

Креатив и оптимизация: друзья или враги?

Пьеса в 4-х действиях с прологом и эпилогом



Действующие лица:

Владелец сайта

Посетитель сайта

Копирайтер или креативщик

Оптимизатор

Разработчик сайта

Текст

Поисковая система



Кто что хочет от сайта:

*Быстренько
удовлетворить свою
потребность, желательно
бесплатно!*

Посетитель сайта

*Посетители....
Клиенты....
ПРИБЫЛЬ!!!*

Владелец сайта

*ТОП 10
Любой ценой!*

Оптимизатор

*Творчество,
Признание...
ПОКРЕАТИВИТЬ хочу!*

Креативщик

*Быстрее бы закончить
работу, получить оплату
да хорошую работу в
портфолио*

Разработчик



Кто что хочет от текста на сайте:

*Предельно понятно,
Коротко, конкретно,
С картинками.
А можно совсем не
думать??*

Посетитель сайта

*Почитать бы о себе,
любимом, что-нибудь
интересное....*

Владелец сайта

*Ключевых слов побольше
(желательно
гиперссылками), картинок
и другого мусора
поменьше.*

Оптимизатор

*Творчество,
Признание...
КРЕАТИВУ хочу!*

Креативщик

Ммм...

Разработчик



Требования, предъявляемые к текстам на сайте ВЫШЕ, чем к любым другим текстам

Особенности восприятия текста с экрана монитора

Широкая неравномерная аудитория

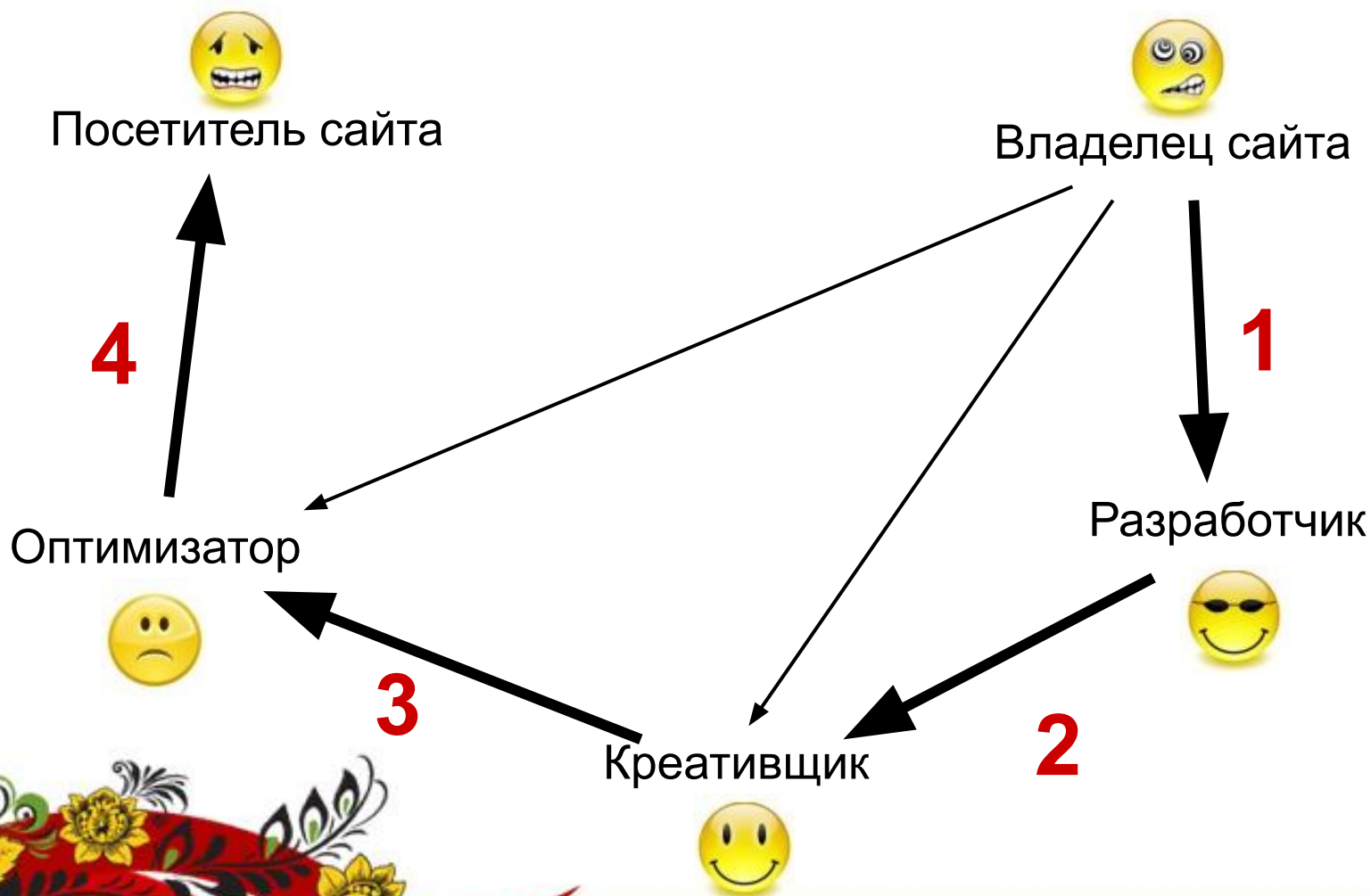
Особенности индексации текстов поисковыми системами

Высокая конкуренция среди видов контента: графика, видео, аудио

Высокая конкуренция среди сайтов: конкурент на расстоянии одного клика



Действие 1: Путешествие Текста «По кругу».



Результат:

Скучный, длинный текст.

Множество ключевых слов.

Присутствуют «недобитые» остатки креатива.

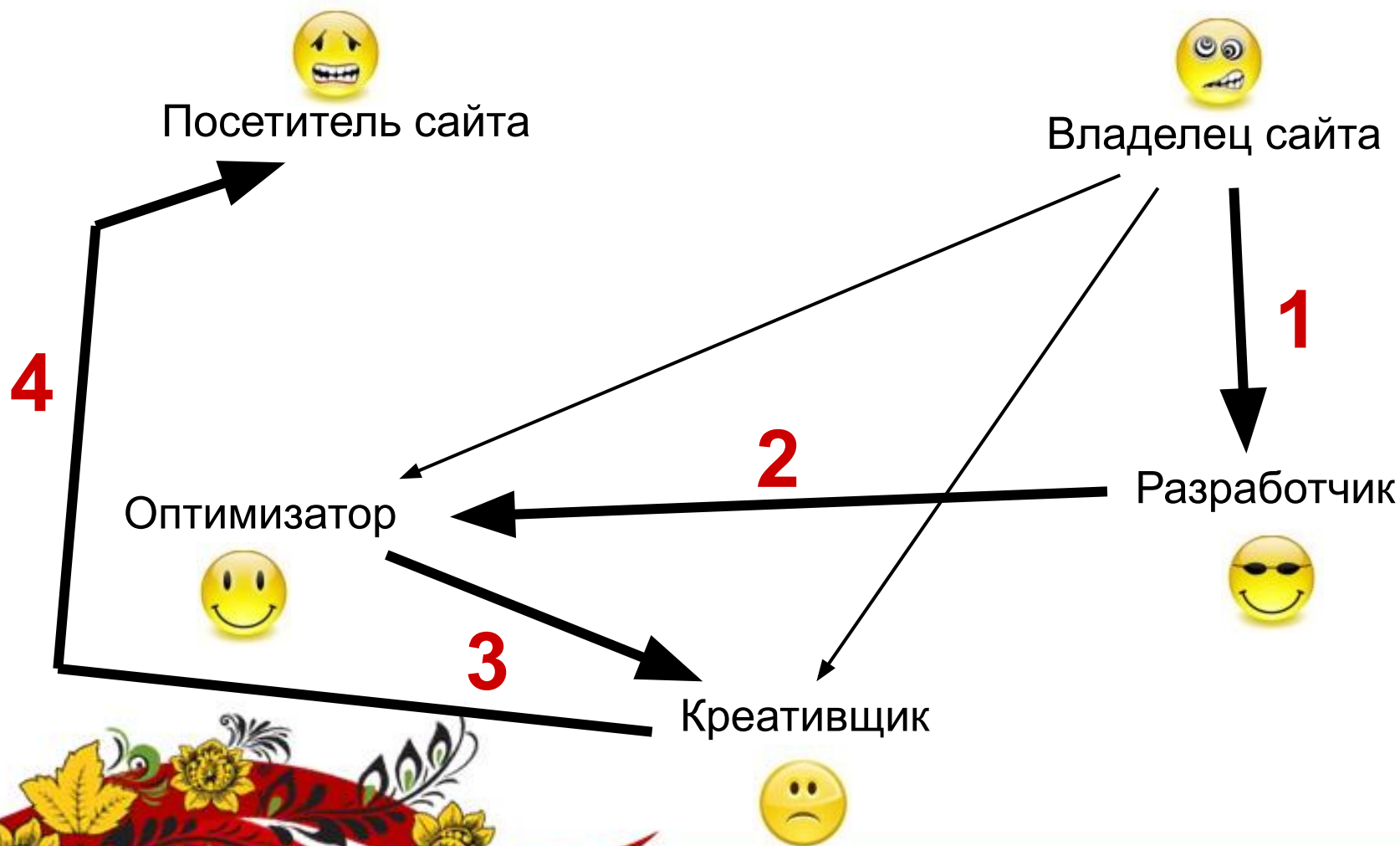
Поисковые системы в целом сайт любят и ставят его в ТОПы.

Посетитель сайта, если не засыпает, с трудом добирается до середины страницы. Обратной связи нет.

Владелец сайта медленно разочаровывается в методах интернет-маркетинга.



Действие 2: Путешествие Текста «По рукам».



Результат:

Текст отличается .

Ключевых слов достаточно.

Присутствуют «недобитые» остатки креатива.

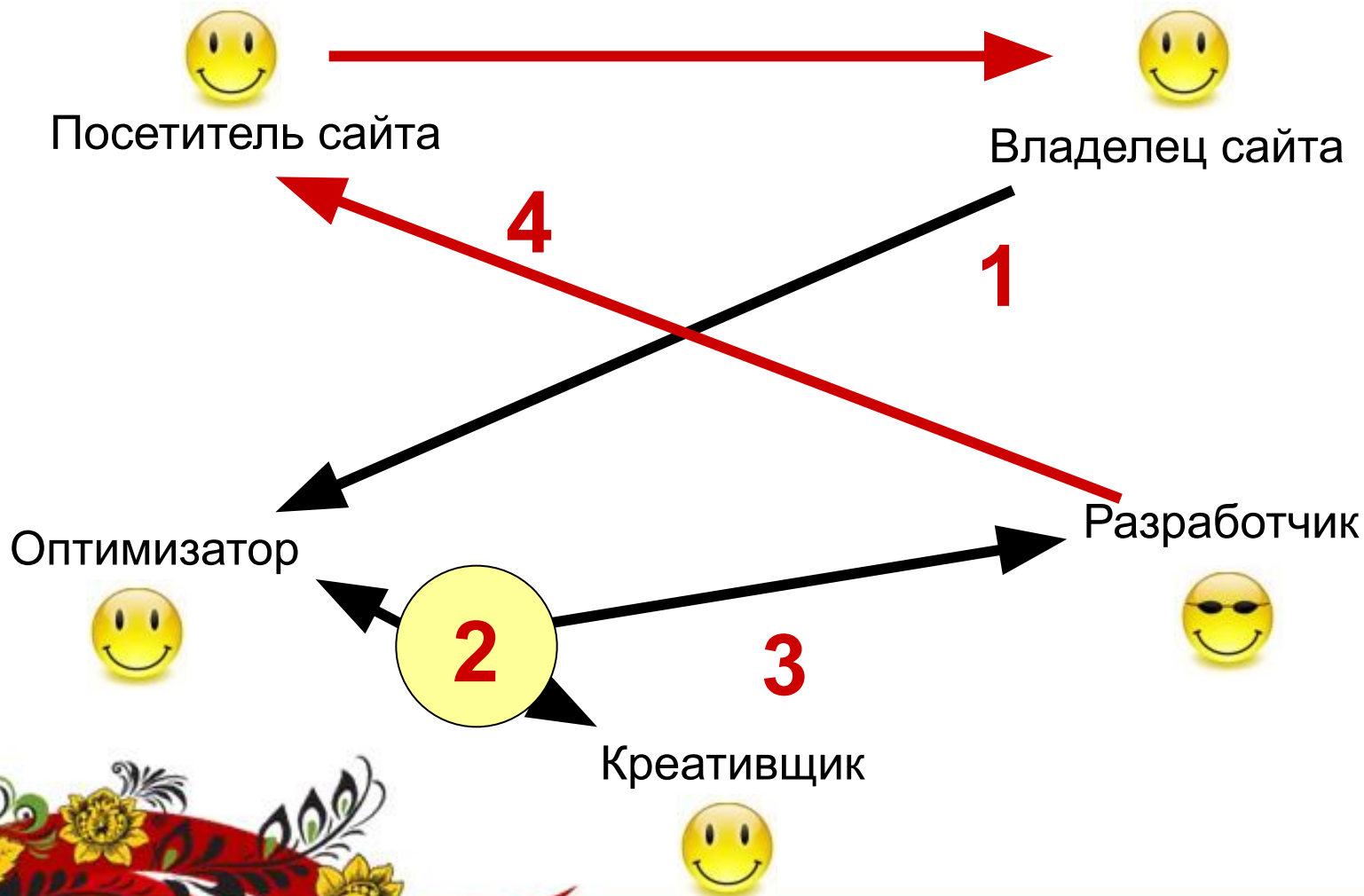
Поисковые системы сайт видят, но до ТОПа далеко.

Посетитель сайта иногда с интересом читает текст, но не всегда понимает его смысл, поэтому не звонит и не пишет.

Владелец сайта медленно разочаровывается в методах интернет-маркетинга.



Действие 3: Путешествие Текста «Счастливое».



Результат:

Текст интересен .

Ключевых слов достаточно.

Текст «вкусен» для поисковых систем, т.к. уникален и в меру оптимизирован.

Посетитель сайта с интересом читает структурированный, понятный текст и дает обратную связь.

Владелец сайта убеждается в действенности методов интернет-маркетинга.



Что делать?

Оптимизатору

- сместить приоритеты от ТОП3-10 к удовлетворению потребностей Посетителя;
- советоваться с Копирайтером («внешним» или «внутренним»);

Копирайтеру

- знать основы поисковой оптимизации;
- совместно с Оптимизатором обязательно разговаривать с представителями Владельца сайта, работающими с Клиентами;



Что делать?

Разработчику:

- строить работу с Владелльцем сайта так, чтобы он сначала думал о контенте для Посетителя, а потом только о себе;

Владельцу сайта:

- не экономить на привлечении профессиональной команды для создания контента сайта;



Екатерина Шукалова
info@fert.ru

