о которых вы вчера и не думали. Нужно иметь запас прочности.
- не стоит придерживаться одного пути. Следить за трендами, постоянно искать точки роста, оценивать их эффективность, тестировать гипотезы.