

SEO STRATEGY

PURINA ONE 2016

SEO 2015/2016

OVERVIEW

SEO 2015/2016

OBJECTIVES
53 QUERIES

TOP IN BRAND QUERIES

VISIBILITY IN TOP10 BY BRAND QUERIES

FIRST GOAL – TO BE VISIBLE FOR THOSE WHO IS SEARCHING THIS SITE

TOP IN PRODUCT QUERIES

VISIBILITY IN TOP10 BY PRODUCT QUERIES

SECOND GOAL – TO BE VISIBLE FOR THOSE WHO IS SEARCHING THIS PRODUCT

КОРМ ДЛЯ КОШЕК ПУРИНА

PURINA КОРМ ДЛЯ КОШЕК

КОРМ ДЛЯ КОТЯТ ПУРИНА

70% TOP10

СУХОЙ КОШАЧИЙ КОРМ

КОРМ ДЛЯ ДОМАШНИХ КОШЕК

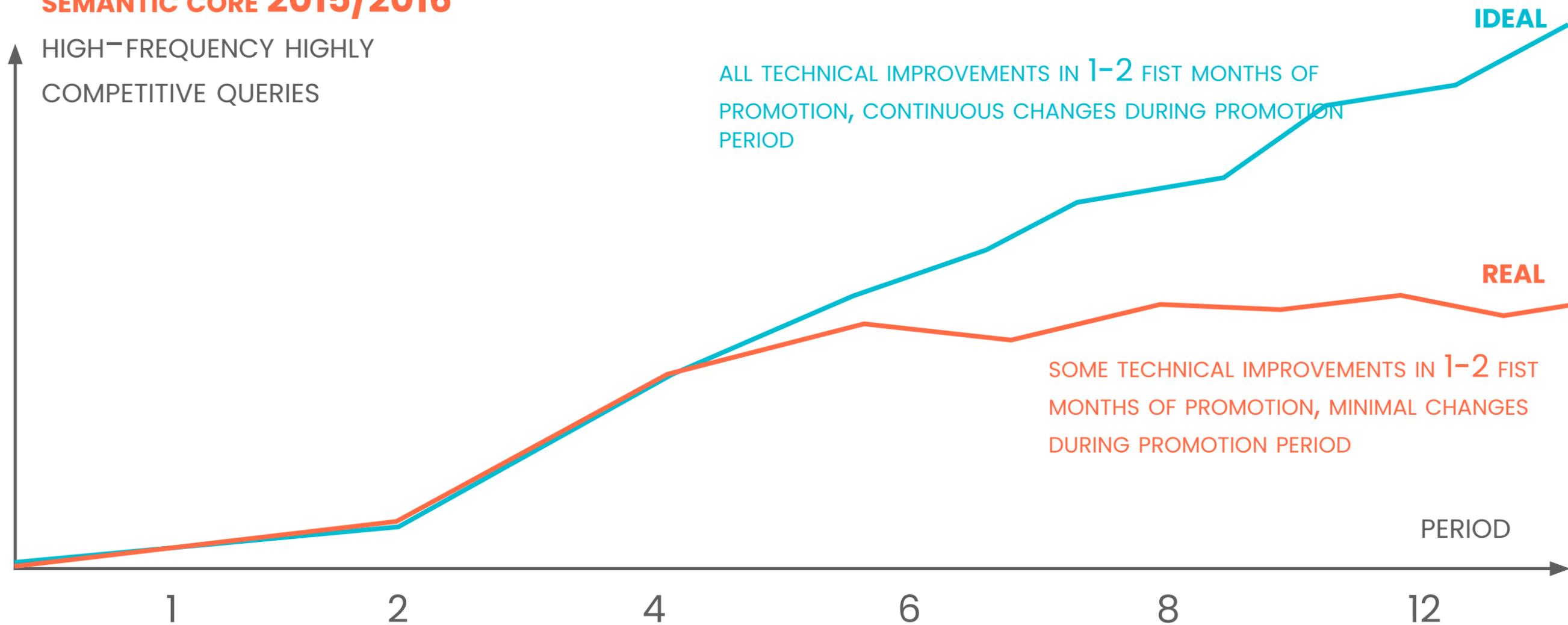
КОРМ ДЛЯ ПОЖИЛЫХ КОШЕК

SEO 2015/2016

KPI ACHIEVEMENT

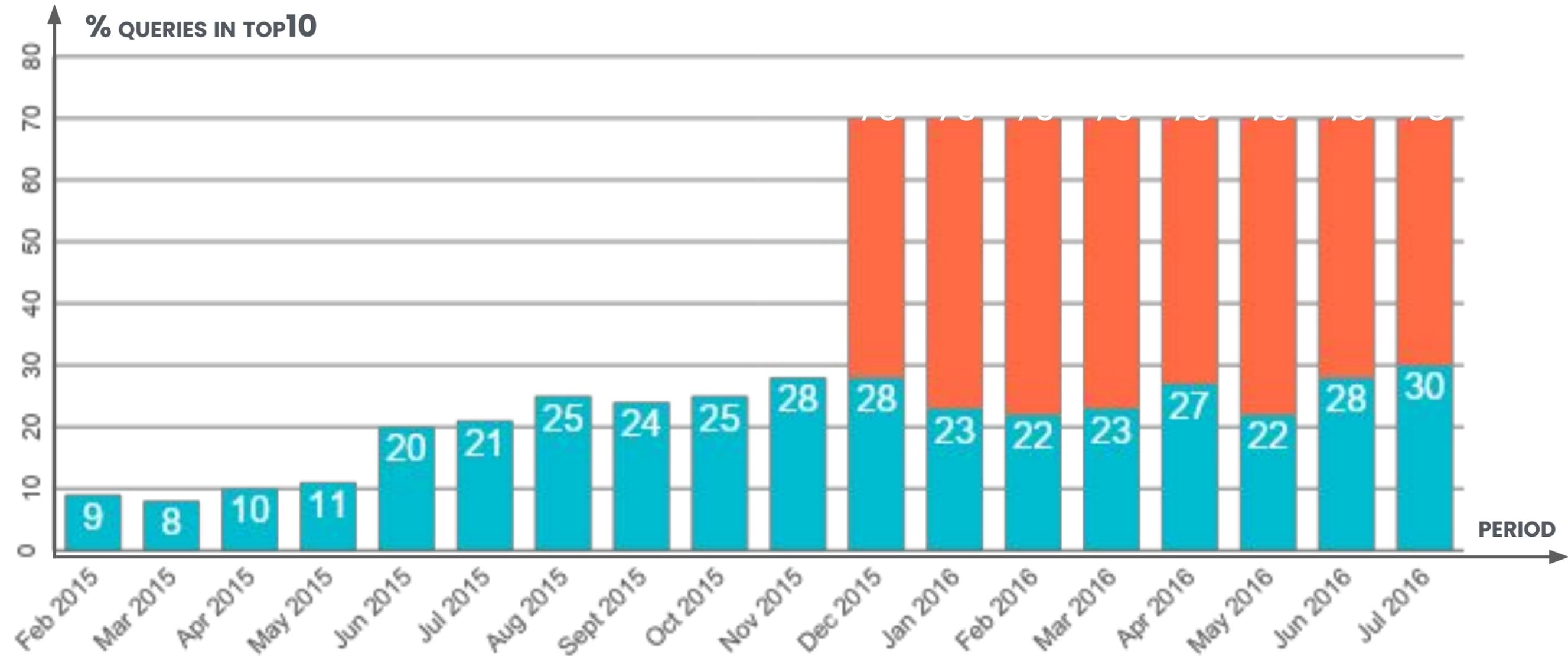
SEMANTIC CORE 2015/2016

HIGH-FREQUENCY HIGHLY
COMPETITIVE QUERIES



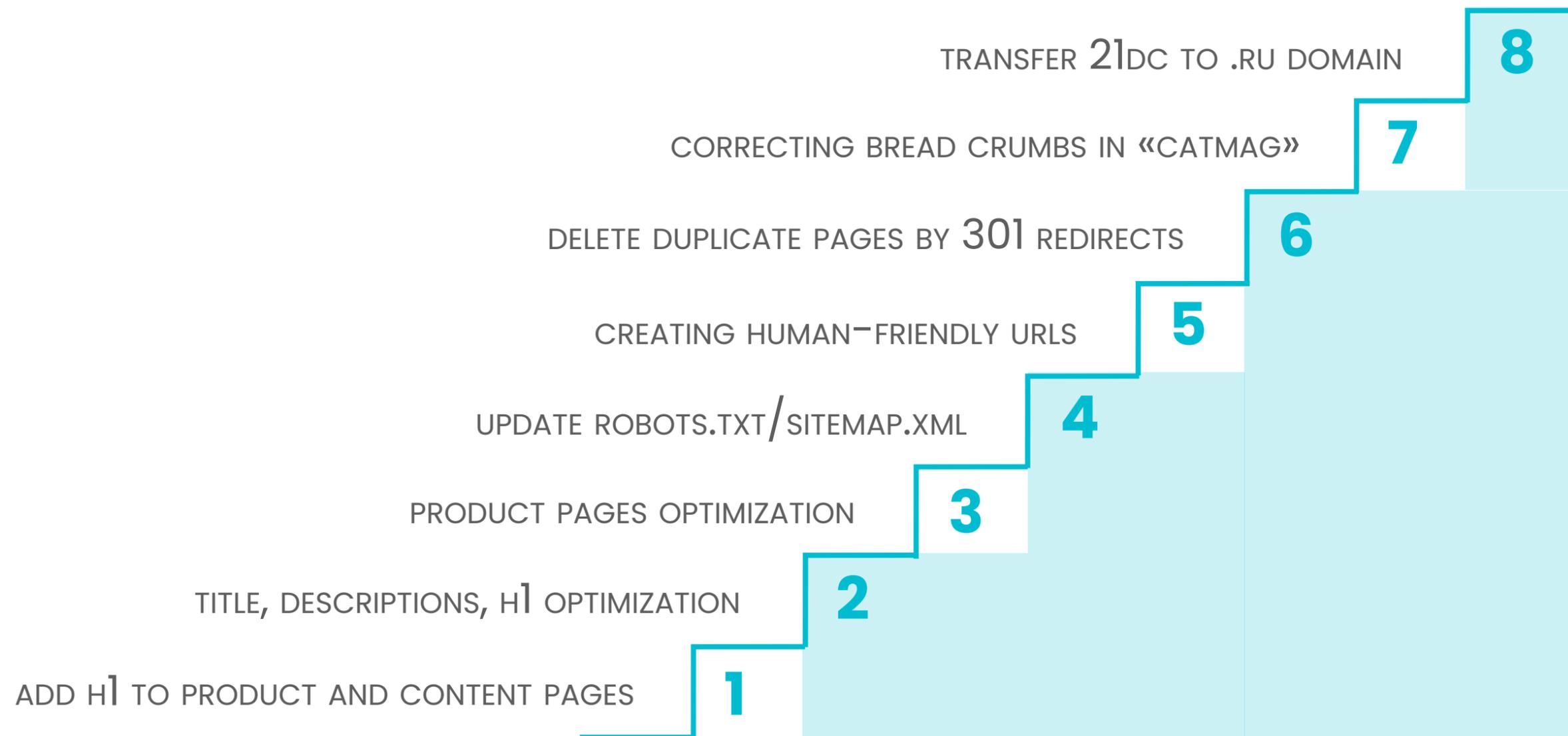
SEO 2015/2016

PLAN/FACT



SEO 2015/2016

COMPLETED TASKS



SEO 2015/2016

UNCOMPLETED TASKS&PROBLEMS

UNCOMPLETED RESOLVED TASKS

- УЛУЧШЕНИЕ СКОРОСТИ ЗАГРУЗКИ СЕРВЕРА
- СОКРАЩЕНИЕ/УДАЛЕНИЕ CSS/JS КОДА ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ СКОРОСТИ ОТОБРАЖЕНИЯ КОНТЕНТА
- REDESIGN 404 PAGE
- ОБНОВЛЕНИЯ РАЗДЕЛА ИНФОГРАФИК ДЛЯ ВКЛЮЧЕНИЯ СТАТЕЙ
- ЗАКРЫТИЕ ИСХОДЯЩИХ ССЫЛОК В NOFOLLOW

PROBLEMS*

- ОТСУТСТВИЕ ТЕКСТА НА ГЛАВНОЙ СТРАНИЦЕ
- ОТСУТСТВИЕ КИРИЛЛИЧЕСКОГО НАЗВАНИЯ БРЕНДА

* – ПРОБЛЕМЫ, КОТОРЫЕ НЕ УДАЛОСЬ РЕШИТЬ

SEO 2015/2016

СКОРОСТЬ ЗАГРУЗКИ САЙТА

ПО ДАННЫМ СЕРВИСА PAGE SPEED INSIGHT

ДЕСКТОПНЫЕ УСТРОЙСТВА

! Исправьте обязательно:

Используйте кеш браузера

! Исправьте по возможности:

Сократите время ответа сервера

Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы

Не используйте переадресацию с целевой страницы

Оптимизируйте изображения

Сократите CSS

МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА

! Исправьте обязательно:

Удалите код JavaScript и CSS, блокирующий отображение верхней части страницы

Не используйте переадресацию с целевой страницы

Сократите время ответа сервера

Используйте кеш браузера

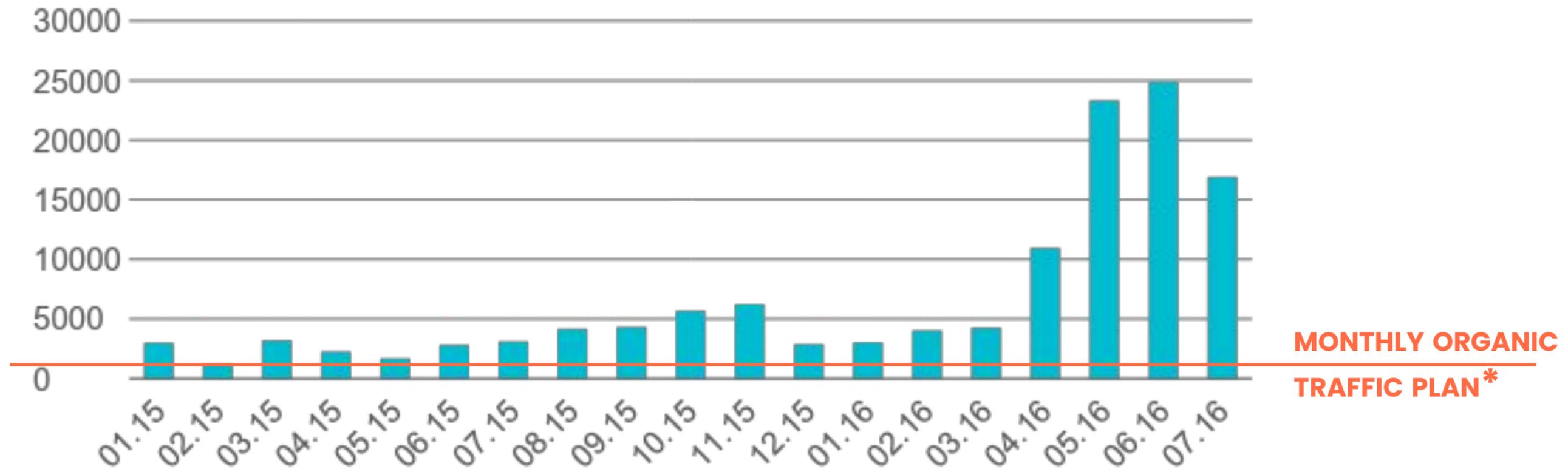
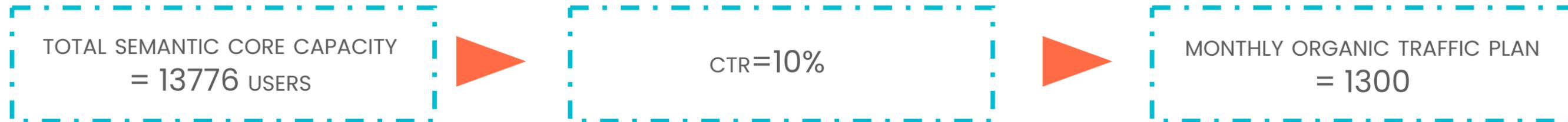
! Исправьте по возможности:

Оптимизируйте изображения

Сократите CSS

SEO 2015/2016

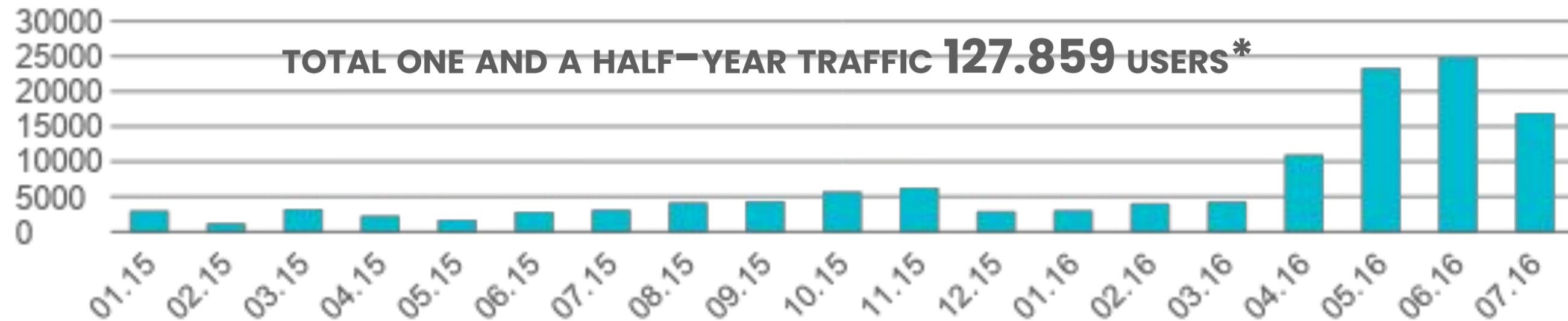
TWO-YEAR TRAFFIC



* – ТРАФИК БЕЗ УЧЕТА РАЗДЕЛА ПРОМО

SEO 2015/2016

BUDGET



2015/2016 - ORGANIC SEARCH USERS (GOOGLE ANALYTICS)																		
JAN 15	FEB 15	MAR 15	APR 15	MAY 15	JUN 15	JUL 15	AUG 15	SEPT 15	OCT 15	NOV 15	DEC 15	JAN 16	FEB 16	MAR 16	APR 16	MAY 16	JUN 16	JUL 16
2986	1190	3197	2252	1680	2812	3100	4153	4329	5689	6234	2890	3023	4022	4266	10959	23318	24857	16902
	-60,15 %	168,66 %	-29,56 %	-25,40 %	67,38 %	10,24 %	33,97 %	4,24 %	31,42 %	9,58 %	-53,64 %	4,60 %	33,05 %	6,07 %	156,89 %	112,77 %	6,60 %	-32,00 %
17,08p	42,86p	15,95p	22,65p	30,36p	18,14p	16,45p	12,28p	11,78p	8,96p	8,18p	17,65p	16,87p	12,68p	11,95p	4,65p	2,19p	2,05p	3,02p

* - ТРАФИК БЕЗ УЧЕТА РАЗДЕЛА ПРОМО

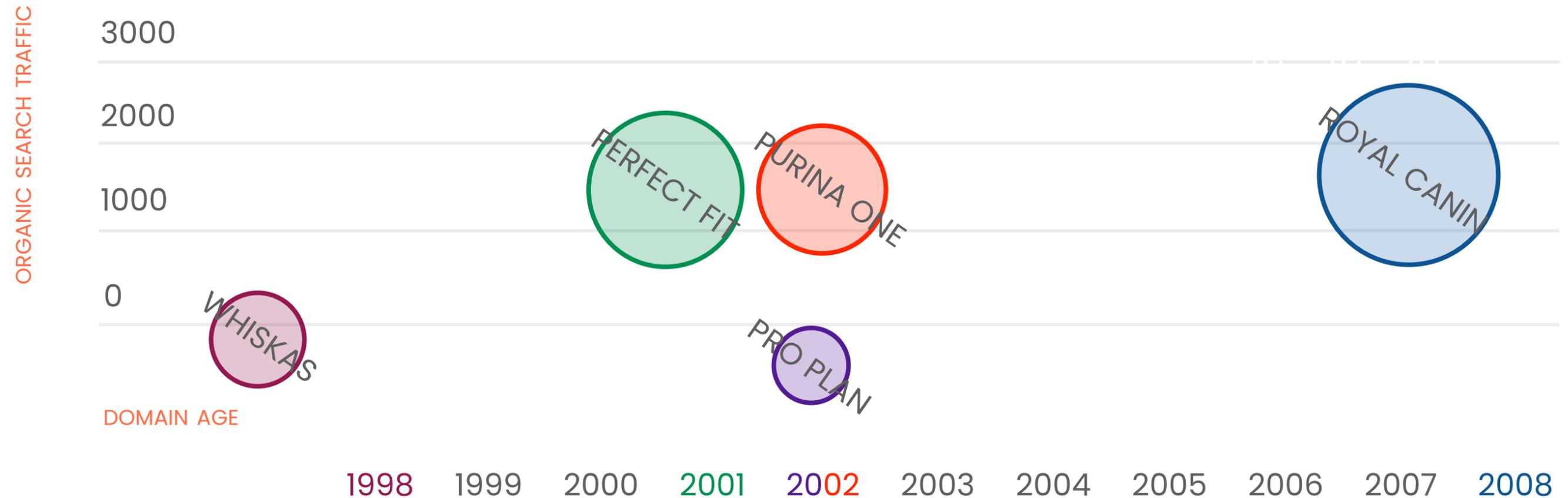
* - СТОИМОСТЬ ПЕРЕХОДА С ЯНДЕКС.ДИРЕКТА (КОНТЕКСТ) 60-300 РУБ.

SEO COMPETITORS

BRANDS

SEO COMPETITORS

COMPETITIVE VISIBILITY MAP (JUNE 2016)



* – РАССМОТРЕНА ВИДИМОСТЬ ПО ЗАБОТОВОЙ СЕМАНТИКЕ

SEO COMPETITORS

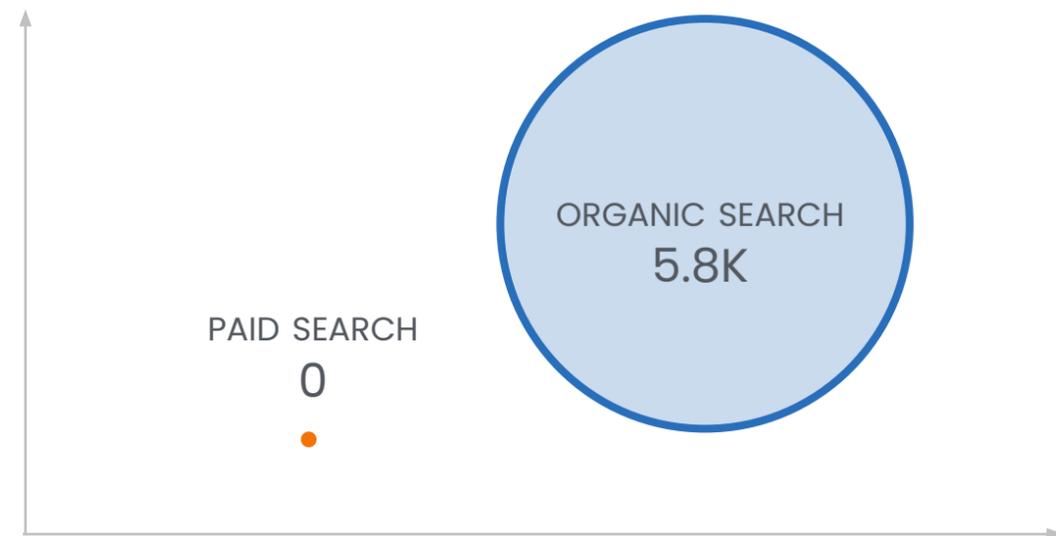
WHY PERFECT FIT HAS MORE TRAFFIC?



SEO COMPETITORS

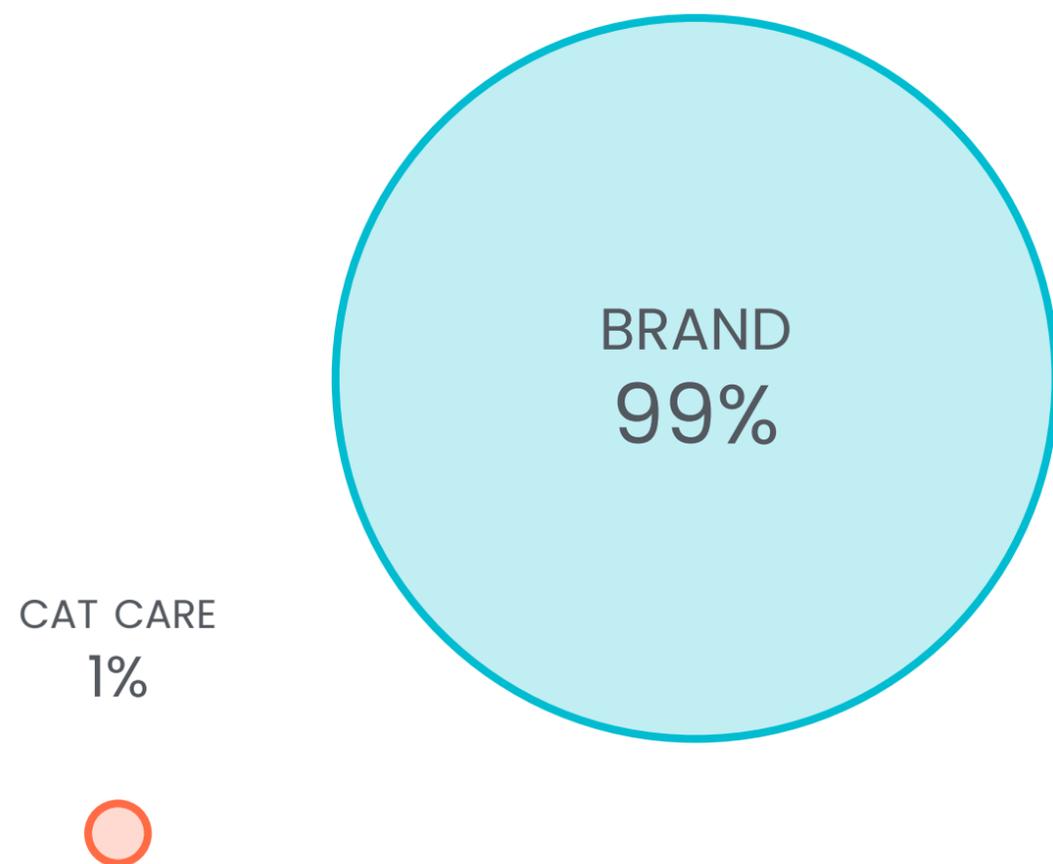
PRO PLAN

● ORGANIC SEARCH	● PAID SEARCH	● ОБРАТНЫЕ ССЫЛКИ	● МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА
5.8K +5% TRAFFIC	0 0% TRAFFIC	27.5K TOTAL BACKLINKS	0 0% ADS
SEMrush Rank: 18.6K	Keywords: 0 0%	Referring Domains: 27	Publishers: 0 0%
Keywords: 173 +4%	Traffic Cost: \$0 0%	Referring IPs: 27	
Traffic Cost: \$2.1K +6%			



SEO COMPETITORS

PRO PLAN ORGANIC TRAFFIC



1/ САЙТ ПОЛУЧАЕТ МАКСИМАЛЬНЫЙ БРЕНДОВЫЙ ТРАФИК КАК ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ БРЕНДА

2/ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТАТЬИ СПЕЦИАЛЬНО НЕ ОПТИМИЗИРОВАНЫ И ПОЛУЧАЮТ СЛУЧАЙНЫЙ ТРАФИК

HAS THE POTENTIAL

СТЕРИЛИЗАЦИЯ И КАСТРАЦИЯ КОШЕК, ПИТАНИЕ КОШЕК, СОСТАВЛЕНИЕ ПРАВИЛЬНОГО РАЦИОНА, ГРУМИНГ, УХОД ЗА ШЕРСТЬЮ И ЗУБАМИ, ЛЕЧЕНИЕ ВНУТРЕННИХ ПАРАЗИТОВ У КОШЕК

* – ЗА 100% ВЗЯТ КОШАЧИЙ ТРАФИК САЙТА

SEO COMPETITORS

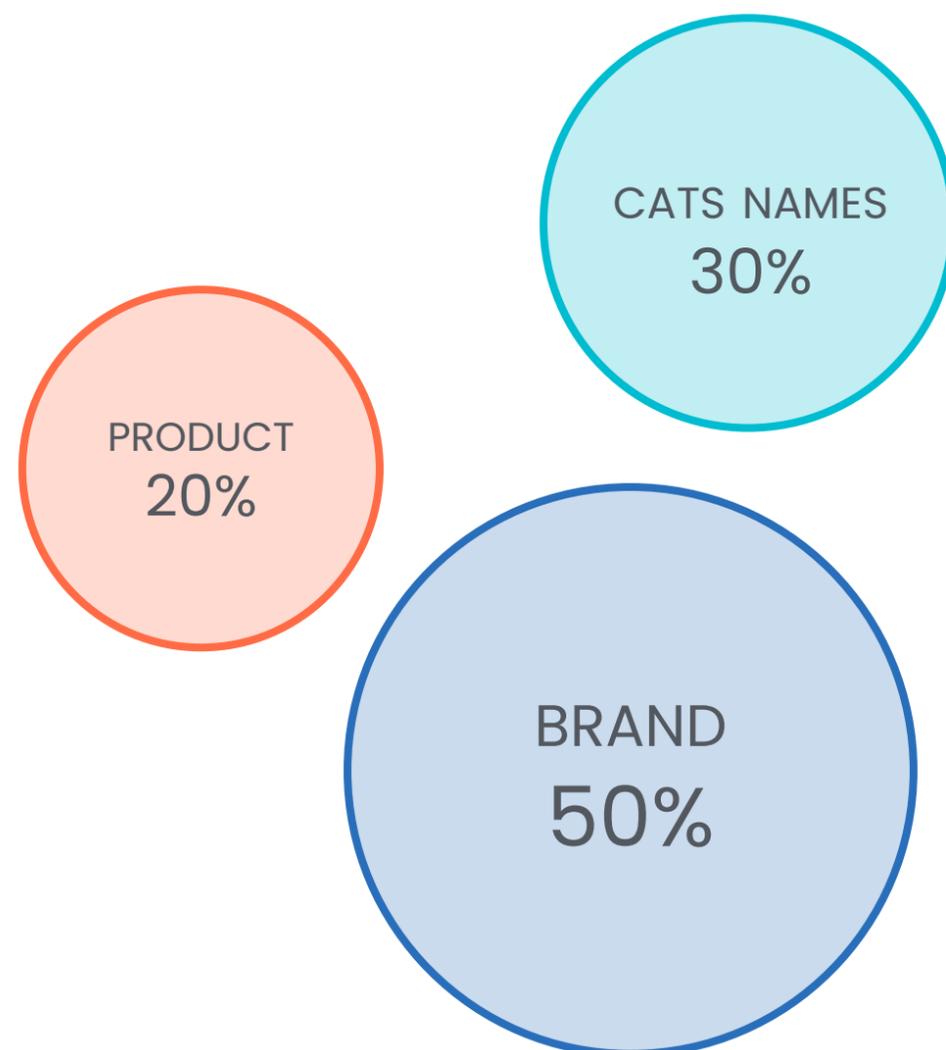
ROYAL CANIN

● ORGANIC SEARCH		● PAID SEARCH		● ОБРАТНЫЕ ССЫЛКИ		● МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА	
59.6K	-2%	TRAFFIC	208	-46%	TRAFFIC	58.5K	TOTAL BACKLINKS
SEMrush Rank	2.7K	Keywords	124	-3%	Referring Domains	704	0
Keywords	2.1K	+1%	Traffic Cost	\$70	-26%	Referring IPs	721
Traffic Cost	\$12.4K	+2%					0
							0%
							0%



SEO COMPETITORS

ROYAL CANIN ORGANIC TRAFFIC



1/ САЙТ ПОЛУЧАЕТ МАКСИМАЛЬНЫЙ БРЕНДОВЫЙ ТРАФИК КАК ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ БРЕНДА

2/ СЕРВИС ПО ПОДБОРУ ИМЕН ДЛЯ ПИТОМЦЕВ ПРИНОСИТ ВТОРУЮ ПО ОБЪЕМУ ДОЛЮ ТРАФИКА

3/ ТРАФИК ПО ПРОДУКТОВЫМ ЗАПРОСАМ

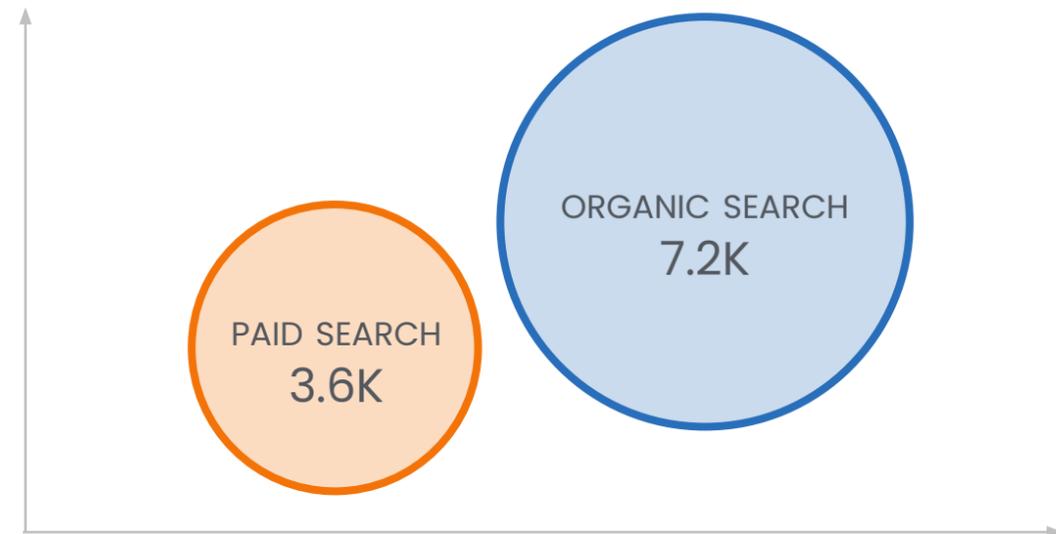
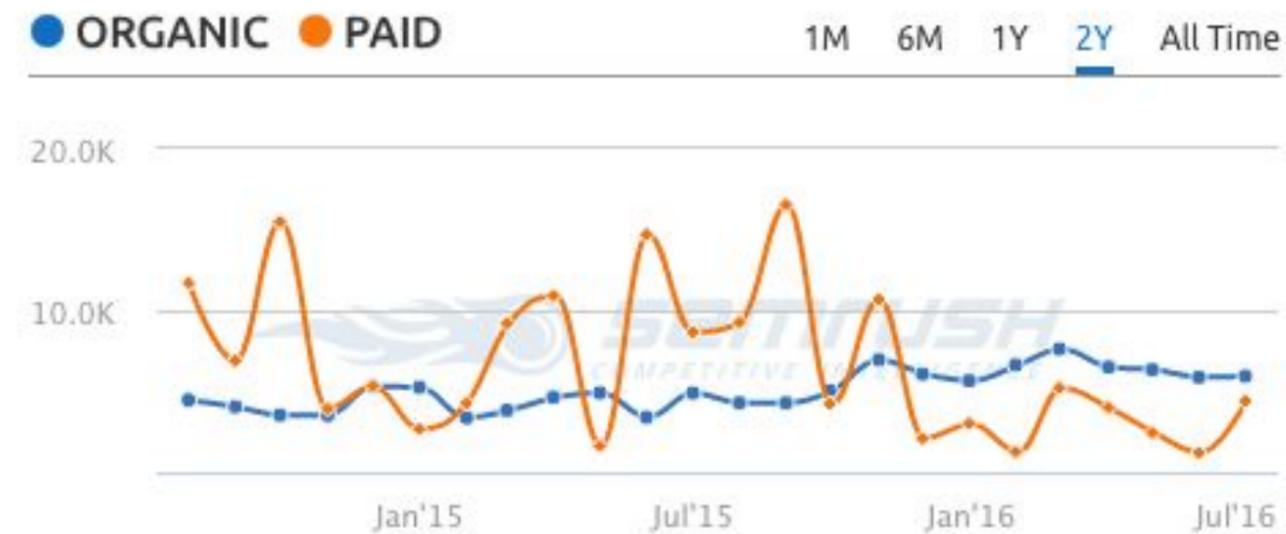
HAS THE POTENTIAL

ПОРОДЫ КОШЕК, УХОД ЗА КОШКАМИ, ЛЕЧЕНИЕ НЕСЛОЖНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ, ПИТАНИЕ И РАЗВИТИЕ КОШЕК

* – ЗА 100% ВЗЯТ КОШАЧИЙ ТРАФИК САЙТА

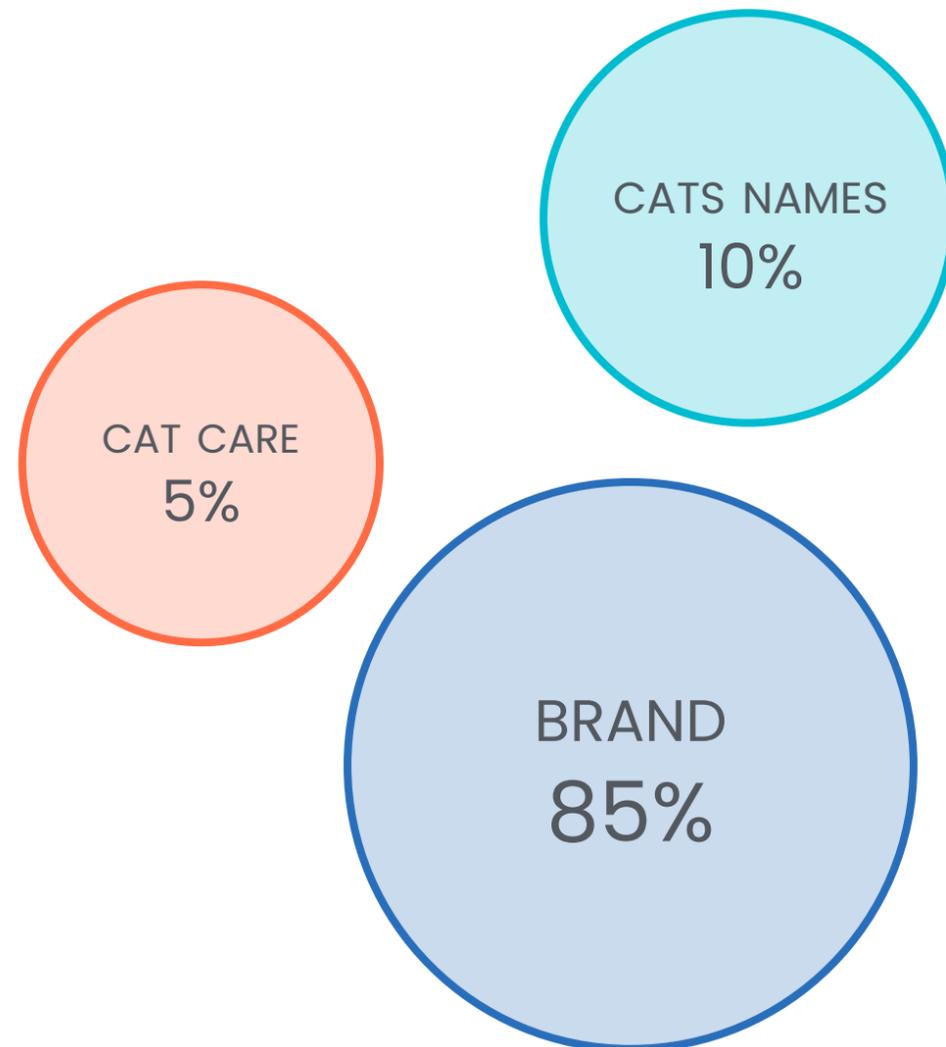
SEO COMPETITORS

WHISKAS



SEO COMPETITORS

WHISKAS ORGANIC TRAFFIC



1/ САЙТ ПОЛУЧАЕТ МАКСИМАЛЬНЫЙ БРЕНДОВЫЙ ТРАФИК КАК ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ БРЕНДА

2/ СТАТЬЯ «КАК НАЗВАТЬ КОТЕНКА» СОБИРАЕТ ВЕСЬ ТРАФИК ПО ЗАПРОСАМ, СВЯЗАННЫМ С ИМЕНАМИ КОШЕК

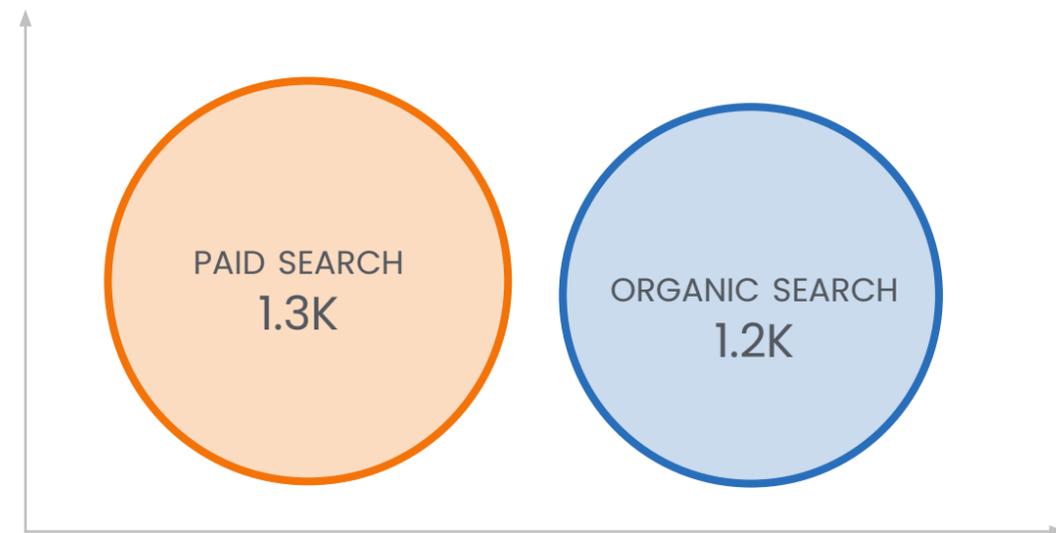
3/ НЕБОЛЬШУЮ ДОЛЮ ТРАФИКА ПРИНОСЯТ ЗАПРОСЫ О ЗАБОТЕ

HAS THE POTENTIAL

ПРИВИВКИ КОШЕК И КОТЯТ, УХОД ЗА КОШКАМИ, ЛЕЧЕНИЕ НЕБОЛЬШИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ, ОБУСТРОЙСТВО ДОМА ДЛЯ КОШКИ, ПОВЕДЕНИЕ

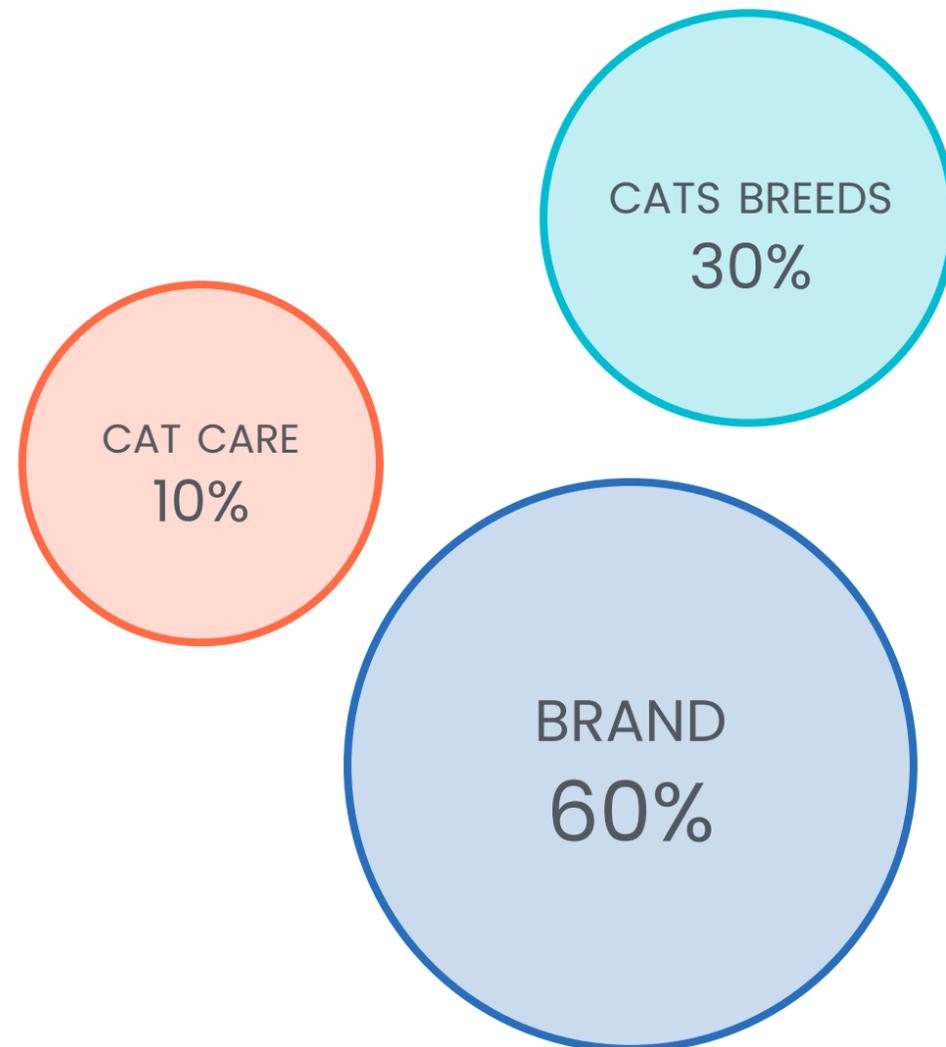
SEO COMPETITORS

PERFECT FIT



SEO COMPETITORS

PERFECT FIT ORGANIC TRAFFIC



1/ САЙТ ПОЛУЧАЕТ МАКСИМАЛЬНЫЙ БРЕНДОВЫЙ ТРАФИК КАК ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ БРЕНДА

2/ ШИРОКАЯ СЕМАНТИКА ПО ПОРОДАМ КОШЕК

3/ ЗАПРОСЫ О ВОСПИТАНИИ, ПИТАНИИ, ЗДОРОВЬЕ КОШЕК

HAS THE POTENTIAL

РАЗВИТИЕ В ОТРАСЛИ ЗАБОТЫ О КОШКАХ,
УЛУЧШЕНИЕ ВИДИМОСТИ ПО ПРОДУКТОВЫМ
ЗАПРОСАМ

SEO 2016/2017

OVERVIEW

SEO COMPETITORS

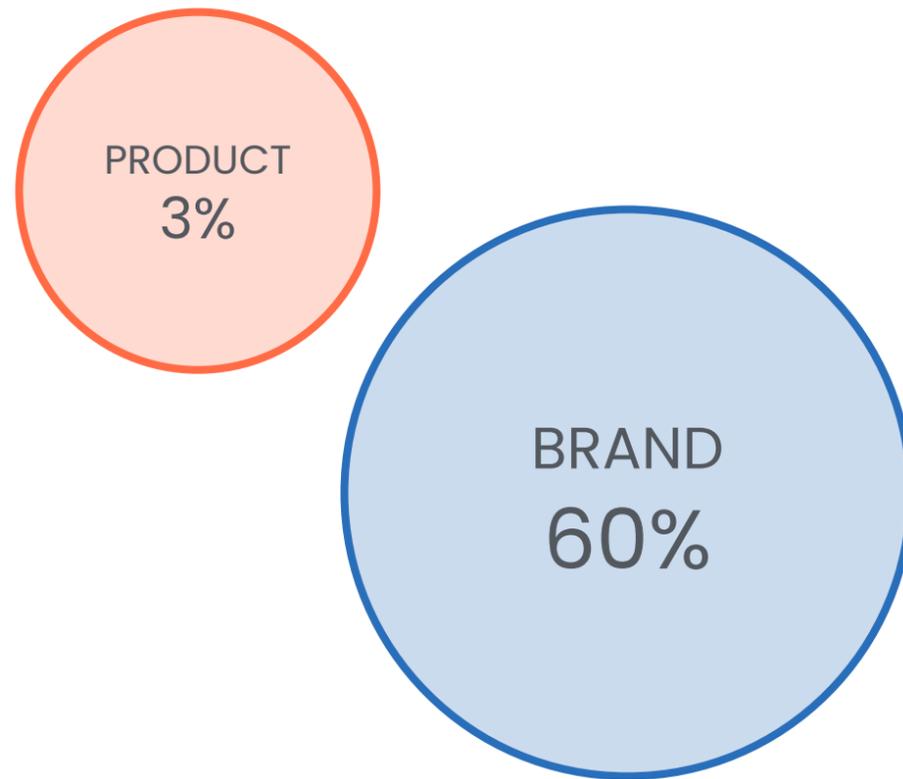
PURINA ONE

● ORGANIC SEARCH		● PAID SEARCH		● ОБРАТНЫЕ ССЫЛКИ		● МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА	
2.5K	+12% TRAFFIC	41	-70% TRAFFIC	183	TOTAL BACKLINKS	0	0% ADS
SEMrush Rank	35.0K	Keywords	3 -89%	Referring Domains	60	Publishers	0 0%
Keywords	218 +34%	Traffic Cost	\$4 -87%	Referring IPs	59		
Traffic Cost	\$545 +9%						



SEO COMPETITORS

PURINA ONE ORGANIC TRAFFIC



1/ САЙТ ПОЛУЧАЕТ МАКСИМАЛЬНЫЙ БРЕНДОВЫЙ ТРАФИК КАК ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ БРЕНДА

2/ ЗАПРОСЫ ПО КОШАЧЬИМ КОРМАМ

HAS THE POTENTIAL

РАЗВИТИЕ В ОТРАСЛИ ЗАБОТЫ О КОШКАХ, УЛУЧШЕНИЕ ВИДИМОСТИ ПО ПРОДУКТОВЫМ ЗАПРОСАМ, ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ОХВАТ АУДИТОРИИ ПО ПОРОДАМ (МЕЙН КУН И БРИТАНСКАЯ КОШКА) И ИМЕНАМ ДЛЯ ПИТОМЦЕВ

SEO 2016/2017

OVERVIEW

SEO OBJECTIVES

BRAND & CARE & ADDITIONAL

1/ BRAND & PRODUCT VISIBILITY

PROVIDE VISIBILITY IN BRAND AND PRODUCT QUERIES



Примеры запросов:
корм для кошек
кошачий корм purina
сухой корм для котов пурина

2/ CAT CARE COACH

MARK BRAND TERRITORY AND SHOW THAT PURINA ONE IS A COACH OF A CAT CARE



Примеры запросов:
приучить кошку к лотку
как мыть кота
температура у кошек

3/ ADDITIONAL QUERIES

QUERIES RELATED TO MAINE COON, BRITISH BREED OF CATS & CATS NAMES



Примеры запросов:
мейн кун
имя для котенка
кошки британской породы

SEO OBJECTIVES

SEMANTIC CORE PRIORITIES



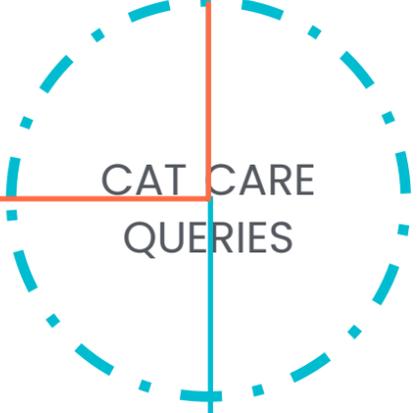
PRIORITY 1

11.777 AUDIENCE



PRIORITY 2

119.693 AUDIENCE



PRIORITY 3

53.322 AUDIENCE



PRIORITY 4

158.522 AUDIENCE

ALL PRODUCT QUERIES

HIGH-FREQUENCY CARE QUERIES

MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY CARE QUERIES

HIGH QUERY - "MAINE COON"

MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY QUERIES

Potential audience capacity

COMPETITORS IN SEARCH

BRAND&PRODUCT&CARE

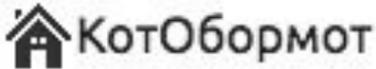
PET FOOD

PERFECT FIT[®]



BLOGS

МУРКОТЕ



Q&A

ОТВЕТЫ@mail.ru

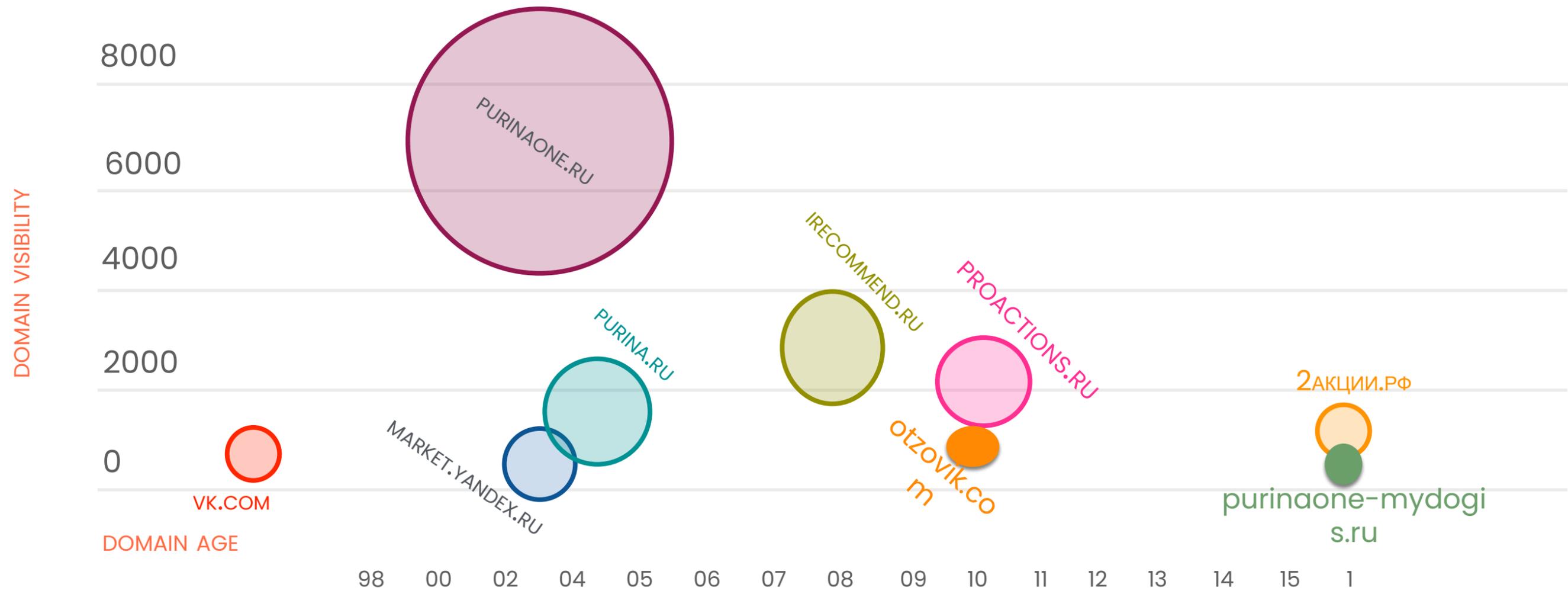
PET SHOPS

Мир Корма On-line гипермаркет



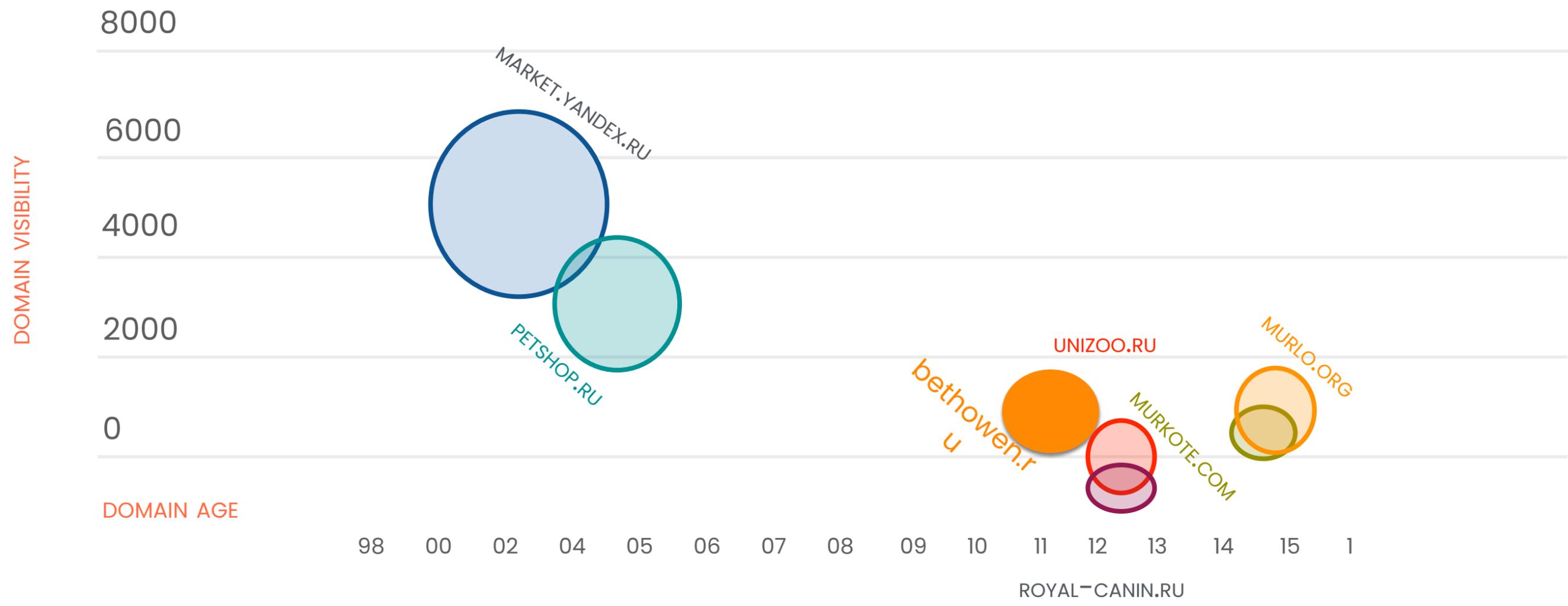
COMPETITORS IN SEARCH

BRAND (JUNE 2016)



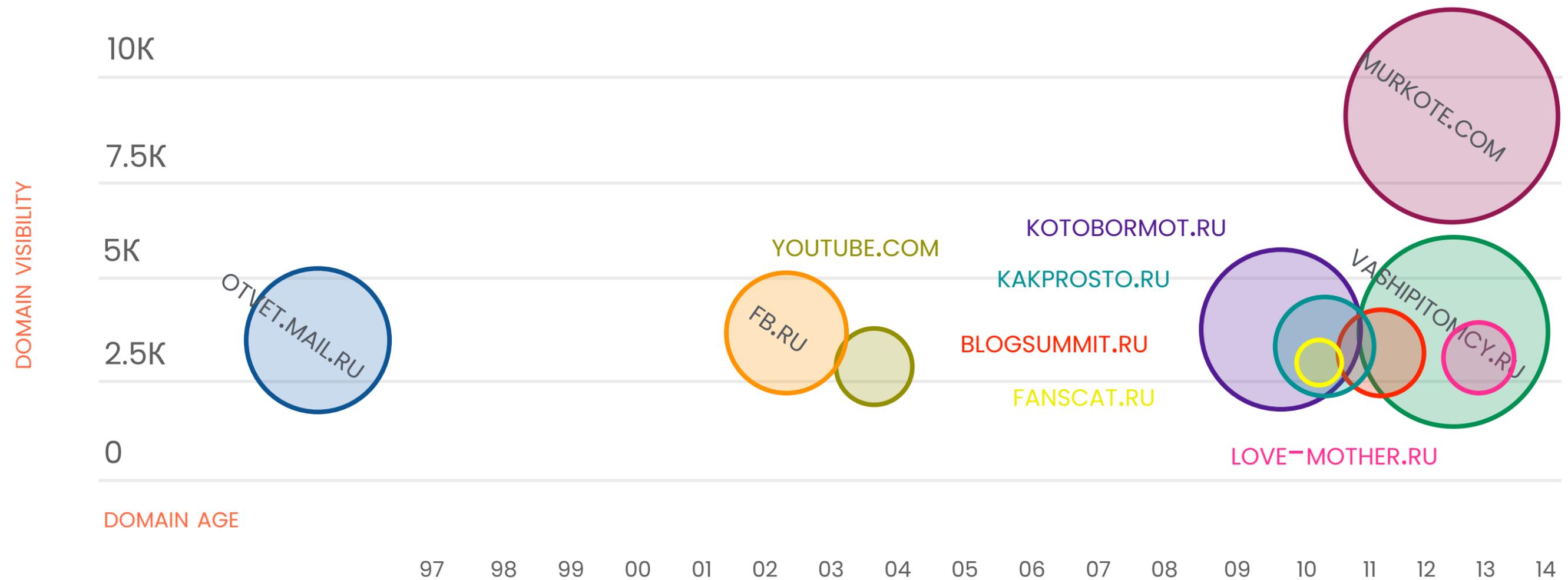
COMPETITORS IN SEARCH

PRODUCTS (JUNE 2016)



COMPETITORS IN SEARCH

CAT CARE (JUNE 2016)



* – РАССМОТРЕНА ВИДИМОСТЬ ПО ЗАБОТОВОЙ СЕМАНТИКЕ

COMPETITORS IN SEARCH

TEXT ANALYTICS NON BRANDED QUERIES

INDICATOR	COMPETITORS	PURINA ONE
CONTENT	3600-8600 CHARACTERS	1500-10300 CHARACTERS
IMAGES ON CONTENT PAGE	9 OUT OF 10	+
H1 HEADERS	ARE EVERYWHERE	+
REVIEWS ON CONTENT PAGE	8 OUT OF 10	-
INTERNAL LINKS IN TEXT	7 OUT OF 10	-
BREAD CRUMBS	7 OUT OF 10	+

COMPETITORS IN SEARCH

PAGE «CATS NAMES»

ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ СТРАНИЦЫ «CATS NAMES»

Find Cat Names

Boy Girl

Name Styles **Name Themes**

Friendly Tough Elegant Funny Sporty Cute

International Classic General

Find a Name ✎

Аадон	Абис	Абрек
Абакан	Абль	Абрико
Абар	Або	Абрикос
Абдул	Або-Анс	Абс
Абель	Абориген	Абсент
Абеляр	Абрам	Абсолют
Абен	Абрамович	Абу
Аберден	Абрантес	Абумайло
АбиАбо	Абрахам	Абур
Абилен	Абраша	Абус

НА СТРАНИЦЕ С ИМЕНАМИ КОШЕК НЕОБХОДИМО БУДЕТ РАЗМЕСТИТЬ СКРИПТ, БЛАГОДАРЯ КОТОРОМУ БУДУТ РЕАЛИЗОВАНЫ ВЫПАДАЮЩИЕ ТЕКСТЫ С ИМЕНАМИ КОШЕК И КРАТКИМ ОПИСАНИЕМ, ИСТОРИЕЙ ИМЕНИ. ВЕСЬ ТЕКСТ БУДЕТ ИНДЕКСИРОВАТЬСЯ ПОИСКОВЫМИ СИСТЕМАМИ.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАНИЦЫ С ИМЕНАМИ КОШЕК ПОЗВОЛИТ:

- 1/** РАЗМЕСТИТЬ АКТУАЛЬНЫЙ И ИНТЕРЕСНЫЙ КОНТЕНТ НА САЙТЕ;
- 2/** ПРИВЛЕЧЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СРЕДНЕ- И НИЗКОЧАСТОТНЫЙ ТРАФИК;
- 3/** ОСУЩЕСТВИТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ПЕРЕЛИНКОВКУ ДЛЯ СТАТЕЙ И ФОРУМА;
- 4/** УЛУЧШИТЬ ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

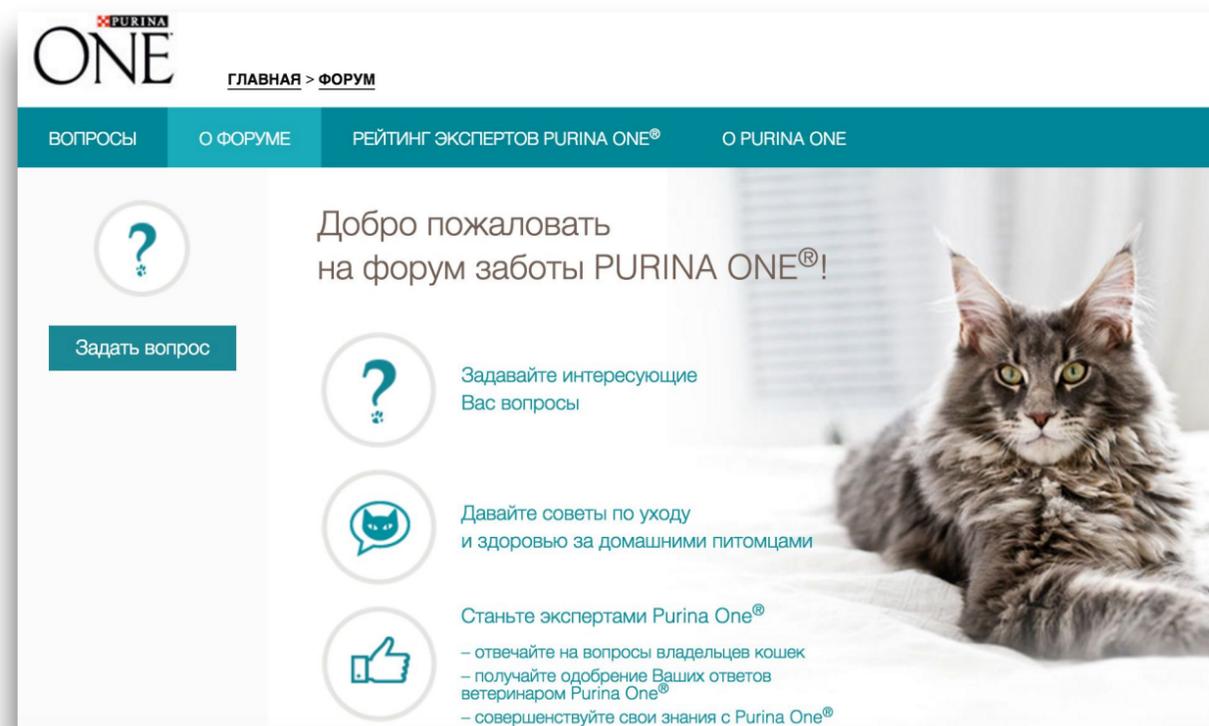
COMPETITORS IN SEARCH

PROMOTING CARE FORUM

1/ ПЕРЕЛИНКОВКА СТАТЕЙ
ПОБУЖДАЮЩАЯ К
ОБСУЖДЕНИЮ НА ФОРУМЕ

2/ ПРОДВИЖЕНИЕ ВОПРОСНЫХ
ЗАПРОСОВ (НАПРИМЕР: ДО
СКОЛЬКО ЛЕТ ЖИВУТ КОШКИ?)

3/ ПРОДВИЖЕНИЕ ЗАПРОСОВ, ДЛЯ ОТВЕТА
НА КОТОРЫЙ НУЖНО НАПИСАТЬ НЕ БОЛЕЕ
2000 СИМВОЛОВ



6/ УЛУЧШЕНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ
ФАКТОРОВ

4/ МОНИТОРИНГ GOOGLE TRENDS ДЛЯ
ПОИСКА АКТУАЛЬНЫХ ТЕМ ОБСУЖДЕНИЙ
(1 РАЗ В МЕСЯЦ)

5/ ПОДГОТОВКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ
КОНТЕКСТНОЙ СТРАТЕГИИ (ПОИСК НАИБОЛЕЕ
ПОПУЛЯРНЫХ ЗАПРОСОВ)

COMPETITORS IN SEARCH

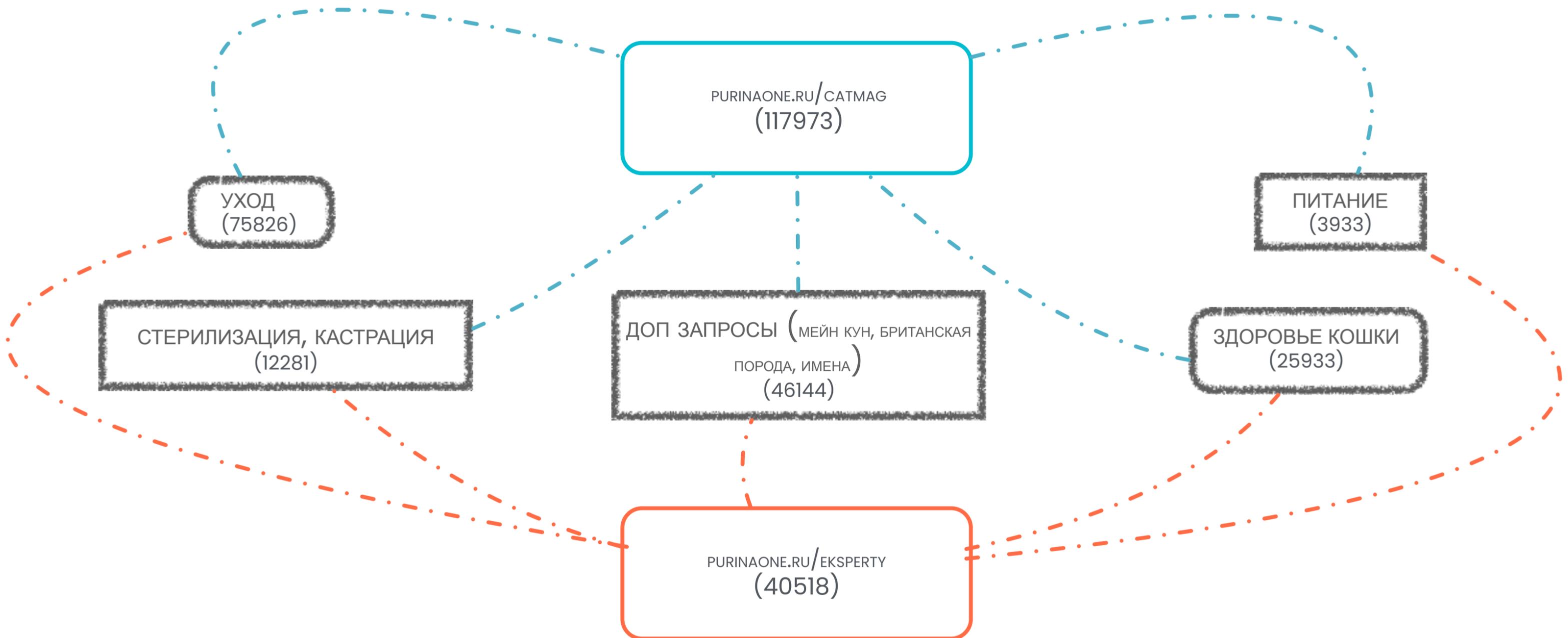
1/ CHANGE MINUS TO PLUS – MUST HAVE

2/ PAGES WITH BRANDED AND PRODUCTS QUERIES ARE **OK**, BUT PAGES FOR NON BRANDED QUERIES SHOULD BE COMPLETED

3/ IN ACCORDANCE WITH NEW EXTENDED SEMANTIC CORE VISIBILITY OF [PURINAONE.RU](https://www.purinaone.ru) WILL GROWTH CONSTANTLY

WEBSITE STRUCTURE

SITEMAP / СТАТЬИ



COMPETITORS IN SEARCH

KPI WAS NOT COMPLETED

1/ ПРОБЛЕМЫ САЙТА:

- ПУСТОЙ РАЗДЕЛ ИНФОГРАФИКИ (НЕТ КОНТЕНТА, КОТОРЫЕ ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ МОГУТ СЧИТЫВАТЬ)
- ДУБЛИ ТАЙТЛОВ НА ФОРУМЕ И ЖУРНАЛЕ;
- ОШИБКИ ПРОМО СТРАНИЦ (404 СТРАНИЦЫ, ПАГИНАЦИЯ)
- ОТСУТСТВИЕ РЕЛЕВАНТНЫХ ТЕКСТОВ НА ПРОДУКТОВЫХ СТРАНИЦАХ
- ПОСЛЕ ОБНОВЛЕНИЯ САЙТА ПОЯВИЛАСЬ МАССА ТЕХНИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ, ЧТО МЕШАЛО ПРОДВИЖЕНИЮ

2/ ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ:

- ОГРАНИЧЕННЫЙ ДОСТУП К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ПАНЕЛИ САЙТА
- ОШИБКИ ПРИ ПОДБОРЕ СЕМАНТИКИ (СЛИШКОМ ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В ВЫДАЧЕ)
- МАЛОЕ КОЛИЧЕСТВО СТРАНИЦ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА

KPI

OVERVIEW

KPI'S

TOP (SEP 2016 - DEC 2016)

PRIORITY 1

BRAND

TOP3 (223 QUERIES)

purina one

кошачий корм purina

PRIORITY 2

PRODUCT&HIGH-FREQUENCY CARE QUERIES

TOP10 (340 QUERIES)

кошачий корм

питание котят

PRIORITY 3

MIDDLE-AND LOW-FREQUENCY CARE QUERIES

TOP10 (449 QUERIES)

как ухаживать за котенком

сухой кошачий корм

PRIORITY 4

MIDDLE-AND LOW-FREQUENCY ADDITIONAL QUERIES

TOP10 (340 QUERIES)

мейн кун

британская кошка характер

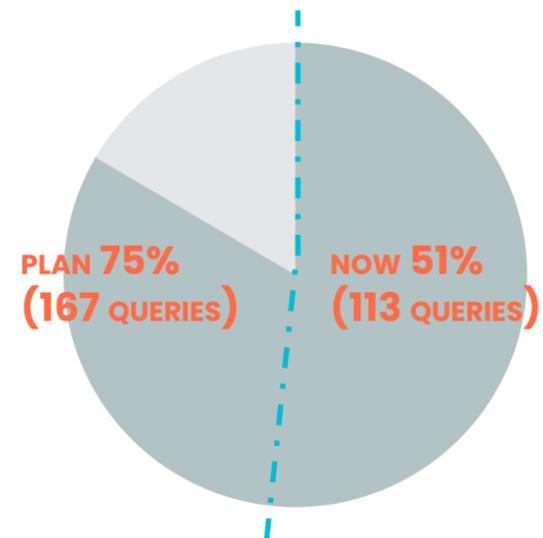
KPI'S

TOP (SEP 2016 - DEC 2016)

PRIORITY 1

BRAND

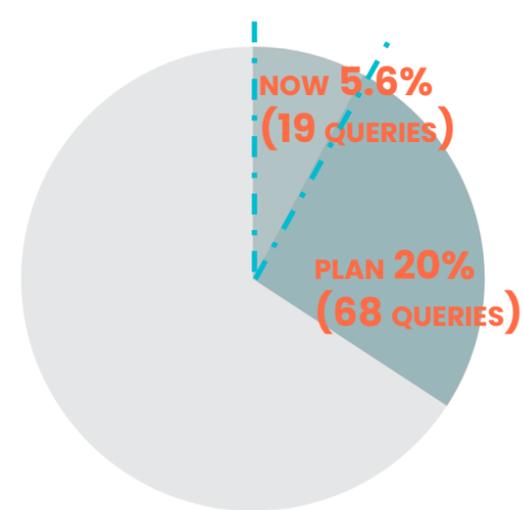
TOP3



PRIORITY 2

PRODUCT & HIGH-FREQUENCY
CARE QUERIES

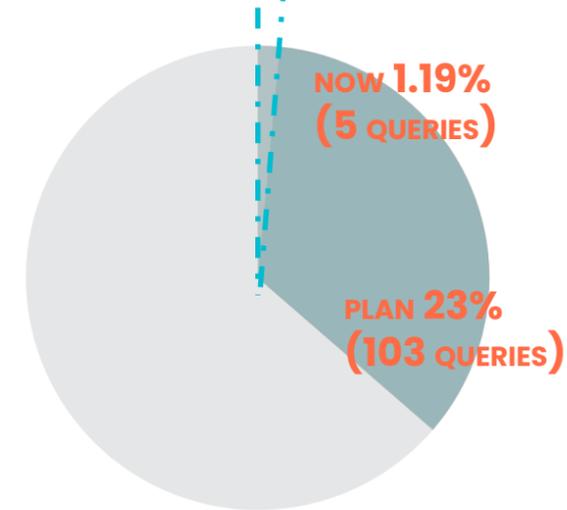
TOP10



PRIORITY 3

MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY
CARE QUERIES

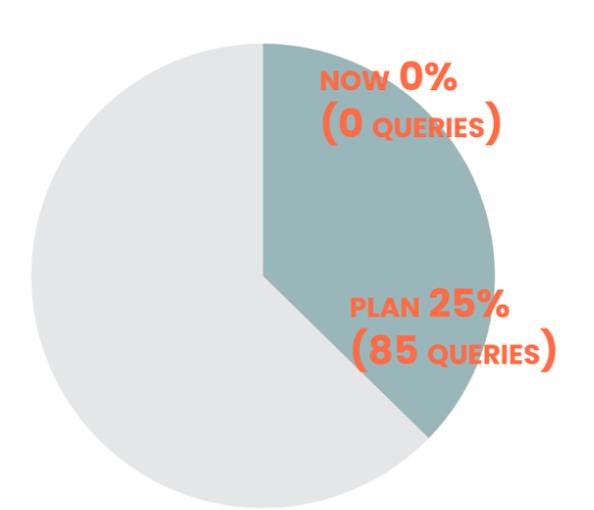
TOP10



PRIORITY 4

MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY
ADDITIONAL QUERIES

TOP10



TIMING

SEPTEMBER 2016

Задачи:

Технический аудит сайта

Usability аудит сайта

Подготовка ТЗ на тексты

Написание статей для сайта

Составление плана перелинковки

Анализ пользовательского контента на форуме

Внешнее продвижение

Подготовка ТЗ для страницы «Имена кошек»

Реализация оставшихся доработок

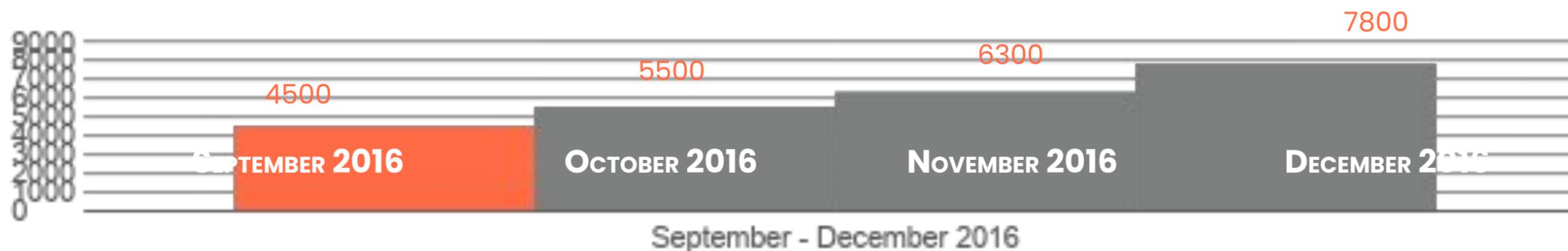
PRIORITY 1
BRAND

PRIORITY 2
PRODUCT & HIGH-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 3
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 4
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY
ADDITIONAL QUERIES

Средняя стоимость клика из органики – 8,6 руб.



TIMING

OCTOBER 2016

Задачи:

Внесение доработок на сайт

Подготовка ТЗ на тексты

Подготовка / оптимизация тегов title и description

Реализация перелинковки на сайте

Написание статей для сайта

Размещение статей

Анализ пользовательского контента на форуме

Внешнее продвижение

Реализация страницы «Имена кошек»

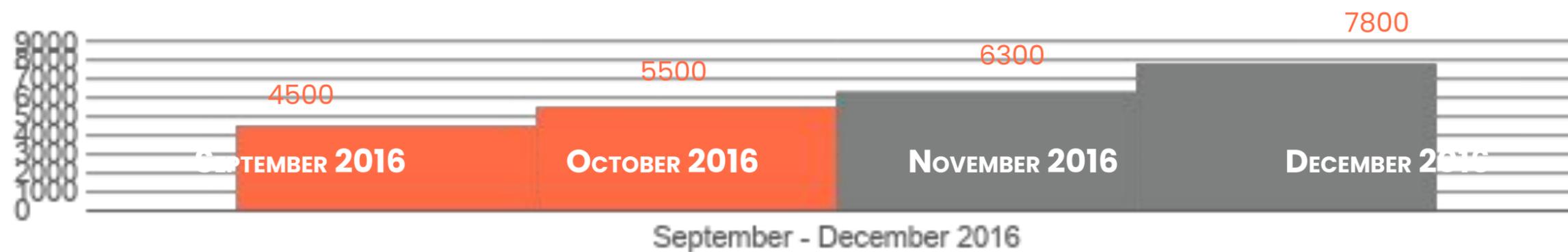
PRIORITY 1
BRAND

PRIORITY 2
PRODUCT & HIGH-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 3
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 4
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY
ADDITIONAL QUERIES

Средняя стоимость клика из органики – 8,6 руб.



TIMING

NOVEMBER 2016

Задачи:

Технический аудит сайта
Подготовка ТЗ на исправление возможных ошибок
Написание статей для сайта
Размещение статей
Правки мета-тегов/статей при необходимости
Анализ пользовательского контента на форуме
Внешнее продвижение

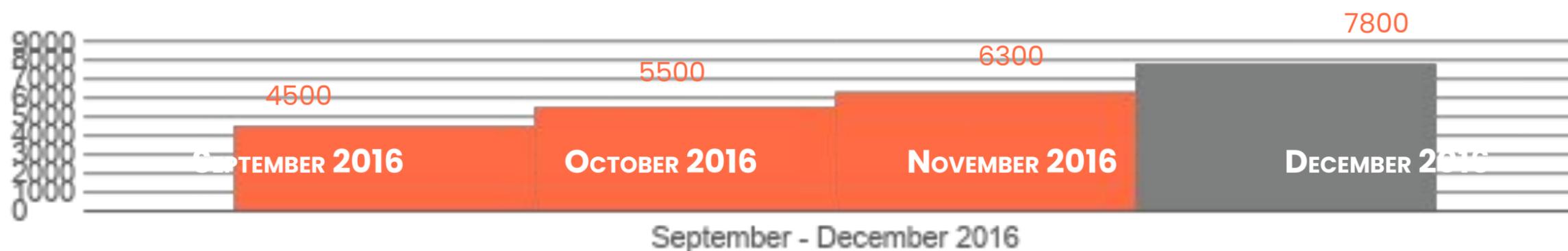
PRIORITY 1
BRAND

PRIORITY 2
PRODUCT & HIGH-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 3
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 4
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY
ADDITIONAL QUERIES

Средняя стоимость клика из органики – 8,6 руб.



TIMING

DECEMBER 2016

Задачи:

Внесение доработок на сайт

Написание статей для сайта

Размещение статей

Правки мета-тегов/статей при необходимости

Анализ пользовательского контента на форуме

Внешнее продвижение

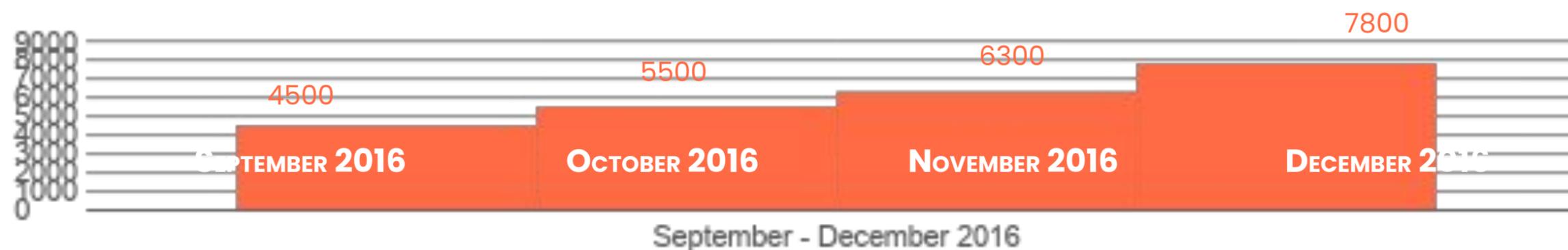
PRIORITY 1
BRAND

PRIORITY 2
PRODUCT & HIGH-FREQUENCY CARE QUERIES

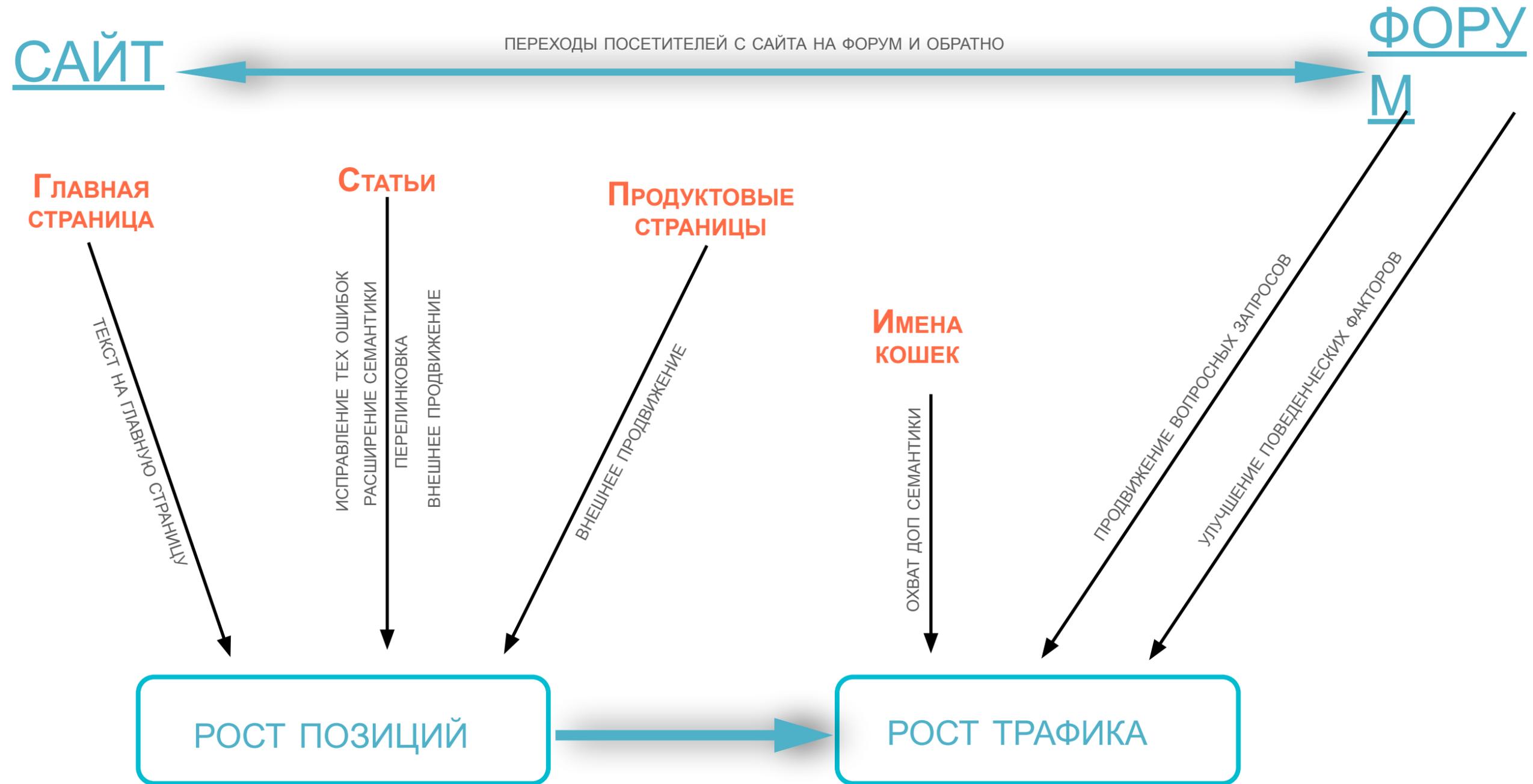
PRIORITY 3
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY CARE QUERIES

PRIORITY 4
MIDDLE- AND LOW-FREQUENCY
ADDITIONAL QUERIES

Средняя стоимость клика из органики – 8,6 руб.



PROJECT ECOSYSTEM



PROJECT COST

NAME	COST	HOW	TOTAL
Google & Yandex tools regular analysis and conclusions - to be discussed with Nestle monthly discussion and correction of SEO strategy	11830,63	1	11830,6333
SEO strategy & approach development once per year - development; once per year - adjustment; constant track of implementation	31064,95	1	31064,9533
SEO maintenance - On-site optimization during the year for 1 brand	34804,96	2	69609,92
SEO maintenance - Off-site optimization during the year for 1 brand	103346,31	4	413385,2267
SEO copywriting during the year for 1 brand	42132,32	3	126396,96
Deep analytical reports (userfriendly dashboards) preparation - sites visits, traffic flow resources, etc. monthly	11220,02	3	33660,06
Brand performance Audit (all digital platforms, incl. social) 1 audit	33889,04	3	101667,12
Analytical report (incl. detailed monitoring of the competitors' activities & content analysis and recommendations, based on WW Best practices)	15755,75	3	47267,25
	284044		834882