

overclick

**С нуля в ТОП-1: как наше SEO
превратило сайт косметологии Re:new
в машину заявок за 12 месяцев**

ВВОДНАЯ ЗАДАЧА ОТ КЛИЕНТА

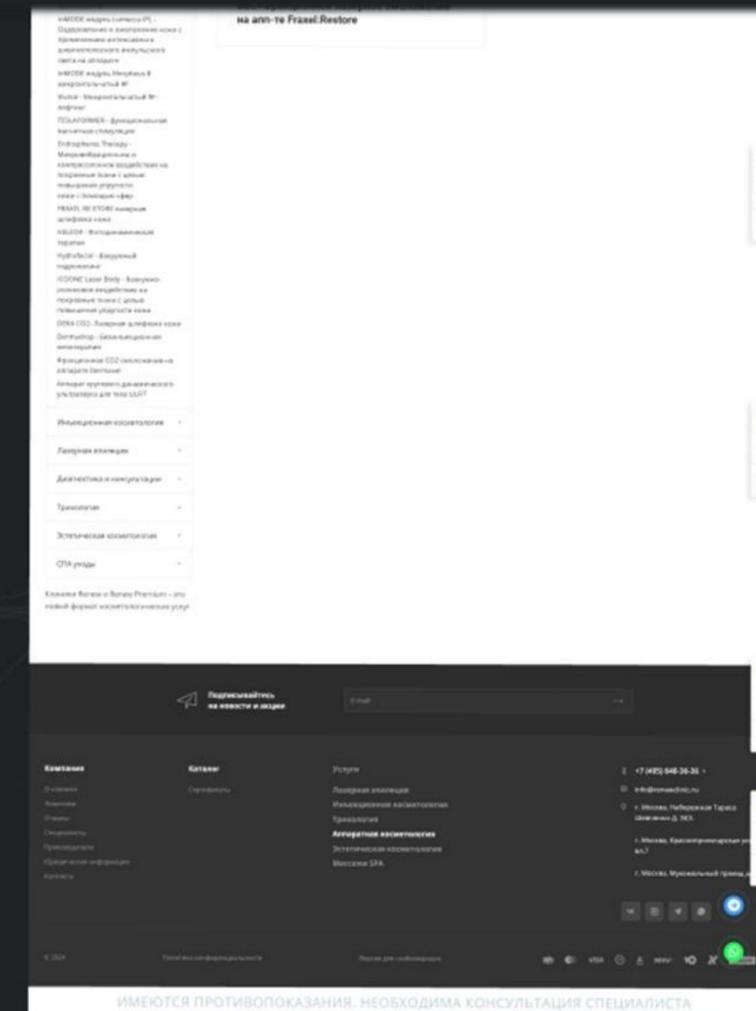
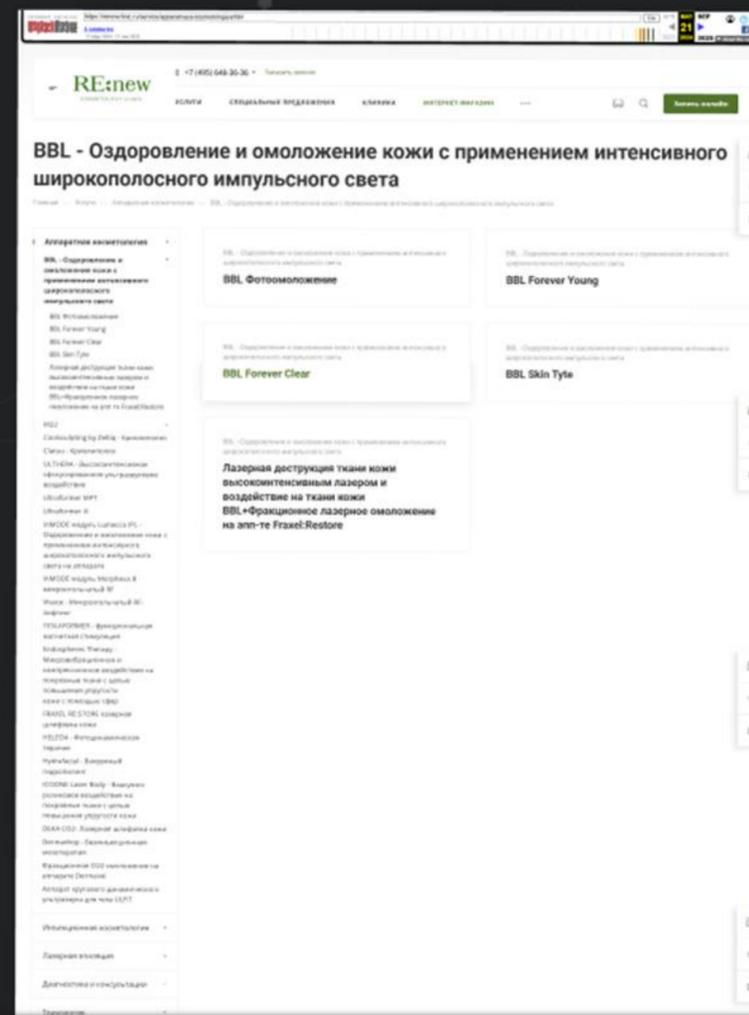
Клиент обратился к нам с запросом: вывести сайт в ТОП поисковиков и сделать SEO сильным, стабильным каналом привлечения первичных пациентов.

- Приоритет: продвижение маржинальных услуг, преимущественно из аппаратной косметологии, с акцентом на конкретные позиции, а не на категорию в целом
- Цель проекта: создать стабильный поток обращений из органического трафика.

Клиент пришел к нам в мае 2024 с неготовым к SEO сайтом: базовые ошибки, слабые посадочные по услугам.

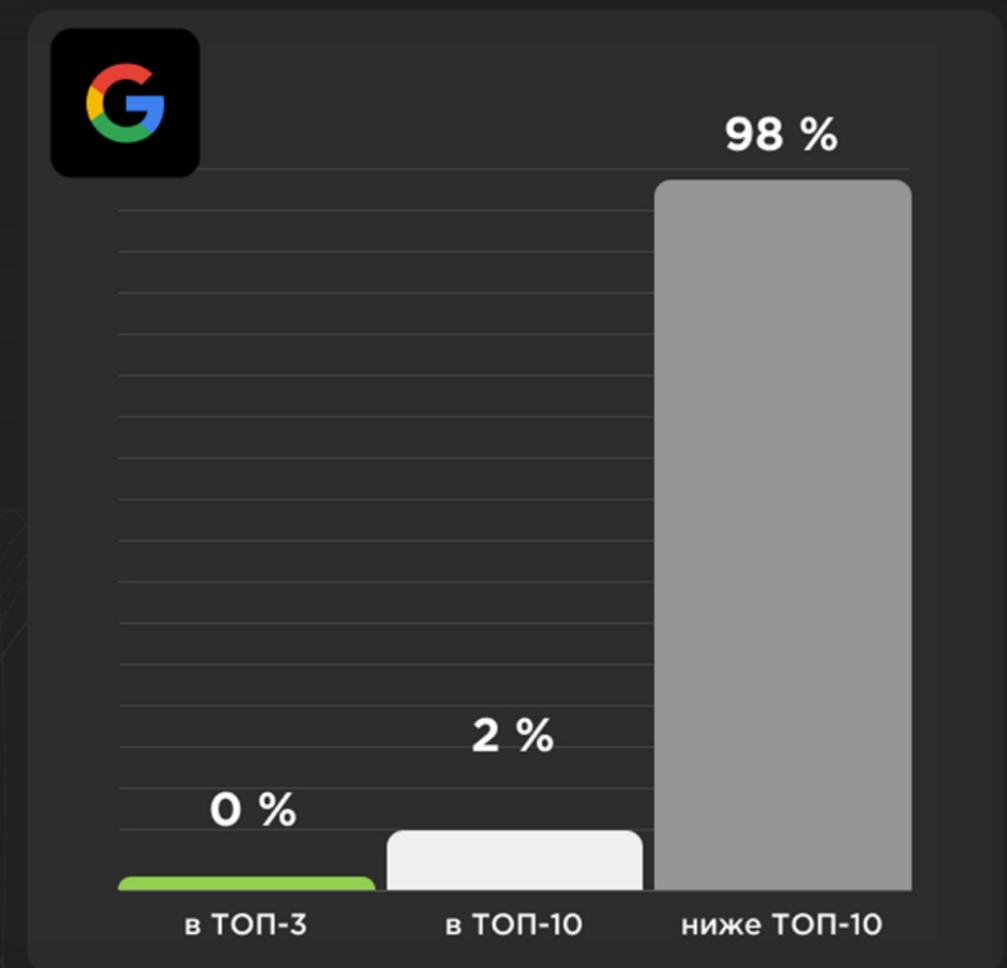
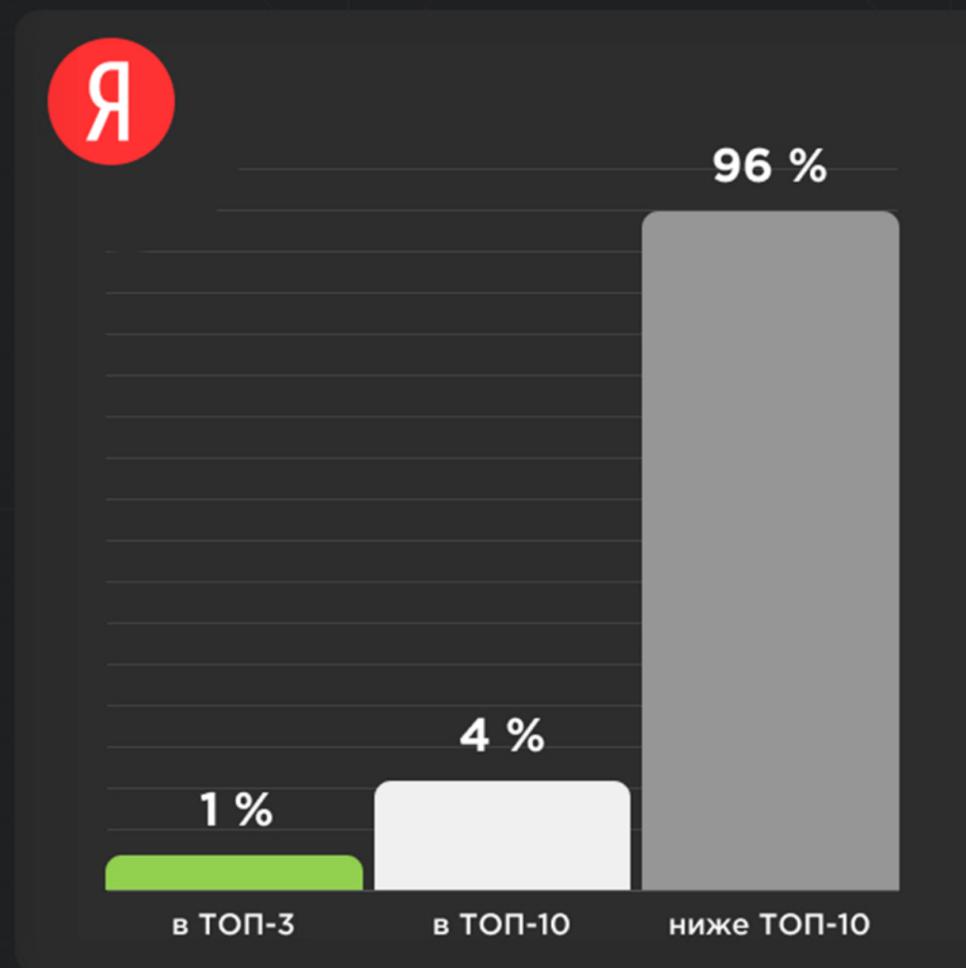
КАК ВЫГЛЯДЕЛИ СТРАНИЦЫ УСЛУГ ДО НАЧАЛА РАБОТ

На страницах не было отзывов, блока врачей, цен, текстов, из-за чего они не могли конкурировать в поиске.



ПОЗИЦИИ САЙТА В ПОИСКЕ ПЕРЕД СТАРТОМ РАБОТ

Позиции сайта в поиске Яндекс и Google перед стартом работ — почти нет запросов в ТОП-10 и ТОП-3



ТРАФИК ИЗ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ ПЕРЕД СТАРТОМ РАБОТ

Трафик из поиска перед стартом работ — нет положительной динамики



ДОЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО ТРАФИКА ПЕРЕД СТАРТОМ РАБОТ

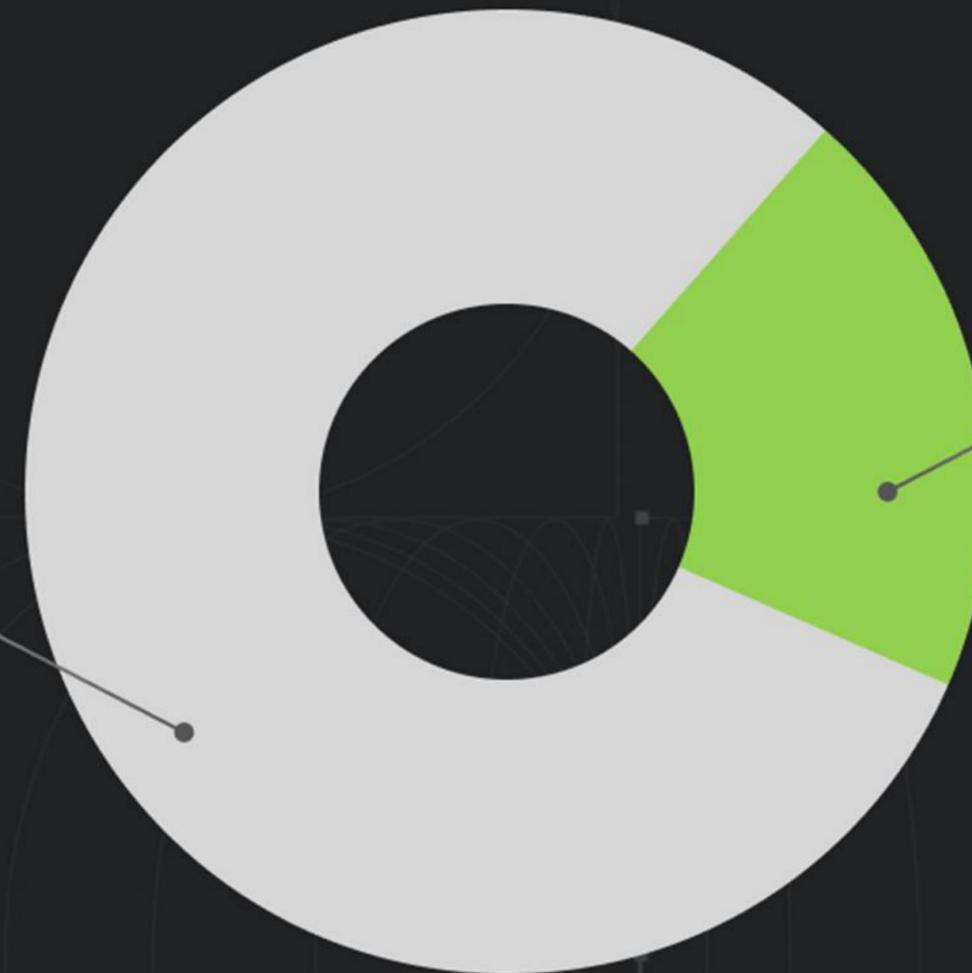
Доля
коммерческого
целевого трафика
составляет лишь
20% от всех
ВИЗИТОВ

трафик по
вительным запросам

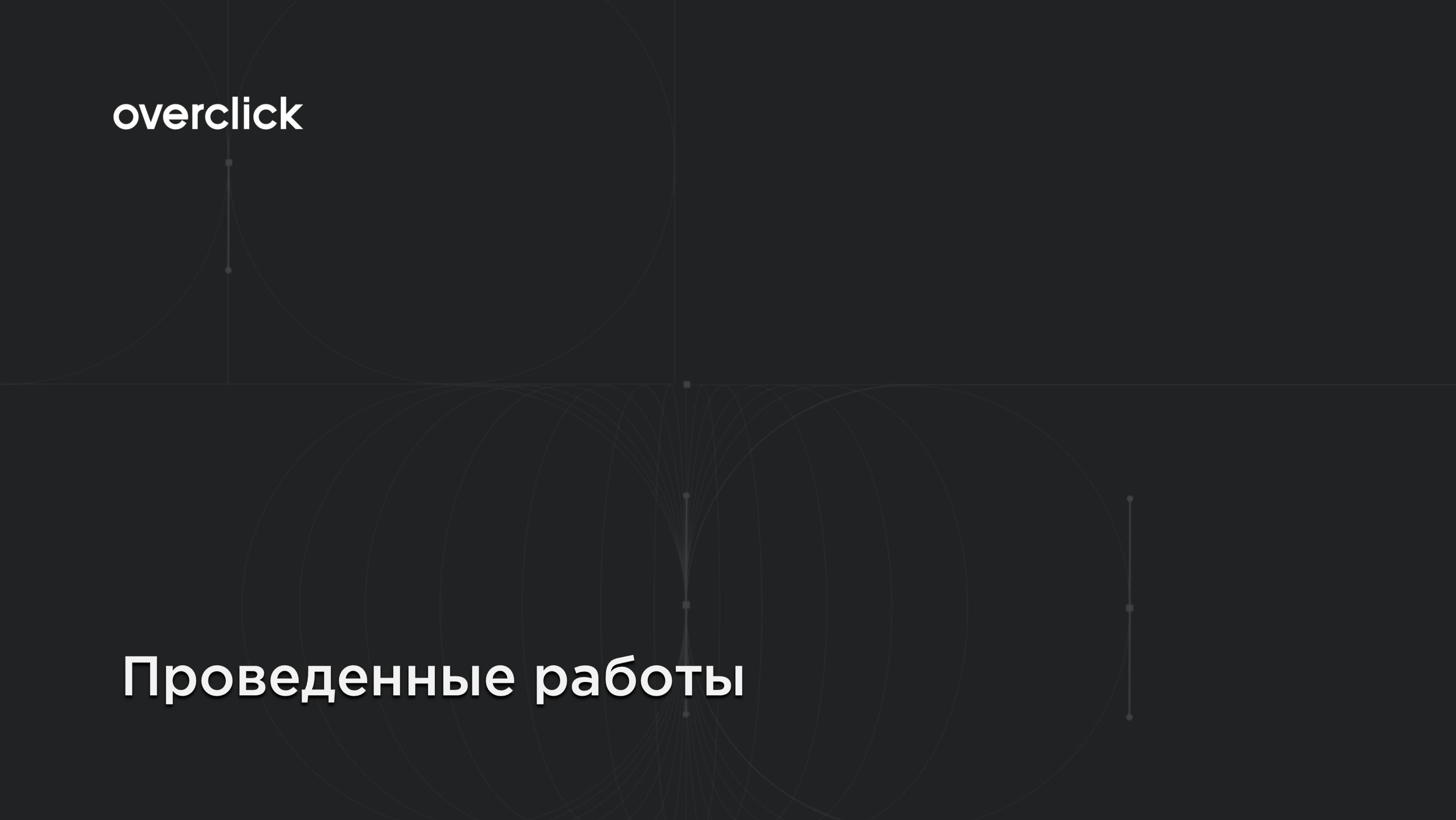
80%

трафик на
раздел услуг

20%



overclick

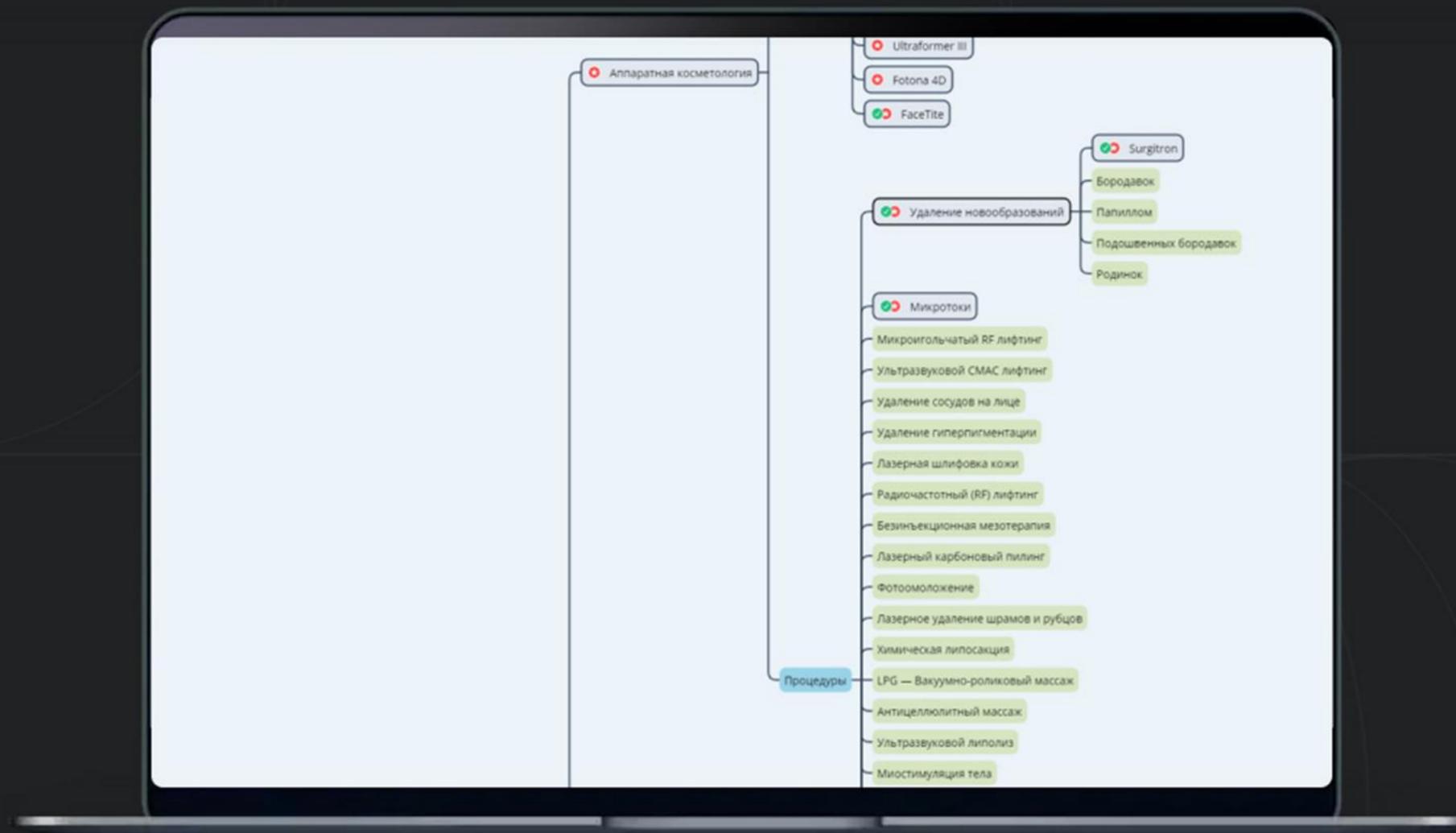
The background features a dark gray field with a complex geometric pattern. It consists of several large, faint circles and vertical lines. A vertical line is positioned to the left of the 'overclick' text. Another vertical line is located in the center of the image, with a series of small squares and dots along it. To the right of the center, there is a vertical line with two small squares and dots, and a vertical line with three small squares and dots.

Проведенные работы

ПРОРАБОТКА СЕМАНТИЧЕСКОГО ОХВАТА

Визуально было видно: сайт плохо охватывает коммерческие запросы, особенно в разделе «Аппаратная косметология». Чтобы исправить это, **мы создали новые страницы под услуги со спросом.**

Зеленые страницы по аппаратной косметологии в визуальной структуре — новые страницы, созданные под коммерческий спрос

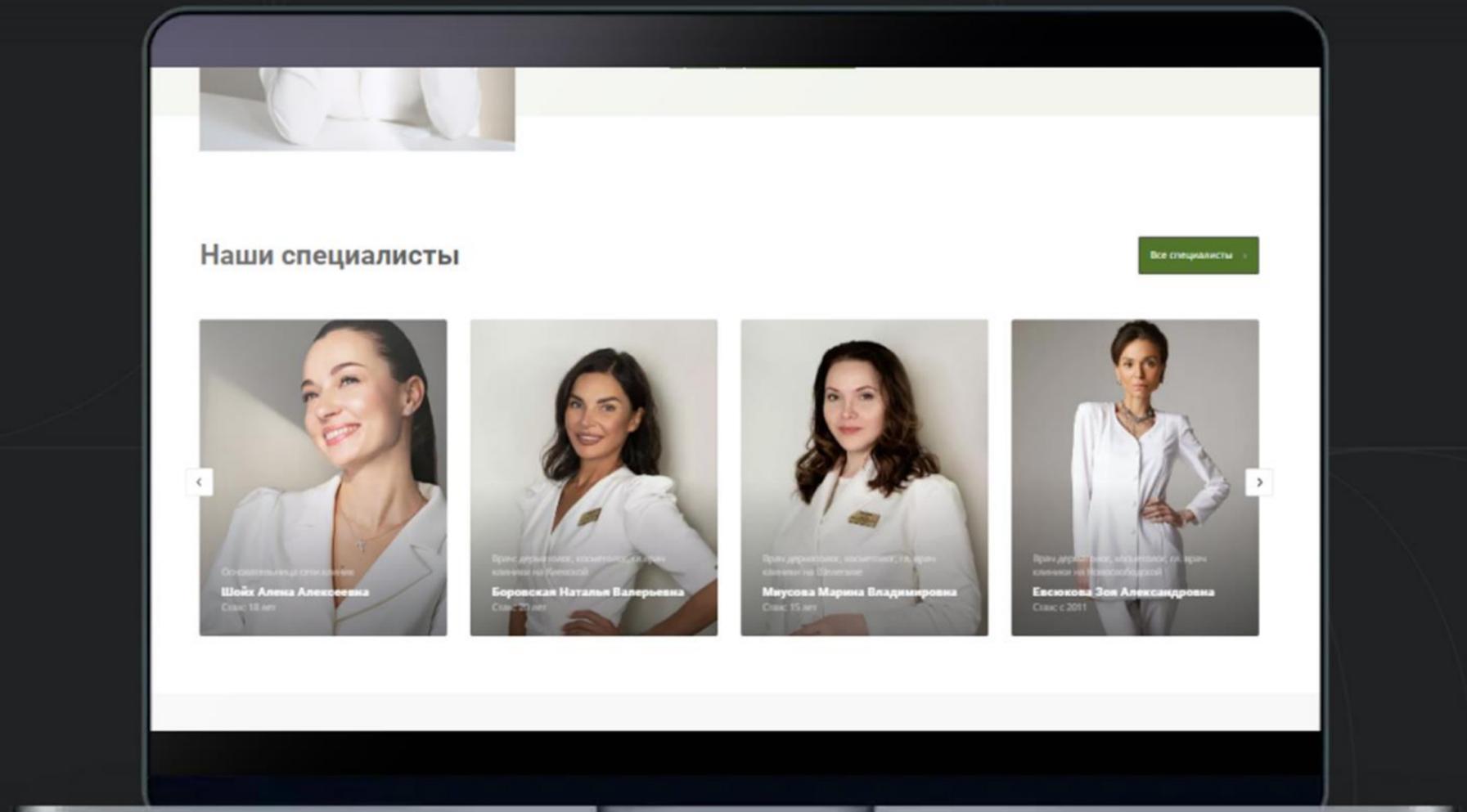


ВНЕДРЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ БЛОКОВ НА СТРАНИЦЫ

По коммерческому аудиту мы добавили недостающие блоки, которые есть у большинства ТОП конкурентов.

Например, это были два ключевых блока:

- Блок «Специалисты»
- Блок «Цены».



УСТРАНЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ОШИБОК, МЕШАЮЩИХ ИНДЕКСАЦИИ

В работу взяли все ошибки из технического аудита, ключевые две:

- **Дубли тегов.** Удалили дублирующиеся теги Description из кода страниц
- **Неверные коды для страниц ошибки 404.** Настроили сервер, чтобы несуществующие страницы отдавали корректный 404 вместо 200.

```
new Date().getTime(),event:'gtm.js'));var f=d.getElementsByTagName(s)[0],
f=d.createElement(s),d=l.createElement("script");f.async=true;f.src=
"https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id="+l+dl;f.parentNode.insertBefore(f,f);
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-N988GCHR');
```

```
<link href="https://maxcdn.bootstrapcdn.com/font-awesome/4.7.0/css/font-awesome.min.css" rel="stylesheet">
<meta name="description" content="Клиника эстетической медицины и косметологии Re:nev в Москве на Киевской, Новослободской, Шелепихе. Косметологические услуги: эстетика лица и тела, трихология, гинекология, анализы" />
</>
<meta name="yandex-verification" content="69b25d286f43a8e1" />
<meta name="viewport" content="initial-scale=1.0, width=device-width, maximum-scale=1" />
<meta name="HandheldFriendly" content="true" />
<meta name="yes" content="yes" />
<meta name="apple-mobile-web-app-status-bar-style" content="black" />
<meta name="SKYPE_TOOLBAR" content="SKYPE_TOOLBAR_PARSER_COMPATIBLE" />
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
<meta name="description" content="Клиника эстетической медицины и косметологии Re:nev в Москве на Киевской, Новослободской, Шелепихе. Косметологические услуги: эстетика лица и тела, трихология, гинекология, анализы" />
</>
<link href="/bitrix/css/aspro.allcorp3eeds/notice.css?16801876953451" rel="stylesheet" />
<link href="/bitrix/js/ui/design-tokens/dist/ui.design.tokens.css?1680061404524720" rel="stylesheet" />
<link href="/local/templates/aspro-allcorp3eeds/css/bottom-icons-panel.css?16801897242259" rel="stylesheet" />
```

ПРОБЛЕМЫ С ВНЕДРЕНИЕМ ТЗ: СТОП-ФАКТОР НА СТАРТЕ

Аудиты были готовы с начала проекта, но внедрение правок застопорилось на 3 месяца из-за внутреннего разработчика, что тормозило рост.

Как мы решили проблему:

- Подключили проверенную команду разработчиков
- Настроили взаимодействие «клиент – разработчики – мы»
- Жёстко расставили приоритеты по доработкам.

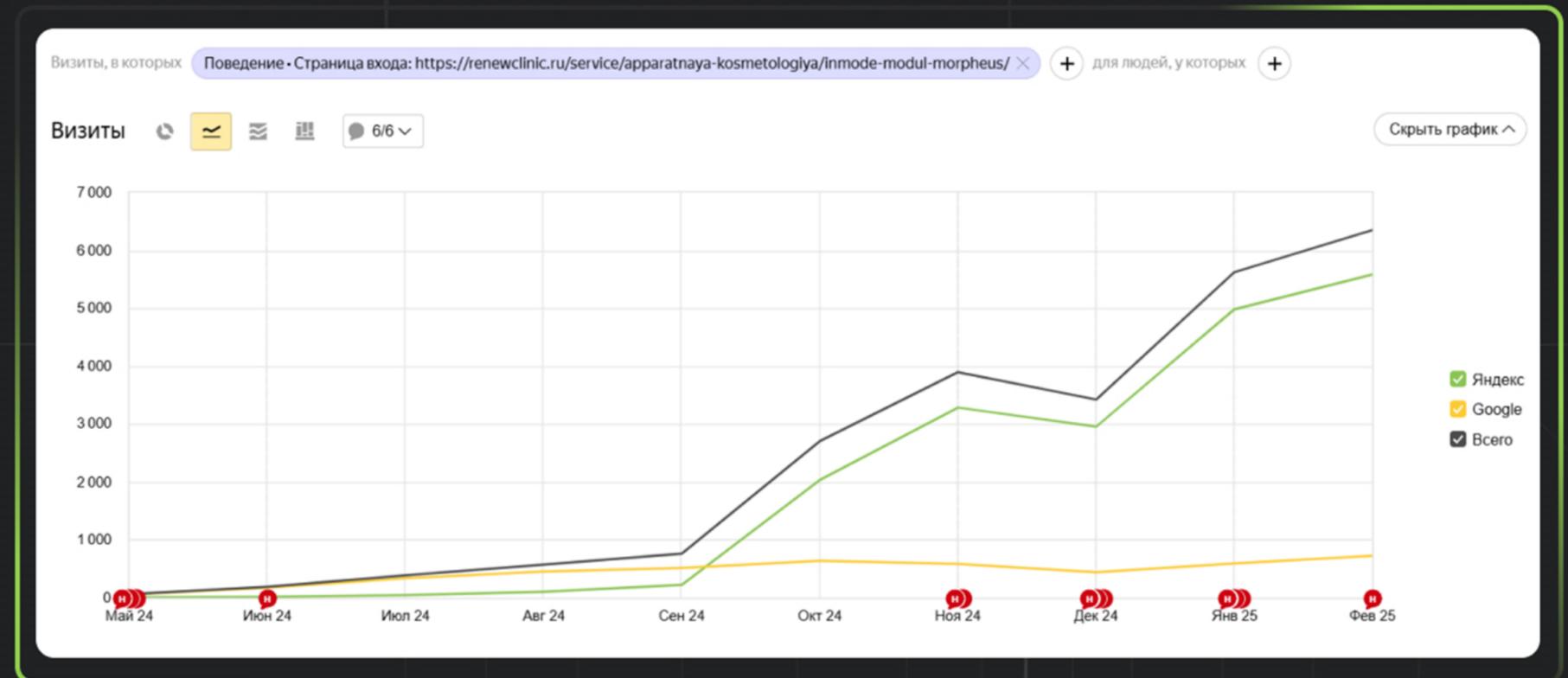
	A	B	C	D	E	F	G	H
14		2	https://disk.yandex.ru/d/e	Технический аудит	ТЗ на 301 редиректы	Программист	Высокий	Готово
15		2.1			ТЗ на 404 ошибку	Программист	Высокий	Готово
16		2.2			ТЗ на sitemap	Программист	Высокий	Готово
17		2.3			ТЗ на адаптацию сайта под мобильные устройства	Программист	Высокий	Готово
18		2.4			ТЗ на внешние ссылки	Программист	Высокий	Готово
19		2.5			ТЗ на внутренние ссылки	Программист	Высокий	Готово
20		2.6			ТЗ на заголовки	Программист	Высокий	Готово
21		2.7			ТЗ на малоценные страницы	Программист	Высокий	Готово
22		2.8			ТЗ на оптимизацию кода	Программист	Высокий	Готово
23		2.9			ТЗ на проверку SSL	Программист	Высокий	Готово
24		2.10			ТЗ на теги	Программист	Высокий	Готово
25		2.11			ТЗ на хлебные крошки	Программист	Высокий	Готово
26		3	https://disk.yandex.ru/d/Z	Доработки сайта	Блок с обращением руководителя клиники	Клиент	Высокий	На согласовании
27		3.1			Блок с оборудованием клиники	Клиент	Средний	На согласовании
28		3.2			Блок «Наши специалисты»	Клиент	Средний	На согласовании
29		3.3			Блок "Лицензии"	Клиент	Высокий	На согласовании

УСПЕЛИ К СЕЗОНУ: СИНХРОНИЗАЦИЯ С РОСТОМ СПРОСА

К осени – пику спроса на косметологию – мы уже:

- Внедрили ключевые правки по техничке и коммерции
- Доработали сезонные страницы под приоритетные услуги
- Настроили базовую SEO-инфраструктуру.

За счёт этого сразу зашли в растущий спрос и смогли быстрее масштабировать результат.



ИНДИВИДУАЛЬНАЯ РАБОТА СО ССЫЛОЧНЫМИ ФАКТОРАМИ

Слабый ссылочный профиль не позволяет выйти в ТОП Google, поэтому **этот блок стал обязательной частью стратегии:**

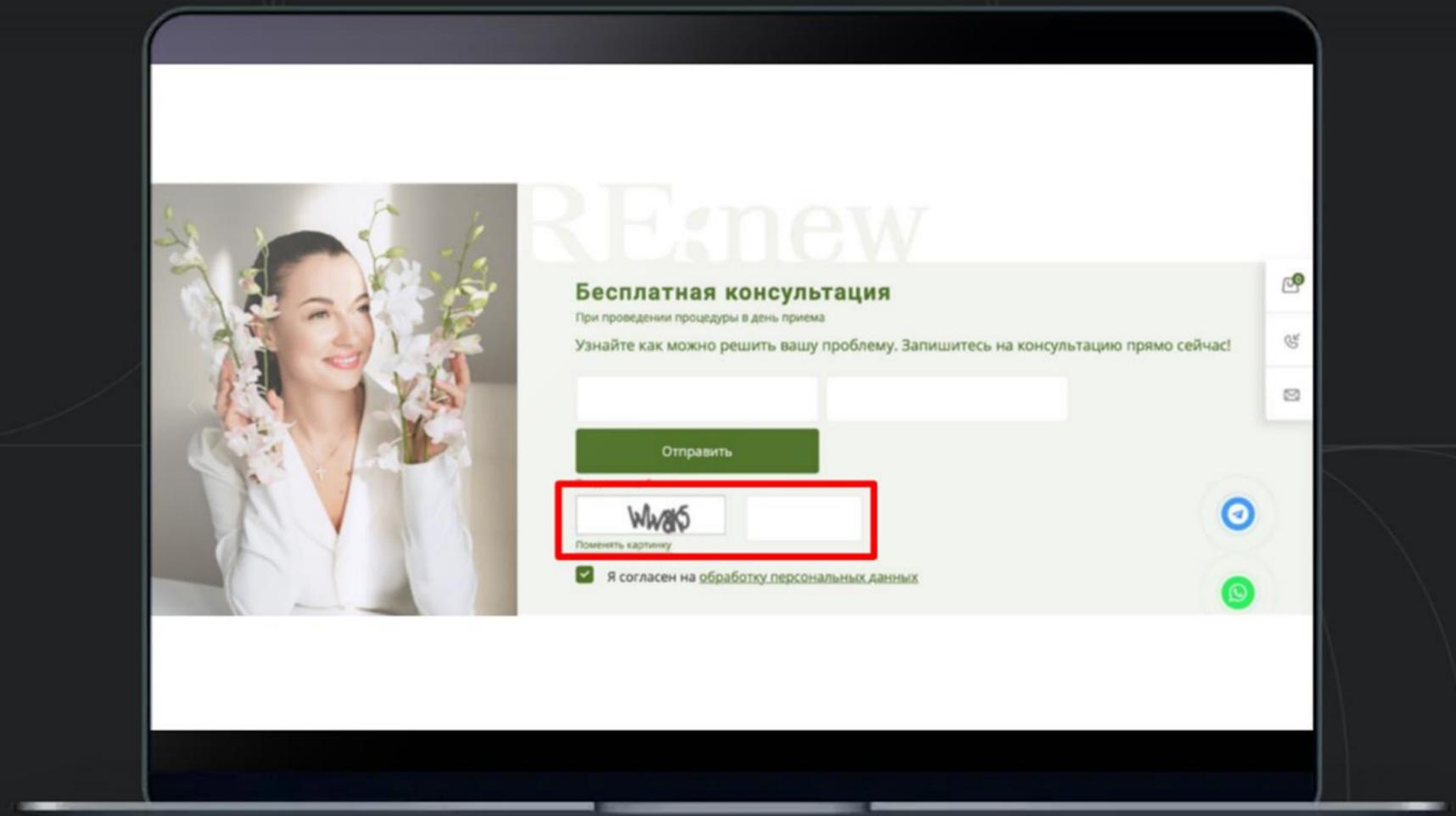
- Выделили приоритетные страницы по спросу, сезонности и бизнес-целям
- Усилили их ссылочной массой, выстраивая профиль по типам ссылок и источникам по модели лидеров ниши
- Учитывали приоритеты клиента и динамику спроса по услугам.



УСИЛЕНИЕ КОНВЕРСИИ ЧЕРЕЗ UX-ДОРАБОТКИ

Фокус – не только трафик, но и заявки:

- Убрали навязчивую капчу из форм, сократили путь до отправки заявки, особенно с мобильных
- Перестроили шаблон страниц: блок с ценами подняли выше по странице, чтобы пользователи видели его без обязательного «доскролла» до конца.

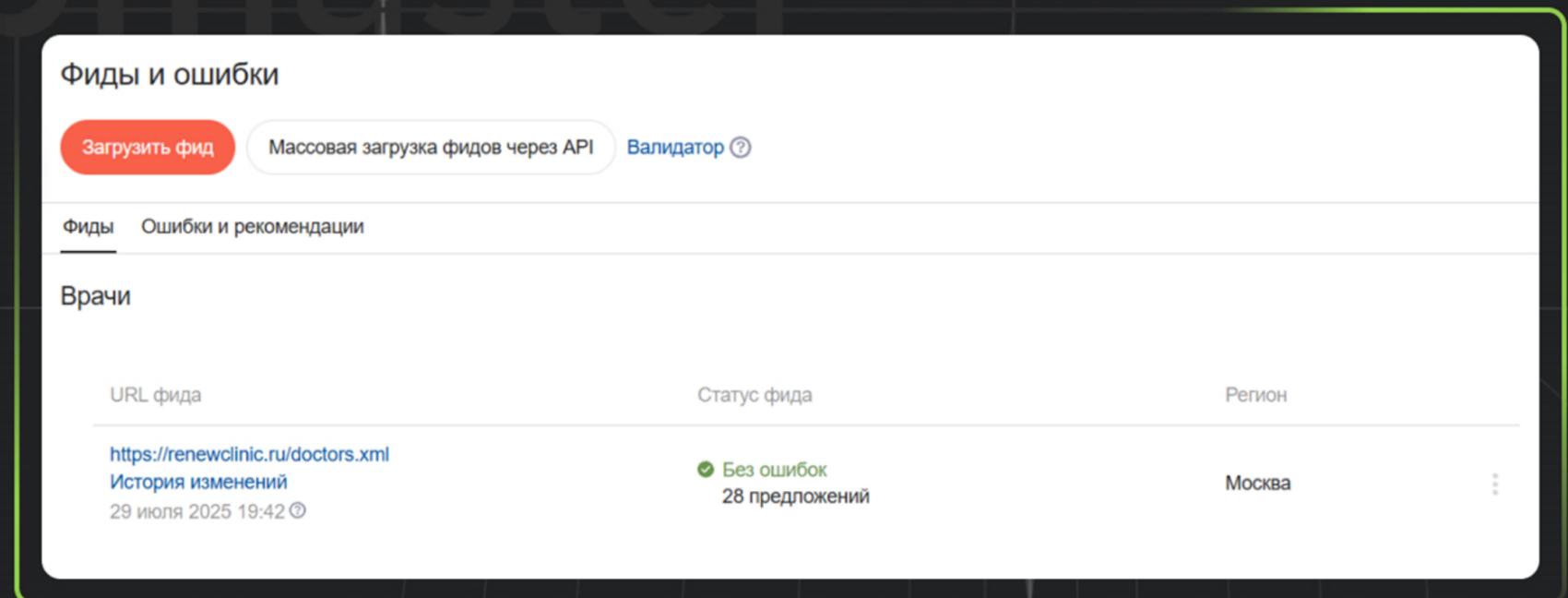


ИСПОЛЬЗОВАЛИ ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЯНДЕКСА: ФИД ПО ВРАЧАМ

Что мы сделали:

- Структурировали данные о врачах и собрали фид по требованиям Яндекса
- Загрузили фид в Яндекс.Вебмастер и прошли модерацию.

Это дало клинике дополнительные показы в блоках с врачами и усилило траст в медийной и чувствительной для Яндекса тематике.



overclick

Результаты



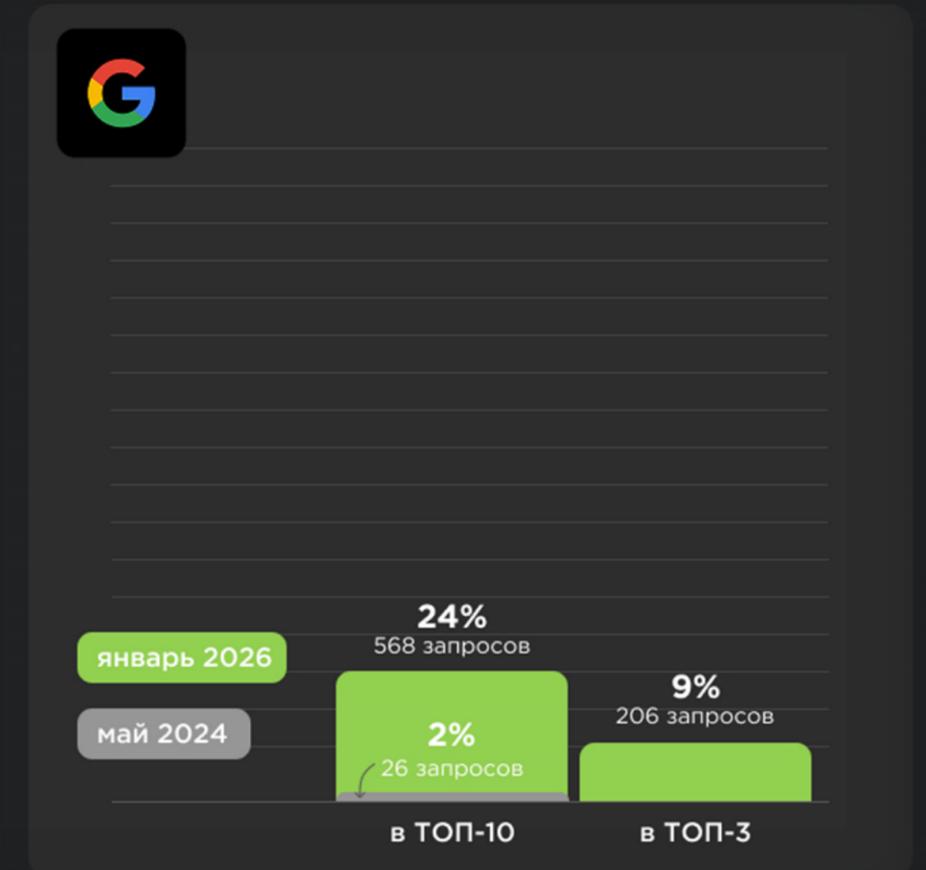
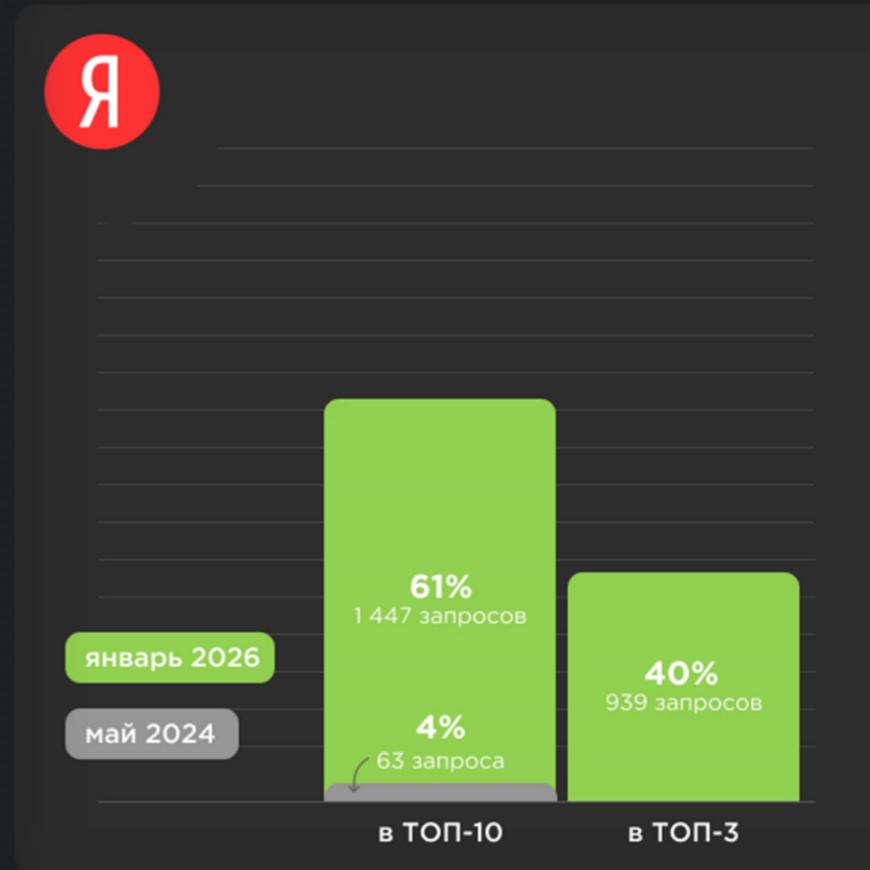
РОСТ ЦЕЛЕВОГО ПОИСКОВОГО ТРАФИКА

- **Май 2024:** 6 500 визитов из поиска, из них 2 870 – на раздел «Услуги»
- **Май 2025:** 26 000 визитов, из них 18 066 – на «Услуги» (почти ×4 общий и ×6 коммерческий трафик)
- После весны идет сезонный спад, но мы еще дважды возвращаемся к схожим цифрам осенью 2025 и в январе 2026 при том, что спроса в этот период меньше.



ДИНАМИКА ПОЗИЦИЙ

- **Яндекс:** май 2024 – 63 запроса в ТОП-10 (4% ядра); январь 2026 – 1 447 в ТОП-10 (61%), 939 в ТОП-3 (40%)
- **Google:** май 2024 – 26 запросов в ТОП-10 (2%); январь 2026 – 568 в ТОП-10 (24%), 206 в ТОП-3 (9%).



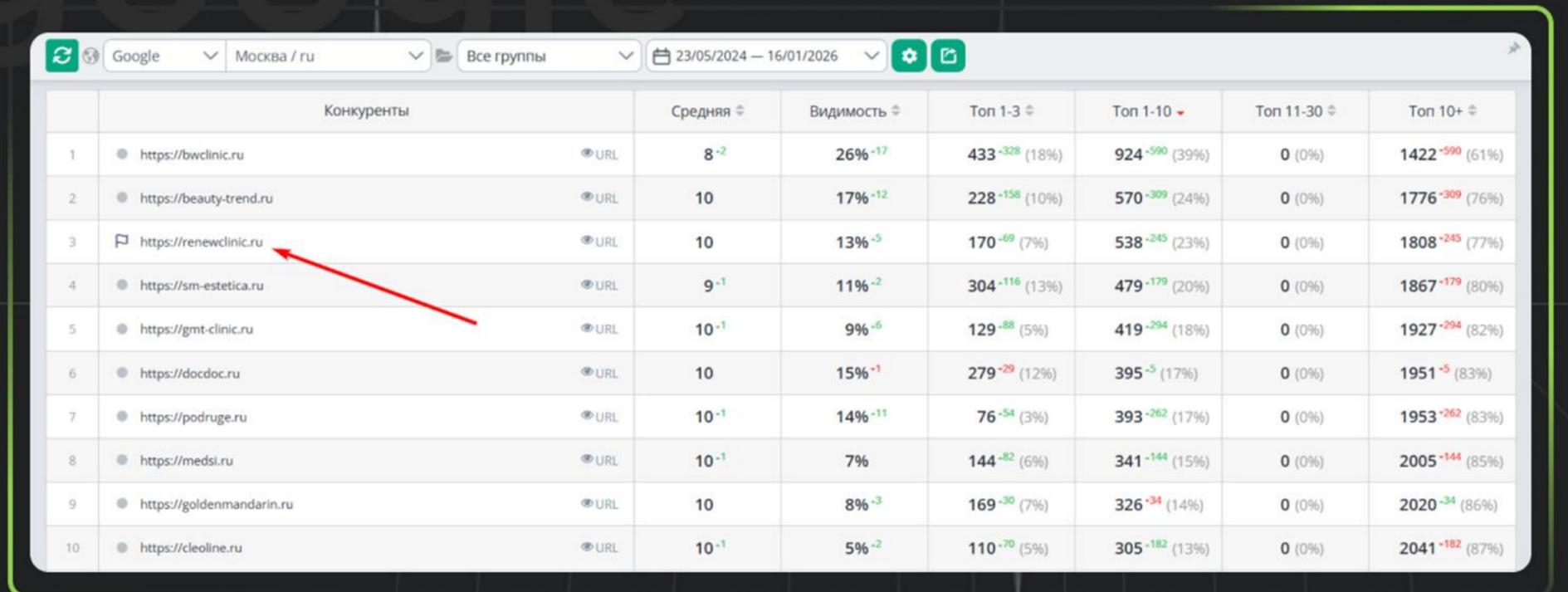
ВЫХОД В ЛИДЕРЫ ПОИСКА

Яндекс: 1-е место по количеству коммерческих запросов в ТОП-3 – выше Авито, агрегаторов и прямых конкурентов. Агрегаторы дают широкую информацию. Мы – глубину и релевантность. В этой теме это оказалось решающим

	Конкуренты	Средняя	Видимость	Топ 1-3	Топ 1-10	Топ 11-20	Топ 20+
1	https://renewclinic.ru	6 ⁻⁹	28% ⁻¹⁹	809 ⁻⁶³⁰ (67%)	953 ⁻⁶⁰⁷ (79%)	81 ⁻⁶⁵ (7%)	178 ⁻⁵⁴² (15%)
2	https://avito.ru	17 ⁻¹	7% ⁻³	75 ⁻⁸⁸ (6%)	270 ⁻⁷⁰ (22%)	92 ⁻²⁹ (8%)	850 ⁻⁴¹ (70%)
3	https://cidk.ru	17	5% ⁻¹	51 ⁻¹¹ (4%)	260 ⁻²⁷ (21%)	154 ⁻²² (13%)	798 ⁻⁴⁹ (66%)
4	https://uslugi.yandex.ru	17	8% ⁻²	140 ⁻²⁷ (12%)	251 ⁻³⁵ (21%)	71 ⁻¹ (6%)	890 ⁻³⁶ (73%)
5	https://plastica.onclinic.ru	17 ⁻¹	5% ⁻¹	54 ⁻¹⁷ (4%)	246 ⁻³³ (20%)	136 ⁻²⁹ (11%)	830 ⁻⁶² (68%)
6	https://bwclinic.ru	17 ⁻¹	5% ⁻¹	60 ⁻¹³ (5%)	244 ⁻²⁸ (20%)	92 ⁻³ (8%)	876 ⁻³¹ (72%)
7	https://yandex.ru	18 ⁻¹	15% ⁻¹	134 ⁻²⁷ (11%)	212 ⁻³⁷ (17%)	54 ⁻¹⁷ (4%)	946 ⁻²⁰ (78%)
8	https://profi.ru	18 ⁻¹	6% ⁻²	93 ⁻³⁷ (8%)	209 ⁻⁵⁴ (17%)	60 ⁻¹⁹ (5%)	943 ⁻³⁵ (78%)
9	https://clinic-ilchuk.ru	18 ⁻¹	4% ⁻³	51 ⁻³² (4%)	192 ⁻⁸⁸ (16%)	155 ⁻¹⁷ (13%)	865 ⁻¹⁰⁵ (71%)
10	https://podruga.ru	18 ⁻¹	4% ⁻¹	36 ⁻¹ (3%)	180 ⁻³⁰ (15%)	154 ⁻²⁴ (13%)	878 ⁻⁵⁴ (72%)

ВЫХОД В ЛИДЕРЫ ПОИСКА

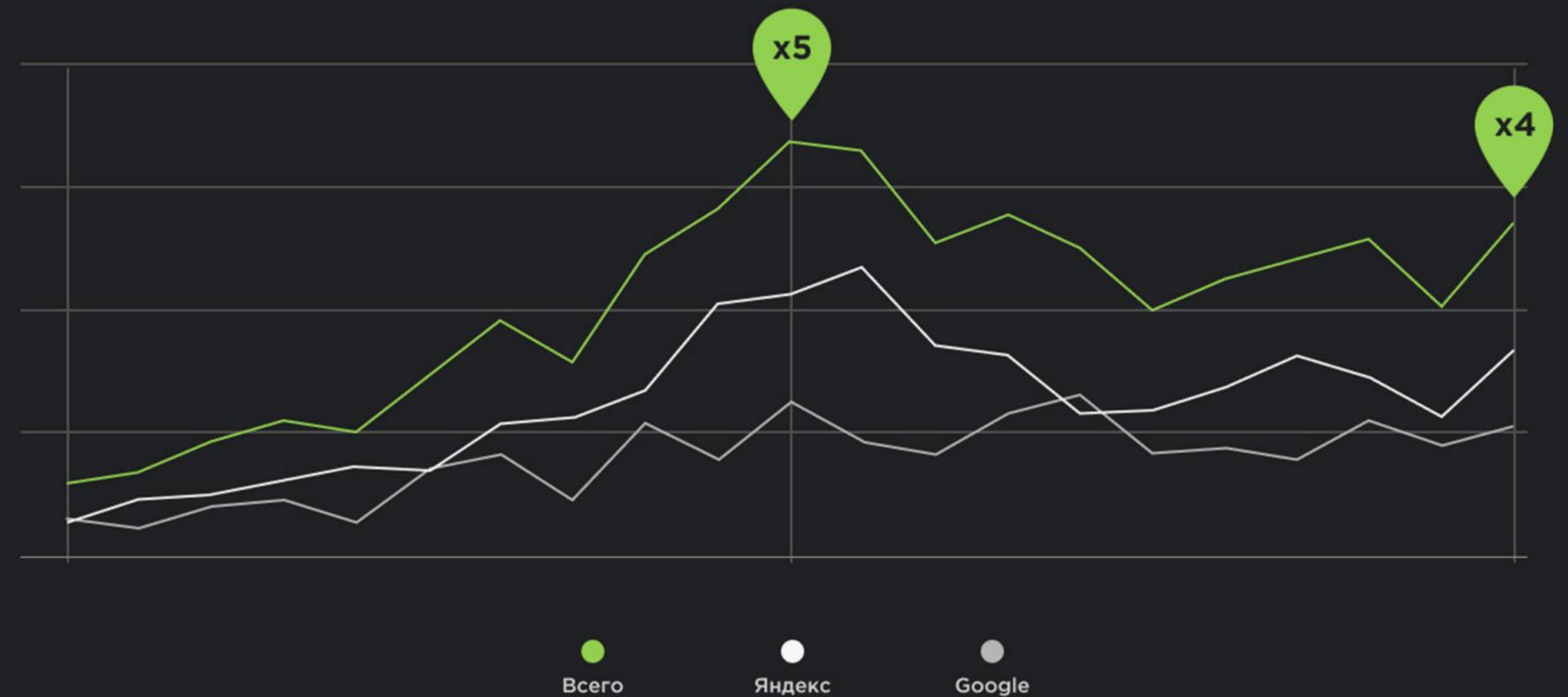
Google: в пуле лидеров, 3-я позиция.



	Конкуренты	Средняя	Видимость	Топ 1-3	Топ 1-10	Топ 11-30	Топ 10+
1	https://bwclinic.ru URL	8 ⁻²	26% ⁻¹⁷	433 ⁻³²⁸ (18%)	924 ⁻⁵⁹⁰ (39%)	0 (0%)	1422 ⁻⁵⁹⁰ (61%)
2	https://beauty-trend.ru URL	10	17% ⁻¹²	228 ⁻¹⁵⁸ (10%)	570 ⁻³⁰⁹ (24%)	0 (0%)	1776 ⁻³⁰⁹ (76%)
3	https://renewclinic.ru URL	10	13% ⁻⁵	170 ⁻⁶⁹ (7%)	538 ⁻²⁴⁵ (23%)	0 (0%)	1808 ⁻²⁴⁵ (77%)
4	https://sm-estetica.ru URL	9 ⁻¹	11% ⁻²	304 ⁻¹¹⁶ (13%)	479 ⁻¹⁷⁹ (20%)	0 (0%)	1867 ⁻¹⁷⁹ (80%)
5	https://gmt-clinic.ru URL	10 ⁻¹	9% ⁻⁶	129 ⁻⁸⁸ (5%)	419 ⁻²⁹⁴ (18%)	0 (0%)	1927 ⁻²⁹⁴ (82%)
6	https://docdoc.ru URL	10	15% ⁻¹	279 ⁻²⁹ (12%)	395 ⁻⁵ (17%)	0 (0%)	1951 ⁻⁵ (83%)
7	https://podruga.ru URL	10 ⁻¹	14% ⁻¹¹	76 ⁻⁵⁴ (3%)	393 ⁻²⁶² (17%)	0 (0%)	1953 ⁻²⁶² (83%)
8	https://medsi.ru URL	10 ⁻¹	7%	144 ⁻⁸² (6%)	341 ⁻¹⁴⁴ (15%)	0 (0%)	2005 ⁻¹⁴⁴ (85%)
9	https://goldenmandarin.ru URL	10	8% ⁻³	169 ⁻³⁰ (7%)	326 ⁻³⁴ (14%)	0 (0%)	2020 ⁻³⁴ (86%)
10	https://cleoline.ru URL	10 ⁻¹	5% ⁻²	110 ⁻⁷⁰ (5%)	305 ⁻¹⁸² (13%)	0 (0%)	2041 ⁻¹⁸² (87%)

РОСТ ЗАЯВОК

С мая 2024 по январь 2026 количество заявок с страниц услуг выросло в 4 раза за счёт роста коммерческого трафика и конверсии, а в период повышенного спроса (весной 2025) рост был в 5 раз



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы выполнили оптимизацию сайта под конкретную задачу бизнеса:

- Зашли на сайт с техническими проблемами и слабым контентом
- Получили «игнор» от разработчиков
- Дотаскивали реализацию, потому что нам было не все равно
- Создали страницы, проработали охват, структуру и экспертизу
- Раскачали и трафик, и заявки по тем услугам, что важны бизнесу
- Яндекс поставил сайт выше Авито и агрегаторов.

Это не про количество текстов или чек-листов, а про качество решений. Погружение в детали важно – что и доказывает данный кейс, ставший №1 в конкурентной нише в Москве.

overclick

Спасибо за внимание!