

Занятие 3-1: Подготовка, заказ первых статей

РСЯ-марафон, <http://f-seo.ru>

Бонусы

- ТТ – отмечаемся в специальной теме (начисление бонуса после марафона)
- КонтентМонстр – отмечаемся в специальной теме (автоматическое начисление бонуса)
- Мутаген – отмечаемся в специальной теме (30% на первое начисление, если оно больше 500 рублей)

Выбор и установка CMS

- WP для начинающих (рекомендую для всех), остальные – по желанию
 - Есть другие марафонцы и мой накопленный опыт
 - Есть Громов
 - Есть много специалистов и огромная библиотека решений
- Требования к CMS:
 - Минимум двухуровневая структура «Раздел – Подраздел», лучше разделы с неограниченной вложенностью
 - Полный доступ к коду шаблонов
 - ЧПУ и Meta
 - Библиотека дополнений и тем
 - Наличие специалистов

ДЗ: установленная CMS.

Выбор шаблона

- Проще – лучше!
- Дизайн – должен быть!
- 2 колонки: контент+сайдбар
- Светлая цветовая гамма
- Горизонтальное меню в хедере
- Уникальный – лучше, но не обязательно
- **Журнальная премиум-тема** - самый правильный вариант для продвинутых (отрисованная и сверстанная с нуля тема – тоже нормальный вариант). Экономные могут устроить складчину в рамках марафона (искать на сайтах с врезом – не советую).

ДЗ: Выбранная и установленная тема оформления.

Новички – не стесняемся и просим помощи! У нас есть специальный раздел =)

Новички – кто боится, тот гибнет! Вместе прорвемся!

PS Недорогие наработки Громова – тоже неплохой вариант.

Настройка WP

- Включаем Akismet, All-in-One SEO, Cyr-to-Lat, WP No Category Base
- 5 постов на страницу
- ЧПУ: /%category%/%postname%.html
- Комментировать можно всем (вдруг будет трафик?) + отключаем прием и рассылку пингов

All-InOne SEO

- Заполняем заголовок и описание главной страницы
- Убираем %blog_title% из всех полей.
- Запрещаем индексацию архивов и меток.

Для профи работы по настройке на 5 минут. Кто готов помочь новичкам – отписываемся в спец.разделе.

Работа с шаблоном – несколько дольше и сложнее (до 2-4 часов).

Новичкам – по первичной настройке ВП будет скринкаст.

Учет и разгрузка головы

- Все нужно записывать
- Удобнее всего – онлайн (не нужно беспокоиться о бекапах и удобно управлять доступом)

ДЗ: создание учетного файла в Google Drive (таблица), выдаем доступ саппорту и мне (bigsmart@gmail.com).

ДЗ: обновляем первый пост своего дневника – добавляем ссылку на домен и на учетный файл.

Изучаем конкурентов

- Ищем конкурентов с хорошо проработанной контентной частью сайтов
- Анализируем, записываем, берем на заметку
 - Мысли по структуре
 - Сервисы для пользователей (калькуляторы, форум, социальность, экспертные сервисы, общение)
 - **Идеи (темы) для статей**

ДЗ: 3 конкурента: посещаемость, особенности, идеи (лучше 5 и больше)

ДЗ: 20 тем для интересных пользователям статей, без оценки частотности и конкурентности (50 тем для mode2, 100+ тем для mode3)

Классифицируем аудиторию

Для кого мы делаем сайт? Какие группы людей будут читать наши статьи?

Классифицируем нашу аудиторию, прикидываем примерные портреты пользователей нашего сайта (Отличный пример в дневнике у Павла).

Знание аудитории – необходимая информация для верного таргетирования статей. Нельзя писать статью «для всех», сейчас это не работает.

ДЗ: Сводим эту классификацию пользователей в MindMap и выкладываем в свой дневник.

Кластеры

- Кластер – группа статей, связанных между собой по смыслу.
- Если есть обширная тема, которую сложно раскрыть в одной статье — под нее нужно создать подраздел (или подподподраздел — вложенность не ограничена!).
- В идеале сайт должен представлять собой «матрешку» из последовательно входящих друг в друга тематических подразделов: сайт про частный дом — раздел про строительство — подраздел про крыши (продвигается!) — подраздел про мягкую кровлю (продвигается!) — подраздел про ондулин (продвигается!).
- Минимальный размер такого «кластера» - 2 статьи.
- Кластер нужно сопровождать текстом — как до списка статей, так и после. Пример реализации хорошей реализации кластера - <http://man-up.ru/bolezni/andrologiya/fimoz>
- **Идеальный сайт должен полностью состоять из вложенных друг в друга тематических кластеров!**
- В подобные кластеры можно сгруппировать контент НЕ под ключи — когда каждая статья НЕ заточена под ключевые слова, а весь раздел продвигается по группе ключевиков. Например, цикл статей о тюнинге конкретного автомобиля или цикл отзывов на какую-то конкретную тему.

Продумываем структуру сайта

- Смотрим
 - конкурентов
 - список своих идей,
 - тематическую прессу и литературу
 - Вордстат (обязательно)

На основании этого формируем примерную структуру сайта, состоящую из кластеров разного уровня вложенности (разделы, подразделы, подподразделы – уровень не ограничен) в виде MindMap

- в ментальную карту включаем информацию – что делаем в первую очередь, что во вторую-третью + итоги размышлений и анализа, чтобы не проводить этот анализ заново

Сюда же включаем варианты горизонтального расширения ниши

- ДЗ: MindMap с примерной структурой сайта и вариантами расширения.

Что такое «хороший» контент под ключи?

- Статья должна четко отвечать на вопрос пользователя.
 - Чрезмерно обширная информация — плохо.
 - Скучная сопутствующая информация — плохо.
 - Неполный ответ на вопрос пользователя — плохо.
- Статья должна быть качественной в техническом плане — содержать достоверную и актуальную информацию.
 - Следствие: **придется стать экспертом в тематике своего сайта**, других вариантов не существует.
- Статья должна быть удобной для чтения:
 - Качественно размечена (можно просмотреть-просканировать, а не читать),
 - Без воды (ничего не значащих предложений),
 - Если нужны тематические иллюстрации или видео — они должны быть.
- Статья должна быть полной. Очень важный пункт.
 - Если вы пишете про круизы по тихому океану следует обязательно указать, где их можно купить и сколько они стоят.
 - Если вы пишете про достопримечательность: нужно обязательно указать ее режим работы, стоимость билетов, как добраться.
 - Если вы пишете про какой-то продукт — напишите, где и почему его можно приобрести (хотя бы примерно).
 - Ставьте себя на место пользователя: какие еще вопросы у него могут возникнуть по теме статьи?
- Если какую-то информацию стоит дать более подробно — в статье должна быть ссылка на более подробную статью по теме.

Пример «воды»:

В качестве такого термина, как тахикардия, принято воспринимать учащенное сердцебиение при любой специфике его происхождения. Средние показатели для этого составляют порядка свыше 100 ударов в минуту. Тахикардия, симптомы которой хотя и заключаются в учащенном сердцебиении, характеризуется, между тем, правильностью ритма сердцебиения, соответственно, постоянной является и длительность промежутков, возникающих между сердечными сокращениями.

Первые статьи: подбор тем

Перед заказом изучаем Wordstat! Полное СЯ на данном этапе формировать не нужно.

- Тему можно оставить неизменной
- Можно сузить (а исходную тему можно сделать главной страницей кластера)
- Можно расширить

Правильный курс – статьи, решающие проблемы.

Основной запрос (тема статьи):

- Чистая частотность (в «») 300+ (для некоторых порог будет снижен, следить в учетном файле)
- Конкуренция 10-

Подраздел внутри статьи:

- Чистая частотность от 10

Задел на будущее:

- **Откладываем темы с частотностью от 30-50 и конкуренцией до 25: их пускаем в работу после достижения первых результатов.**

Первые статьи – карты кластеров

- После подбора темы для статьи – делаем структуру кластера, в котором она будет размещена.
 - Прямо рисуем – где этот кластер будет в общей структуре сайта и какие в нем будут размещены статьи, все-все темы продумываем сразу.
- **Кластер должен быть полным** – охватывать все микронишу.
 - К примеру, если мы пишем про «лечение фимоза лазером» – нам нужно рассказать что это, разные случаи болезни (мужчины и мальчики), разные способы лечения и тд.
 - Если мы пишем про «погода на Крите в октябре» - нам нужно рассказать про погоду на Крите в других месяцах и в целом в году как минимум – и про погоду на всех островах по месяцам как максимум.
- Карта кластера – это список статей, заказать которые нужно будет после марафона, если вы хотите чтобы ваш сайт жил долго и счастливо. В марафоне мы идем «по вершкам», после же нужно выкопать и «корешки».
 - Возможно, некоторые из статей будут заказаны в ходе марафона – требования по частотности и конкурентности мы будем снижать во второй половине марафона.

Примеры:

<http://f-seo.ru/kury-bez-porod.png>

<http://f-seo.ru/oboi.png>

Первые статьи: заказ

- Четкую тему и структуру прорабатываем мы (!!!), копирайтер с этим не справится. Статья должна быть логически завершенной и полностью развернуто отвечать на вопрос пользователя (перед заказом статьи обязательно погуглить и просмотреть выдачу, чтобы ответить на вопрос – как можно сделать лучше)
- 40-45 рублей за 1к символов без пробелов на Монстре, 30-35 рублей за 1к с пробелами на ТТ (не задираем цены!)
- На 5-10 рублей больше для сложных тем, требующих спец.знаний
- 95% уникальность по etxt.ru и 80% уникальности в режиме проверки на рерайт
- 3-7 тысяч символов (если есть подразделы – до 10-12 тысяч, на ТТ увеличиваем размер на 10-15%)
- Title + Description: увеличиваем размер и поручаем копирайтеру
- Мысли по ТЗ -<http://f-seo.ru/details/webmastering/shablony-tz-dlya-zakaza-statej.html>
- Я крайне рекомендую сделать свое ТЗ, под себя.

Поисковые системы научились достоверно определять «рерайт»: когда текст не несет новой смысловой нагрузки, а является просто пересказом другой статьи своими словами

Выход: использование нескольких источников при написании статей. Для этого мы ужесточаем типовое техническое задание:

ДЗ: 5 подобранных тем с развернутой структурой – согласовываем с саппортом ТЗ. **Заказываем статьи только после согласования тем!**

ДЗ: после согласования темы статьи – рисуем карту кластера, в котором будет расположена эта статья. Если статьи будут в разных разделах – рисуем карту для каждого.

ДЗ: 5 заказанных статей (скрин и темы с частотностью в дневнике, для mode2 – 10 заказанных статей, для mode3 – 20 заказанных статей).

Mode2 и 3 – вначале подбираем 5 тем и согласовываем с саппортами, заказываем, потом подбираем оставшиеся и показываем саппортам.

ДЗ: После выполнения **ВСЕХ пунктов ДЗ** пишем в обсуждение каста.

Домашнее задание

Срок: 9 утра, понедельник. **Я настоятельно рекомендую делать именно в том порядке, который я даю. Порядок не случаен.**

Д3 сложное – не рекомендую откладывать выполнение.

1. Установленная и настроенная CMS.
2. Выбранная и установленная тема оформления.
3. Создание учетного файла в Google Drive (таблица).
4. Обновляем первый пост своего дневника – добавляем ссылку домен и на учетный файл.
5. Делаем подпись на форуме со ссылкой на дневник.
6. 3 конкурента: посещаемость, особенности, идеи (лучше 5 и больше)
7. 20 тем для интересных пользователям статей, без оценки частотности и конкурентности (50 тем для mode2, 100+ тем для mode3)
8. Классификация пользователей в MindMap и выкладываем в свой дневник.
9. MindMap с примерной структурой сайта и вариантами горизонтального расширения.
10. 5 подобранных тем с развернутой структурой – согласовываем с саппортом. **Заказываем статьи только после согласования тем!**
11. После согласования темы статьи – рисуем карту кластера, в котором будет расположена эта статья. Если статьи будут в разных разделах – рисуем карту для каждого.
12. 5 заказанных статей (скрин и темы с частотностью в дневнике, для mode2 – 10 заказанных статей, для mode3 – 20 заказанных статей).
Mode2 и 3 – вначале подбираем 5 тем и согласовываем с саппортами, заказываем, потом подбираем оставшиеся и показываем саппортам.

После согласования и выполнения **ВСЕХ пунктов Д3** пишем в обсуждении каста «Д3 готово».