

Как **увеличить** трафик успешного аптечного маркетплейса до 6,1 млн в месяц

3,8 млн визитов в месяц — казалось бы, это уже отличный результат для аптечного маркетплейса.

Но что, если повысить планку? Даже в условиях высокой конкуренции и хорошо развитого сайта нам удалось увеличить трафик в 1,6 раза.



Информация о проекте

Клиент: Крупный аптечный маркетплейс с миллионной аудиторией и сильной позицией в органической выдаче.

Сфера: Сеть аптек | Регион: Россия

Тип услуги: SEO-продвижение | Период: С 2023 по 2025 год

Задачи

Перед специалистами отдела TURBO PRO были поставлены следующие цели:

-  Увеличить трафик на сайт
-  Повышение коммерческой эффективности
-  Соблюдение требований поисковых систем к сайтам категории YMYL
-  Поиск новых точек роста при уже высоких исходных показателях

Особенности НИШИ



Сложности

Клиент искал не просто подрядчиков, а тех, кто сможет стать частью бизнес-процессов компании и разделить ее ценности

1 Выстраивание бизнес-процессов

Единые бизнес-процессы

Мы столкнулись с трудностями из-за различий в бизнес-процессах. В агентстве Demis Group процессы четко выстроены. Есть стандартные форматы отчетности и рекомендаций, которые хорошо работают в других проектах. Вначале мы пытались «подстроить» клиента под себя. Но практически каждое наше предложение вызывало массу вопросов. В какой-то момент стало казаться, что мы говорим на разных языках. Ситуация начала утомлять всех. В итоге мы пересмотрели работу, подстроившись под удобный для клиента формат. Наша команда создала отдельные отчеты, которые каждую неделю собирают информацию по основным метрикам. Для того, чтобы быстрее обработать такой массив данных, были созданы специальные автоматизированные таблицы.

Единый словарь терминов

Для успешной работы с клиентом важно использовать единую терминологию, чтобы избежать недоразумений. В нашем случае даже такие термины, как «раздел» и «категория», которые кажутся синонимами, для клиента имели четкое различие. Это стало первым сигналом для нас, что необходимо глубже погрузиться в специфику.

Так у нас появился свой внутренний словарь. Мы фиксировали терминологию, которую использует клиент, уточняли значения и тщательно следили, чтобы эти термины присутствовали в наших отчетах, рекомендациях и коммуникациях.

Единое информационное поле

Мы подключились к таск-менеджеру, в котором работает команда клиента, и стали активно участвовать в рабочих встречах. Коммуникация по проекту была по-настоящему плотной: в течение недели каждый из участников команды мог побывать на 1-2 рабочих встречах.

2 Техническая оптимизация

Несмотря на то, что проект изначально находился в хорошем состоянии и не нуждался в серьезных доработках, регулярный аудит оставался важной частью работы. Ведь сайт активно развивается: ежедневно добавляются новые материалы, обновляются страницы, и это повышает риск появления ошибок. Поэтому мы регулярно контролируем техническое состояние сайта. Кроме того, любые изменения проходят через 3 ступени контроля. Это позволяет свести почти к нулю появление ошибок.

3 Расширение структуры сайта

Одной из ключевых стратегий продвижения было расширение структуры сайта. Поскольку мы не могли добавлять новые товары, акцент был сделан на поиске и создании подкатегорий, которых еще не было, но которые пользовались спросом у аудитории. Например, предлагали создавать страницы, основанные на свойствах препаратов (антиоксиданты, противовирусные) или специфических запросах по заболеваниям (профилактика гриппа, лечение аллергии).

Такие страницы наполнялись существующими карточками товаров и начинали привлекать трафик благодаря продуманной структуре и соответствию пользовательским запросам.

4 Работа с коммерческими и E-E-A-T-факторами

Проект относится к так называемой YMYL-тематике (Your Money or Your Life). Такие сайты находятся под колпаком у поисковых систем и очень серьезно мониторятся. Несмотря на то, что основные моменты на сайте уже были реализованы (например, блок с авторами), пришлось поработать с более тонкими моментами. Например, на страницах с карточками БАДов мы внедрили плашки с важной информацией: «БАД. Не является лекарственным препаратом».

Кроме того мы добавляли:

- ссылки на единый государственный реестр лекарственных средств;
- сертификаты для товаров;
- уточнения в описаниях продуктов.

Все эти действия усиливали E-E-A-T (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) сайта и помогли улучшить его позиции в выдаче.

Характеристики

Торговое название	Шалфей Natur Produkt
Форма выпуска	таблетки
Первичная упаковка	блистер
Количество в упаковке	24
Производитель	Dr.med.Aufdermaur AG
Страна	Швейцария
Срок годности	3 года
Условия хранения	При температуре не выше 25 °C

Противопоказания БАД: БАД. НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

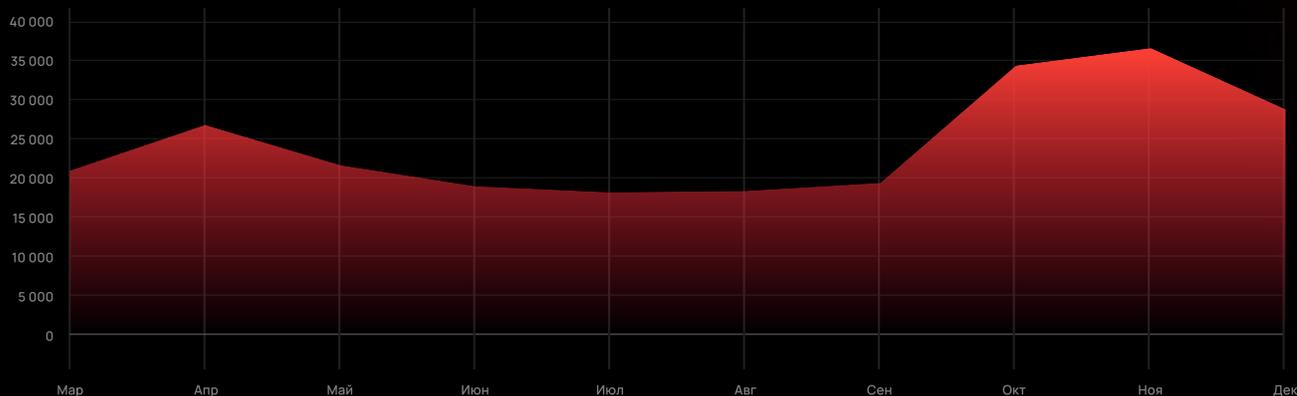
Представлено описание активных веществ лекарственного препарата. Описание препарата основано на официально утверждённой инструкции по применению от производителя-производителя. Приведённое описание носит исключительно информационный характер и не может быть использовано для принятия решения о возможности применения конкретного лекарственного препарата.

5 Информационный контент

Большую часть трафика сайта составляют информационные запросы. Они играют ключевую роль в воронке продаж, ведь часто первое взаимодействие с аудиторией происходит на этапе поиска решения проблемы.

Чтобы покрыть такие запросы, мы заранее планировали актуальные темы, подбирая их под сезонные и популярные тренды. Подготовка велась заблаговременно — за 1-2 месяца до публикации. Такой подход позволил нам создать статьи, которые приносили значительный трафик. Например, одна из наших публикаций ежемесячно набирает около 20 000 визитов, в пике — до 36 000.

Визит



Для каждой статьи в обязательном порядке указываются не только ФИО автора, но и его специализация.

Важно, чтобы статью визировал именно профильный специалист. Например, материал по кардиологии — кардиолог.

Результат

С 71 до 84 %

увеличилась видимость
сайта в Яндекс по ядру
из 30 000 запросов

В 1,6 раза

увеличился
органический трафик
за год работы

С 8 до 35 %

увеличилась видимость
сайта в Google по ядру
из 30 000 запросов

Динамика изменения трафика

Визит

