

SEOWORK

# Data Driven Seo. Профит сегментирования



Станислав Поломарь

CEO платформы поисковой аналитики SEOWORK

# Что расскажу

---

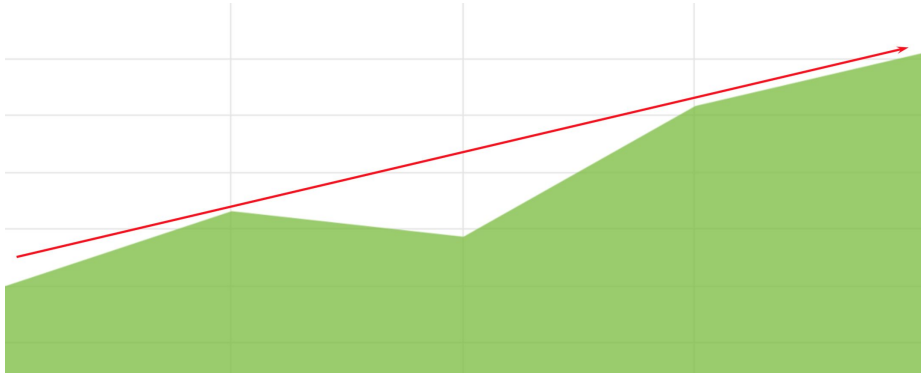
- ✓ Подход к SEO основанный на «данные + сегментирование»
- ✓ Как это помогает решать насущные задачи: точки роста, эффективность действий, оценка гипотез

# Верхнеуровневые вопросы

---

- ✓ Насколько могу вырасти +
- ✓ детализация  
Как расставить
- ✓ приоритеты  
Какие метрики (факторы) влияют и
- ✓ как  
Что дают работы и изменения  
конкретно

# Что-то делали и получили ГРАФИК!







# Как можно приблизиться к ответу

---

- ✓ Понять на что влияли /
- ✓ изменялось  
Что с чем нужно
- ✓ сравнить  
Как вытащить нужные метрики
- ✓ (факторы)  
Визуализировать и получить  
выводы





# Базовый пример

Группа	15.11 заменен текст	Выборка	Все
Документы	Введите адрес документа (например: kategoria/nazvane_dokumenta)		
 Документов 2	 Запросов 153	 Категорий 2	 Групп 1
Спрос	WS	123 499	0
	«WS»	6 177	0
	«!WS»	4 395	0
% Топ	% ТОП 3	65%	24%
	% ТОП 5	73%	24%
	% ТОП 10	84%	21%
	% ТОП 100	98%	-0,65%
	AVG Position	9	6
% Спрос	% WS10	13%	4%
	% «WS»10	39%	15%
	P Traf	151	62
	% P Traf max	24%	10%

# Контрольная группа - ...

Сравниваем с весь хост.

Вдруг рост совсем не из-за наших работ... но, все же работы норм.

Группа	Все	Выборка	Все
Документы	Введите адрес документа (например: kategoria/nazvane_dokumenta)		
 Документов 313	 Запросов 4 853	 Категорий 25	 Групп 22
Спрос	WS	3 382 353	440
	«WS»	383 013	22
	«!WS»	245 916	22
% Топ	% ТОП 3	21%	-0,29%
	% ТОП 5	30%	0,33%
	% ТОП 10	42%	2%
	% ТОП 100	81%	-0,43%
	AVG Position	34	1
% Спрос	% WS10	22%	0,09%
	% «WS»10	32%	3%
	P Traf	4 136	67
	% P Traf max	11%	0,17%

# Стоит делать или нет

---

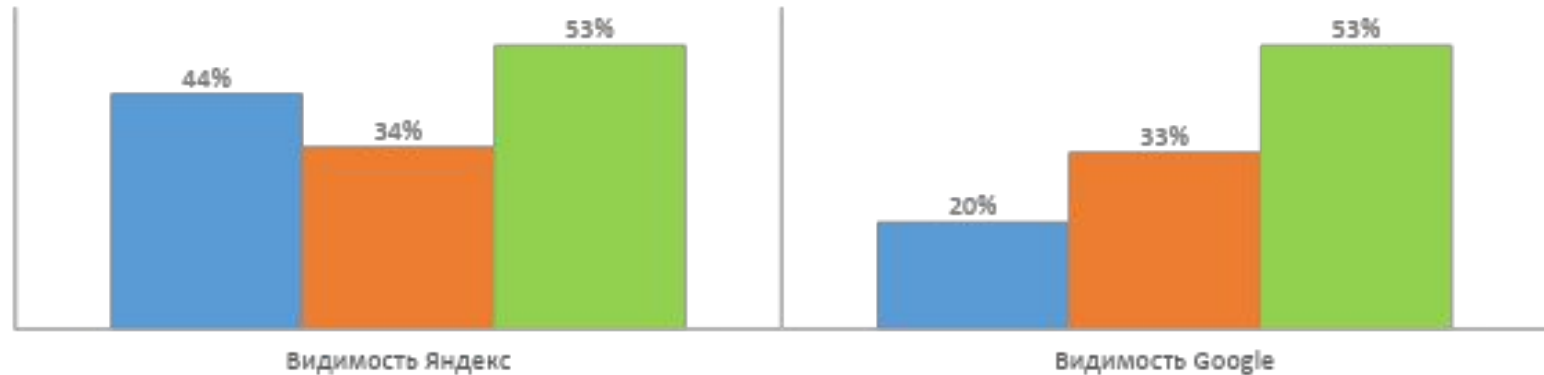
	Видимость текст / шаблон (Яндекс)	Видимость текст / шаблон (Google)
Проект 1	1,0	1,1
Проект 2	1,6	1,9
Проект 3	2,5	1,4



# Стоит делать или нет

---

■ 0 ссылок ■ 1-10 ссылок ■ >10 ссылок



# Примеры вопросов

---

- ✓ По каким типам страниц насколько можем  
вырасти
- ✓ Почему делать именно такие действия
- ✓ Насколько выигрыш, если делать так то
- ✓ Какой результат принесли последние работы
- ✓ Какие работы остановить, а какие  
масштабировать

# Приемы для вопросов «как/зачем»

## **Противопоставление**

Нарезаем по каждому свойству 2 сегмента:  
«обладает» и «не обладает».

## **Градации**

Нарезаем сегменты по «степени» обладания  
свойством. Шаг иногда не с первого раза получается  
лучший выбрать.

## **Контрольная группа**

Есть сегмент, с которым мы что-то сделали. Должен  
быть сегмент, который себя ведет, как «базовый  
уровень».

# Анализ ранжирования #1

**Вопрос №5 (ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЕ):**

**Насколько это важно? Что будет если сделать это? Это вообще работает?..**

**Желаемый ответ #5:**

Лучше не только качественные, но и количественные ответы:

- 1) Если у страницы такого типа будет комментарий, то видимость «в среднем» выиграет на 30%
- 2) Наличие видео на странице такого типа даст прирост в 10%
- 3) Уникальность описания в карточке \*\*\*\* даст 25% в Яндекс и 0% в Гугл
- 4) ...

Но и такие хороши:

- 1) Мне нет смысла покупать ссылки на такой-то тип страниц
- 2) Данная стратегия по вложению в игс имеет нулевую пользу
- 3) ~~Не стоит больше выкидывать денег на крауд~~ (прости Игорь 😊)
- 4) ...

# Противопоставление

**Что для этого нам потребуется:**

1) Понять объекты относительно, которых мы хотим что-то анализировать

2) Объекты (почти всегда) = набор страниц | набор запросов

3) «Вопрос» (свойство), по которому мы разделим наборы (группы) страниц/запросов и пр.

---

4) Обладание свойством или качеством = «да/нет» или «кол-во»

5) Видимость в поисковиках = по ПС / устройства / регионы

6) Трафик, спрос

# Забудется, но легче читать слайды дальше

Справка по метрикам видимости

## % ТОП

- **% ТОП 3 / % ТОП 5 / % ТОП 10 / % ТОП 100** — доля запросов находящихся в ТОПе

## % Спрос

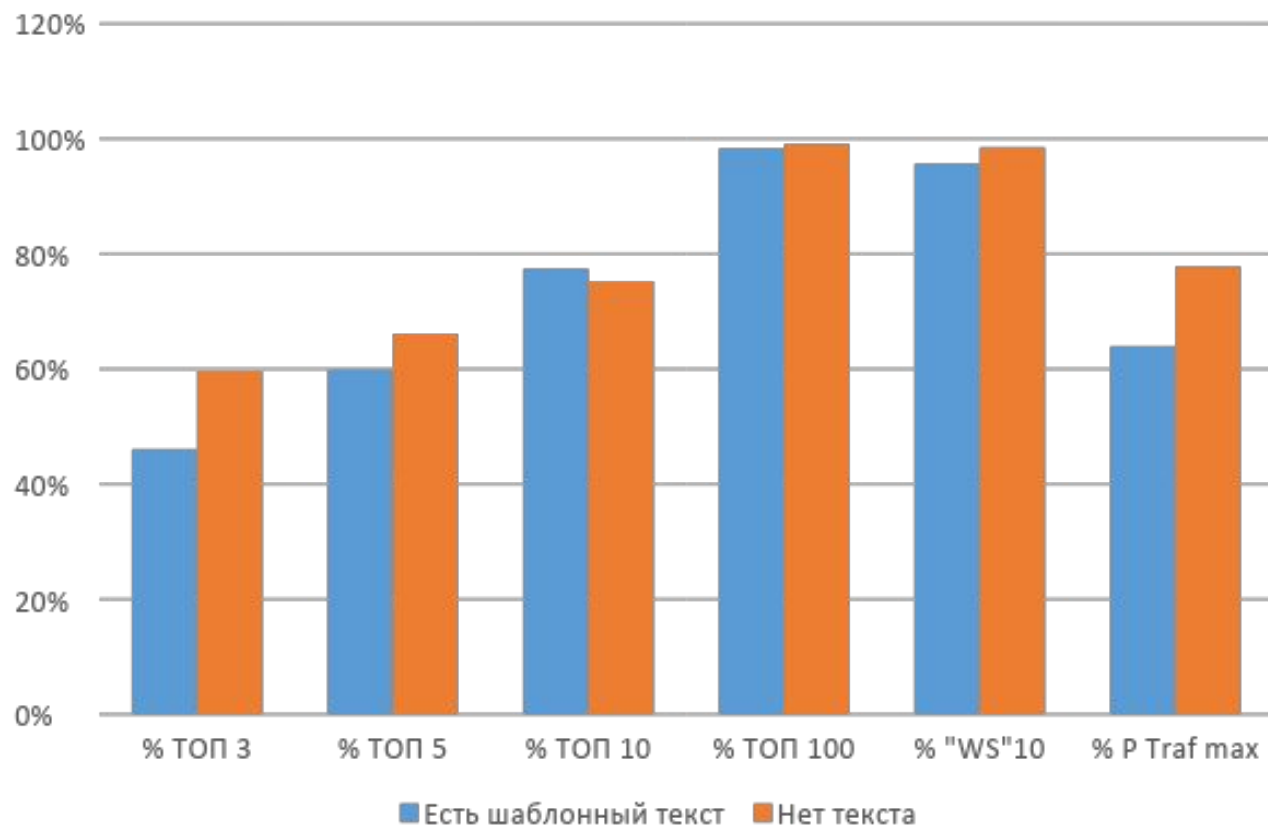
- **% WS10** — Доля в частотности WS запросов находящихся в ТОП10. Считается по формуле:  $\% WS10 = \frac{WS \text{ запросов в ТОП 10}}{WS \text{ всех запросов}}$
- **% "WS"10** — Доля в частотности "WS" запросов находящихся в ТОП10. Считается по формуле:  $\% "WS"10 = \frac{"WS" \text{ запросов в ТОП 10}}{"WS" \text{ всех запросов}}$

**Эта метрика характеризует «долю показов нас в ТОП10 от общего возможного количества»**

- **P Traf max** — максимально возможный, т.е когда все запросы с 1 позицией. Считается по формуле:  $P \text{ Traf max} = "WS" \text{ запроса} * CTR \text{ 1-го места}$
- **% P Traf max** — Метрика текущей доли P traf от максимально возможной. Считается по формуле:  $\%P \text{ Traf max} = \frac{P \text{ Traf}}{P \text{ Traf max}}$

**Эта метрика характеризует «долю кликов на нас от максимального возможного (с 1го места)»**

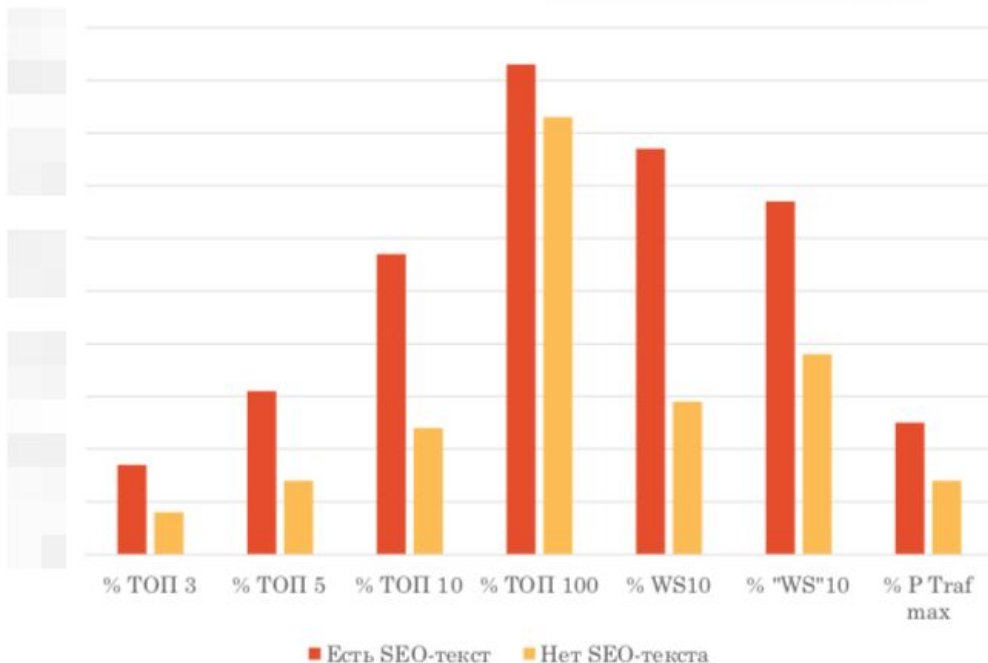
# Противопоставление



# Противопоставление

## Видимость страниц с текстом и без (Яндекс)

Категория < [ ] >



Из сравнения ранжирования двух типов страниц видно, что страницы, покрытые SEO-текстами, ранжируются **лучше** по всем метрикам видимости.



# Противопоставление

копипаст в яндекс

СКАЧ

Группы ↓ ↑	Дата ?	Тип ?	Докум.	Запр.	Спрос ?			%ТОП ?				% Спрос ?				
					WS	«WS»	«!WS»	%ТОП3	%ТОП5	%ТОП10	%ТОП100	Сред. поз.	%WS10	%«WS»10	PTraf	PTraf %
<input type="checkbox"/> копипаст в яндекс: да	↗ D Q	A								67%				57%		26%
<input type="checkbox"/> копипаст в яндекс: нет	↗ D Q	A								71%				68%		33%

копипаст в google

СКАЧ

Группы ↓ ↑	Дата ?	Тип ?	Докум.	Запр.	Спрос ?			%ТОП ?				% Спрос ?				
					WS	«WS»	«!WS»	%ТОП3	%ТОП5	%ТОП10	%ТОП100	Сред. поз.	%WS10	%«WS»10	PTraf	PTraf %
<input type="checkbox"/> копипаст в google: да	↗ D Q									68%				64%		32%
<input type="checkbox"/> копипаст в google: нет	↗ D Q									65%				61%		32%

# Анализ ранжирования #2

**Вопрос №6 (ГРАДАЦИИ):**

**Начиная с какого значения мы получаем БОЛЬШИЙ профит? Какой объем действий дает плохой результат и бессмысленен?..**

**Желаемый ответ #6:**

Продолжая аналогию про количественные:

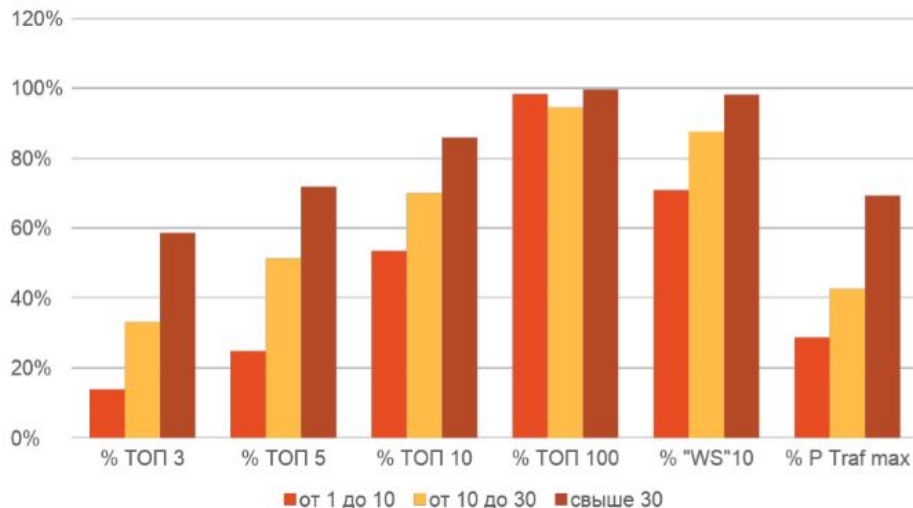
- 1) Если вкладываться в отзывы, то их объем должен быть ОТ \*\*\*, иначе не будет профита в +25%
- 2) Если заниматься раскрытием темы в тексте, то должно быть не меньше \*\*\* подтем и \*\*\* объем, иначе не будет профита в +40%
- 3) Если занимаемся ссылочным, то нужно от 10 ссылок на URL, иначе не будет профита в +15%
- 4) Если занимаемся ассортиментом, то нет смысла растить товаров меньше 8 в листинге, иначе не будет профита в 20%
- 5) ...

# Градации

## Анализ влияния количества [ ] на видимость (Яндекс)

Для анализа количества ассортимента ([ ]) на видимость были проанализированы документы, имеющие нижеприведенные диапазоны [ ]:

- от 1 до 10 [ ]
- от 10 до 30 [ ]
- от 30 [ ]



Из сравнения ранжирования видно, что страницы, имеющие БОЛЬШОЙ ассортимент (количество [ ]), лучше ранжируются по всем метрикам.

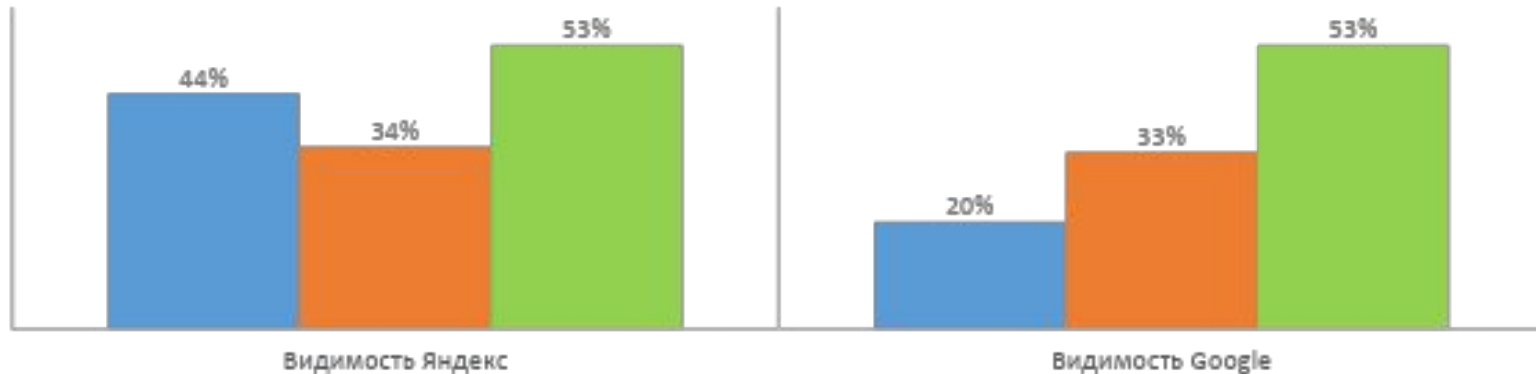
# Градации

Група	«WS»	%ТОП3	%ТОП5	%ТОП10	%«WS»10	% PTraf
объектов: 0	1855	0,80%	0,80%	11,50%	6,10%	0,80%
объектов: 1-3	10305	0,20%	3,70%	25,10%	31,30%	4,00%
объектов: 4-10	11354	5,50%	12,20%	47,90%	51,70%	11,80%
объектов: 11-20	20946	14,90%	33,00%	63,30%	83,80%	31,40%
объектов: 21-30	11908	26,60%	48,70%	79,10%	89,50%	31,10%
объектов: 31-50	19865	40,80%	63,70%	85,90%	98,40%	51,30%
объектов: 51-100	26309	47,10%	63,10%	88,50%	93,30%	47,30%
объектов: 101-500	55712	45,90%	63,40%	87,90%	96,50%	53,20%
объектов: 501-1000	15718	36,50%	55,50%	81,30%	88,40%	37,20%
объектов: 1000+	181512	53,60%	67,00%	88,40%	99,30%	64,90%

Група	«WS»	%ТОП3	%ТОП5	%ТОП10	%«WS»10	% PTraf
объектов: 0	1855	3,10%	10,70%	32,10%	24,70%	5,40%
объектов: 1-3	10305	11,00%	26,10%	60,20%	62,50%	16,40%
объектов: 4-10	11354	23,70%	41,50%	66,50%	82,70%	30,40%
объектов: 11-20	20946	35,60%	51,20%	65,90%	85,20%	57,10%
объектов: 21-30	11908	53,20%	70,00%	82,90%	95,60%	66,00%
объектов: 31-50	19865	53,90%	73,50%	82,40%	96,00%	68,10%
объектов: 51-100	26309	56,20%	71,10%	82,60%	98,30%	58,40%
объектов: 101-500	55712	53,40%	66,80%	81,80%	97,80%	70,30%
объектов: 501-1000	15718	47,80%	64,90%	73,60%	88,70%	56,40%
объектов: 1000+	181512	54,80%	68,60%	80,80%	96,90%	84,10%

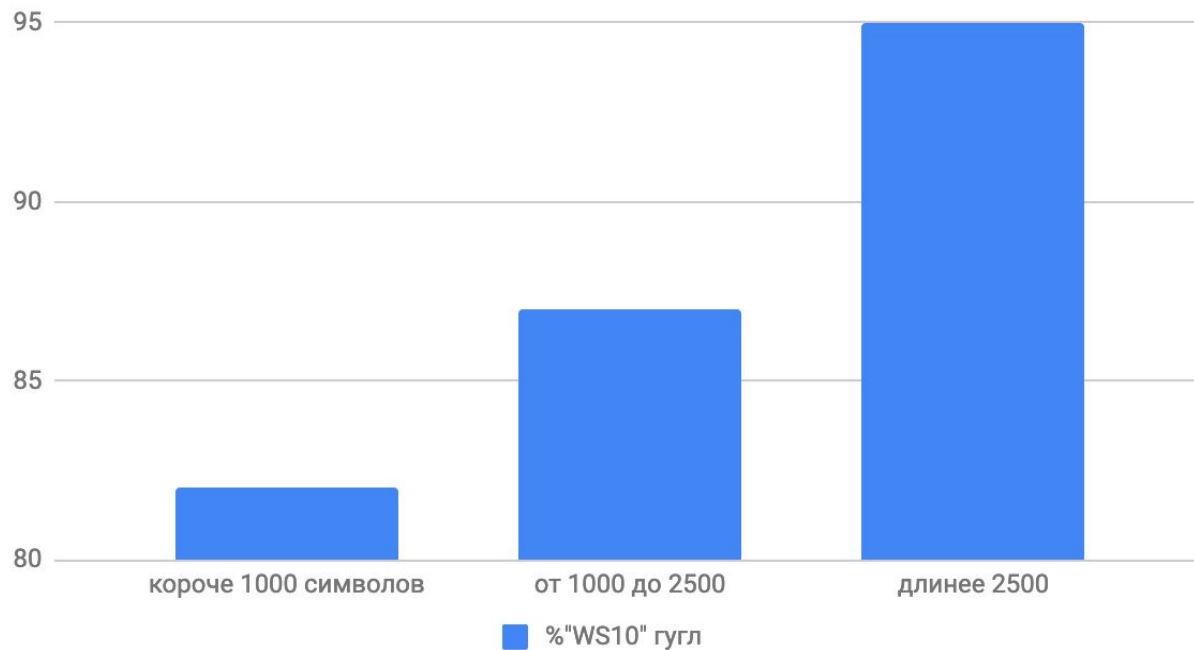
# Градации

■ 0 ссылок ■ 1-10 ссылок ■ >10 ссылок



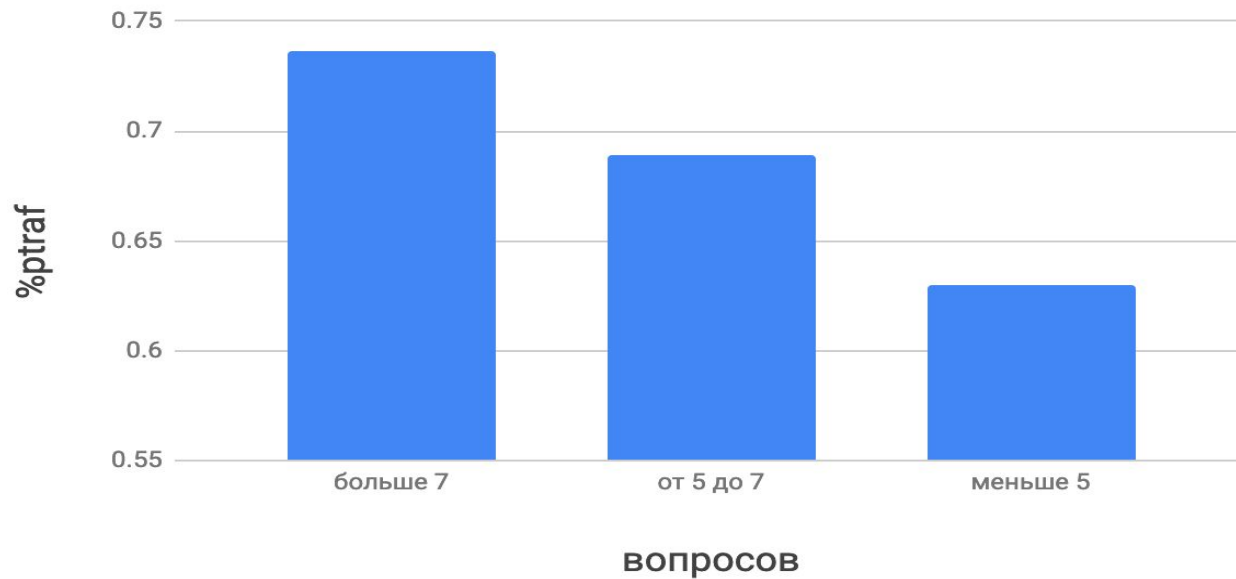
# Градации

%"WS10" зависит от длины нижнего текста

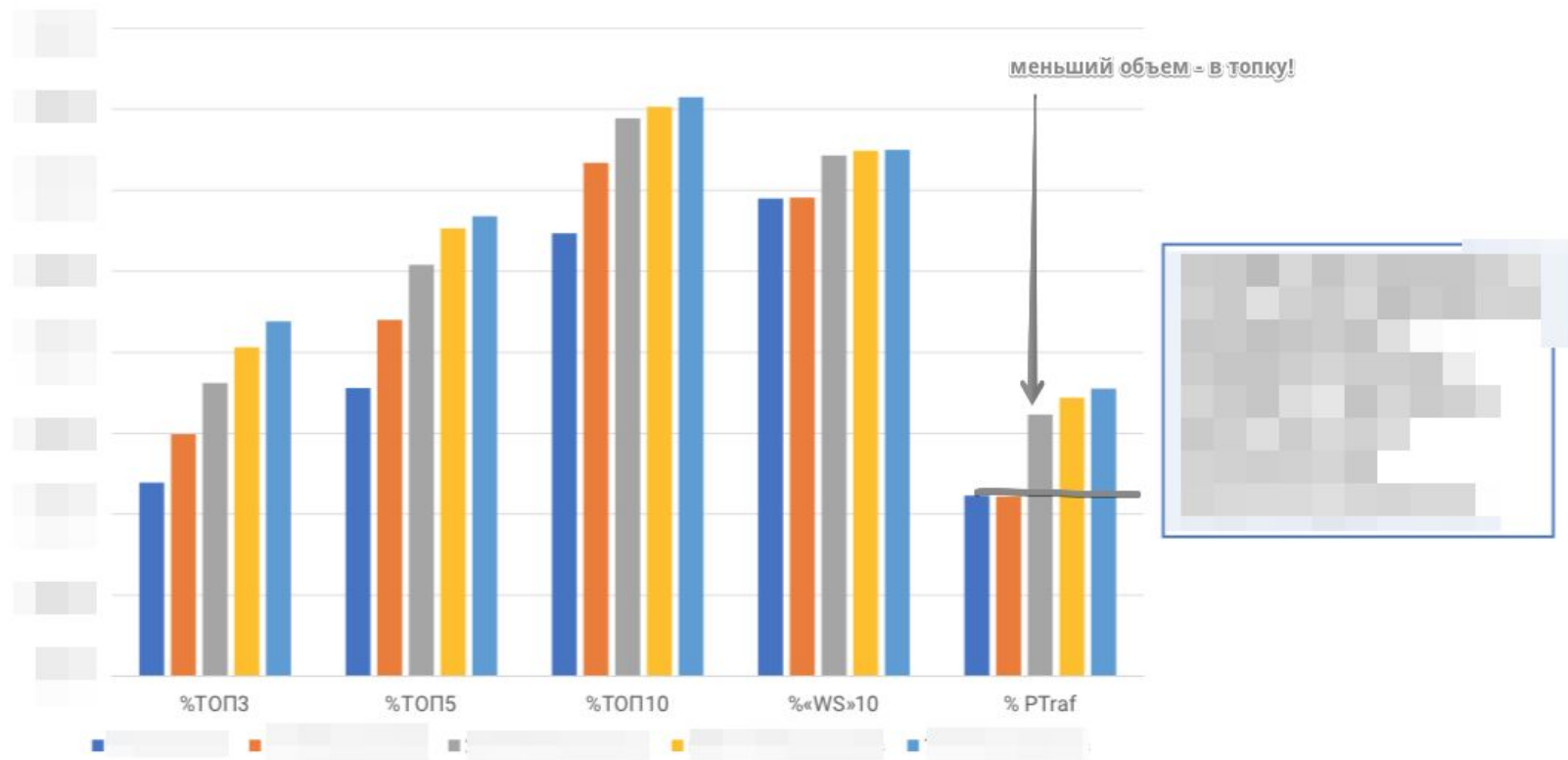


# Градации

%ptraf зависит от количества вопросов раскрытых в нижнем тексте



# Объем отзывов (Google)





# Анализ ранжирования #3

**Вопрос №7 (КОНТРОЛЬНАЯ ГРУППА):**





**Динамика части проекта, где произошла какая-то активность лучше или хуже, чем было бы без нее?**

**Желаемый ответ #7:**

Лучше не только качественные, но и количественные ответы:

- 1) Данный сегмент ведет себя на 70% лучше хост / аналогичная категория / аналогичный набор страниц
- 2) В то время когда весь сайт упал на 15%, где мы применили такие то действия – на 1%
- 3) ...





# Контрольная группа

Группа	15.11 заменен текст	Выборка	Все
Документы	Введите адрес документа (например: kategoria/nazvane_dokumenta)		
 Документов 2	 Запросов 153	 Категорий 2	 Групп 1
Спрос	WS	123 499	0
	«WS»	6 177	0
	«!WS»	4 395	0
% Топ	% ТОП 3	65%	24%
	% ТОП 5	73%	24%
	% ТОП 10	84%	21%
	% ТОП 100	98%	-0,65%
	AVG Position	9	6
% Спрос	% WS10	13%	4%
	% «WS»10	39%	15%
	P Traf	151	62
	% P Traf max	24%	10%

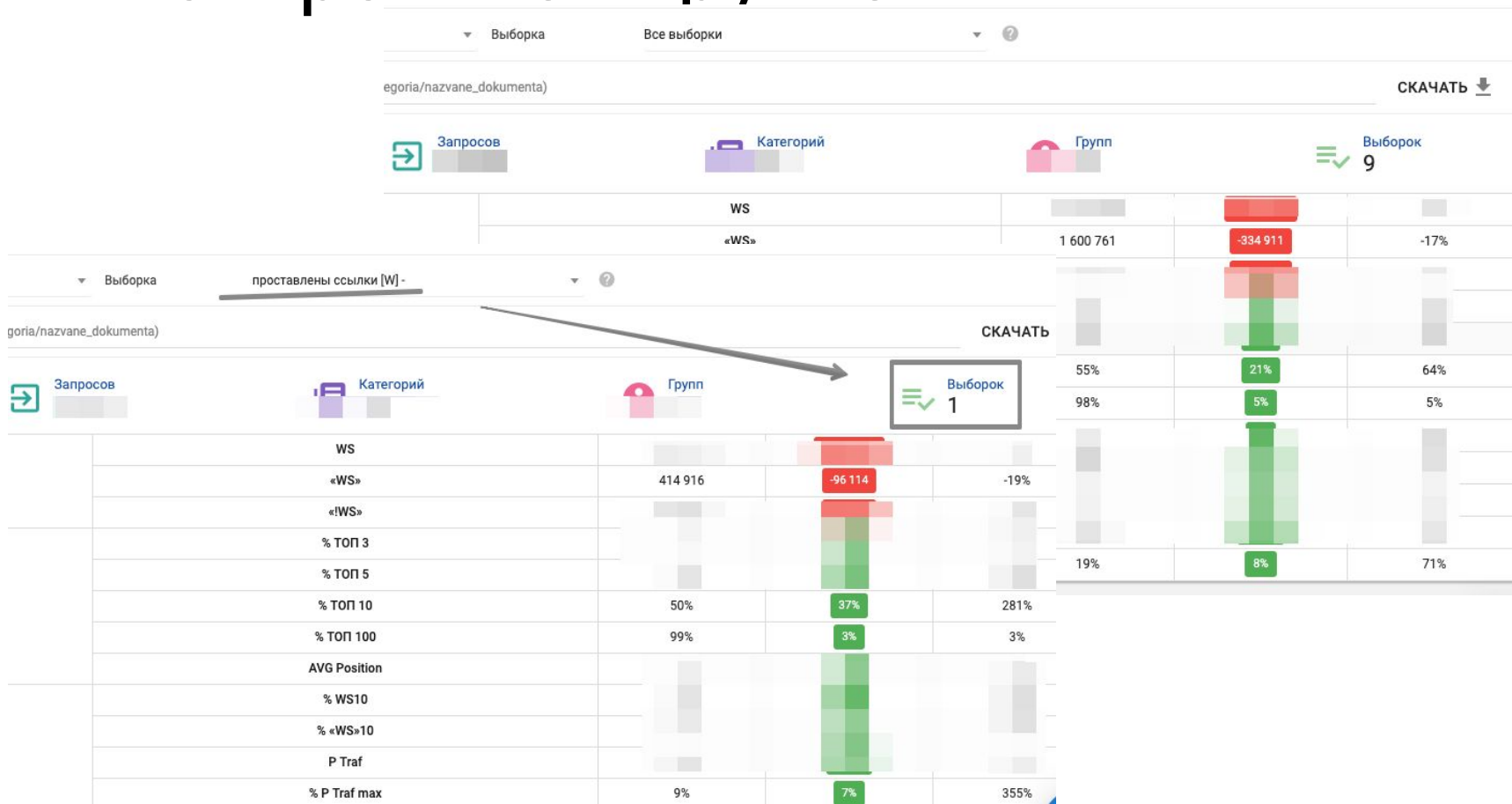
# Контрольная группа

Сравниваем с весь хост.

Вдруг рост совсем не из-за наших работ... но, все же работы норм.

Группа	Все	Выборка	Все
Документы	Введите адрес документа (например: kategoria/nazvane_dokumenta)		
 Документов 313	 Запросов 4 853	 Категорий 25	 Групп 22
Спрос	WS	3 382 353	440
	«WS»	383 013	22
	«!WS»	245 916	22
% Топ	% ТОП 3	21%	-0,29%
	% ТОП 5	30%	0,33%
	% ТОП 10	42%	2%
	% ТОП 100	81%	-0,43%
	AVG Position	34	1
% Спрос	% WS10	22%	0,09%
	% «WS»10	32%	3%
	P Traf	4 136	67
	% P Traf max	11%	0,17%

# Контрольная группа



# Контрольная группа

Все категории

Яндекс Google 03 апреля - 09 июля 2018 ПРИМЕНИТЬ

Группа фотоаппараты тексты карточки [W] 03.04.18

Документов 26 Запросов 110 Категорий 1 Групп 1 Выборок 10

Спрос	WS	7 398	-1 705	-19%
	«WS»	1 809	-488	-21%
	«[WS]»	1 551	-395	-18%
% Топ	% Топ 3	51%	12%	30%
	% Топ 5	58%	8%	16%
	% Топ 10	75%	17%	30%
	% Топ 100	94%	24%	34%
% Спрос	% WS10	71%	17%	32%
	% «WS»10	68%	17%	33%
	P Traf	74	19	34%
Видимость		41%	17%	70%

# Контрольная группа

Все категории

Яндекс Google 12 мая - 09 июля 2018 ПРИМЕНИТЬ

Группа запросы в title [W] 20.05.18 все выборы

Документы Введите адрес документа (например: kategoria/nazvane\_dokumenta)

Документов 96 Запросов 2 855 Категорий 31 Групп 1 Выборок 42

Спрос	WS	10 567 647	-1 454 513	-12%
	«WS»	305 349	-21 534	-7%
	«[WS]»	205 460	-14 895	-7%
% Топ	% Топ 3	36%	3%	10%
	% Топ 5	49%	3%	7%
	% Топ 10	66%	3%	5%
	% Топ 100	92%	2%	3%
% Спрос	% WS10	65%	3%	16%
	«WS»10	79%	11%	17%
	P Traf	12 051	650	6%
Видимость		39%	5%	13%

# TODO list

---

- ✓ Подготовили данные (дам ссылку как)
- ✓ Выделили сегменты
- ✓ Покрутили, сравнили, подумали
- ✓ Выводы + план по воспроизведению (можно)

# Данные

Как примерно должны выглядеть данные по: Сайт, Категория, Сегмент или 1 документ:

Запросов	2879	запросов подобрано
Документов	368	определили, что ведет на столько целевых документов
Категорий	16	разбито на категории (например, Шкафы и Диваны)
WS	15845777	суммарный WS по запросам
«WS»	817432	
«!WS»	369049	
%ТОП3	6,70%	% запросов по ТОПам
%ТОП5	16,00%	
%ТОП10	41,90%	
%ТОП100	92,40%	
%WS10	20,80%	доля показов в ТОП10 от суммарных показов
%«WS»10	31,50%	
% PTraf	6,80%	доля кликов от всех кликов с 1го места



# Данные

Структура анализ (полный список срезов дадим ссылку)

Тип документ	карточка
	листинг
	разводящая
	морда
	статья
	справочная информация

Тип запрос	коммерческий
	информационный
	ГЕО: зависимый
	ГЕО: независимый

Тип запрос	купить, заказать
	цена, стоимость
	топоним
	недорого / дешево
	брендовые запросы
	небрендовые запросы

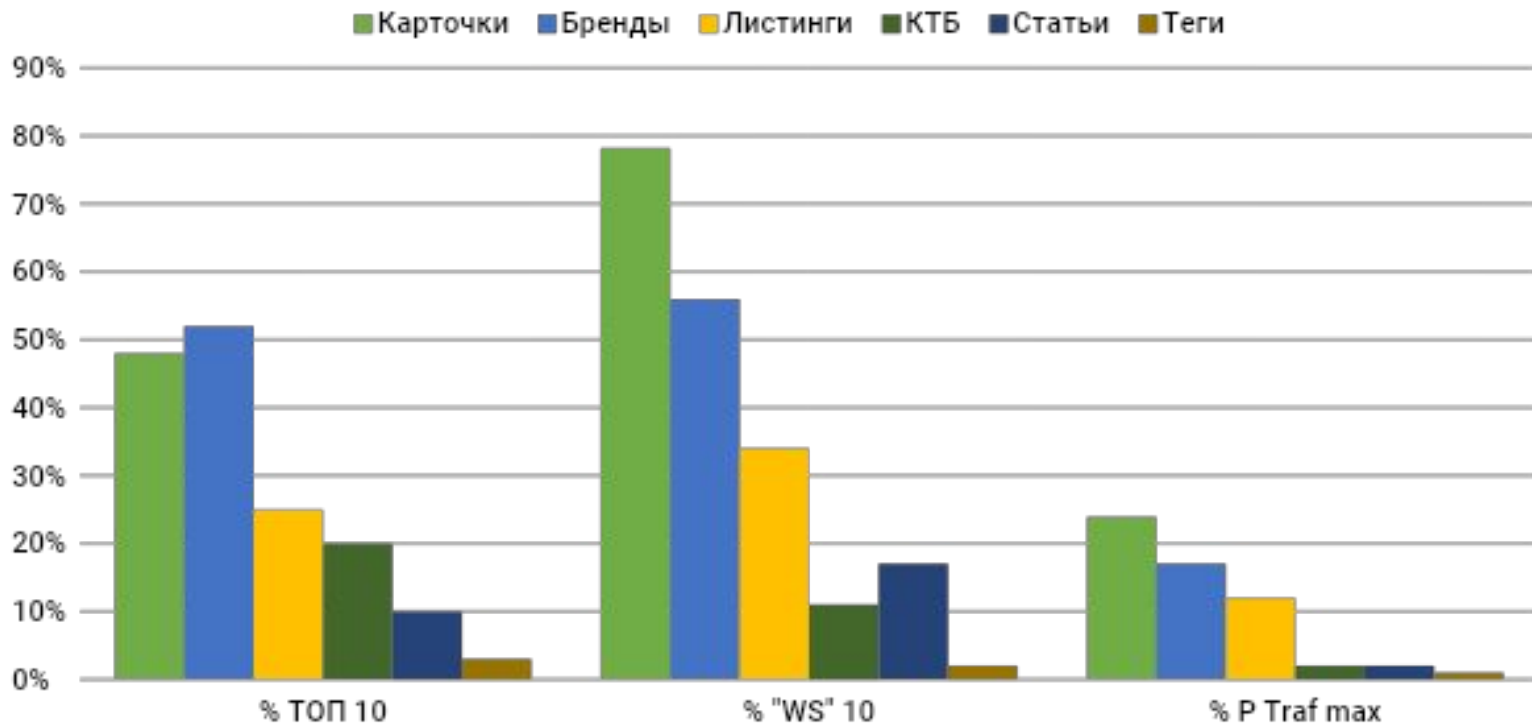
# Данные

Анализ по свойствам проект/бизнес + seo метрикам (полный список срезов дадим ссылкой):

Ссылки	есть внешние
	нет внешних
	мало естественных
Ассортимент	Листинг: много в категории
	Листинг: мало в категории
	Листинг: много на странице
	Листинг: мало на странице
	Товар: в наличии
	Товар: не в наличии
	Товар: есть цена
Товар: нет цены	
Тексты	Текст: уник
	Текст: шаблон
	Текст: нет
	Текст под каталогом: seo-текст (уник)
	Текст под каталогом: шаблон
	Текст под каталогом: нет текста
	Текст над каталогом: есть
Текст над каталогом: нет	

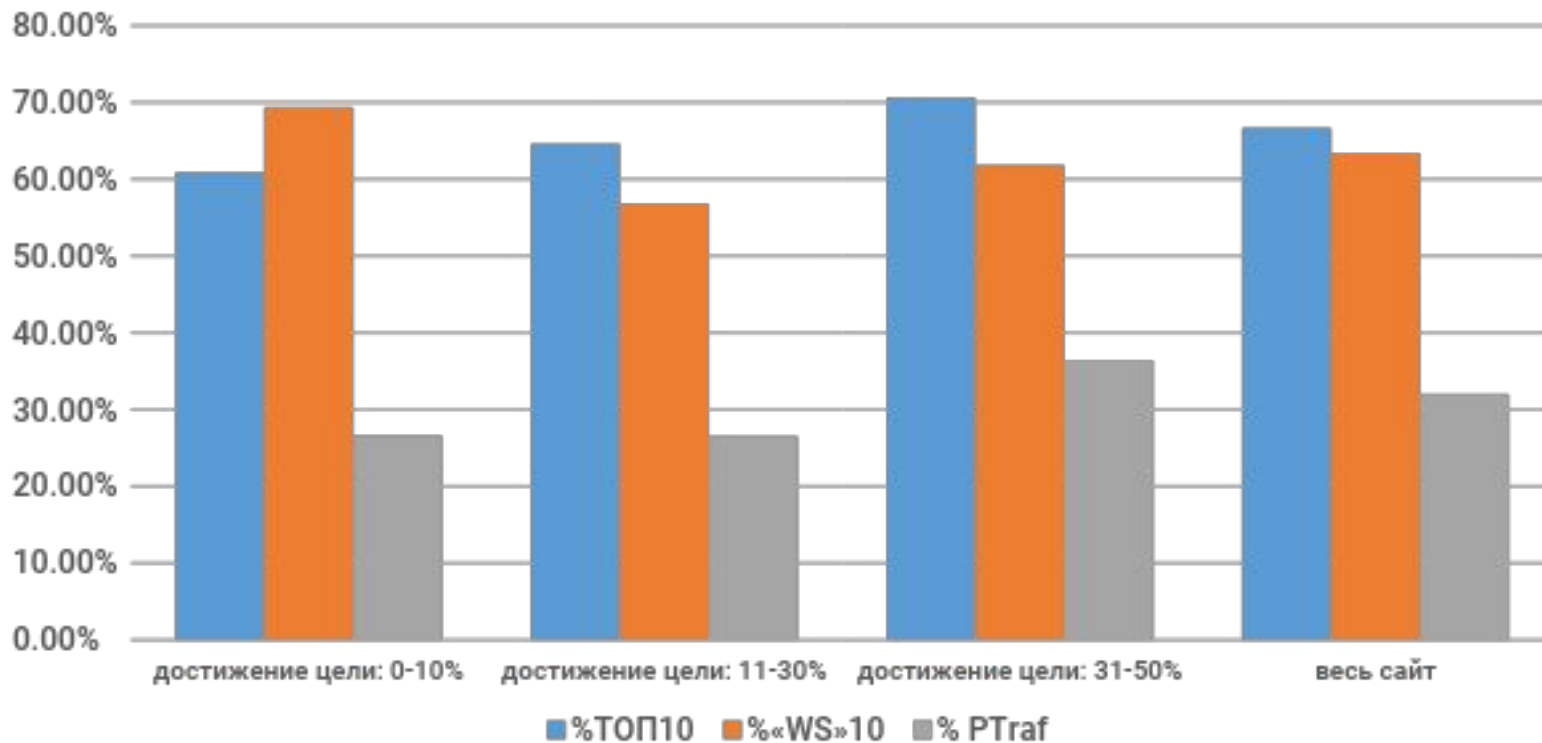
# Оценка ранжирования

Раскладываем по типам страниц:



# Оценка ранжирования

Выявили промежуточную цель, которая качественно характеризует решение задач пользователя:



# Оценка ранжирования

Дополнительно к анализу выше, мы можем сразу добавить оценку влияния уже свершенных изменений (работ). Это может существенно сэкономить время, скорректировав выводы:

Выписали работы за последние 3-6 месяцев



Выделили, которые можно соотнести с конкретные документы и запросы



Посмотрели динамику согласно методике



Вынесли вердикт + соотнесли с выводами из данных выше



Скорректировали выводы

# Оценка ранжирования

Основная задача на этапе аудита – отловить явно не эффективные действия. Особенно важно заметить ситуации, когда мы видим хороший потенциал при анализе ранжирования, а работы дают 0.

Группы ↓ ↑	Дата ?	Тип ?	Докум.	Запр.	Спрос ?			%ТОП		%«WS»10	PTraf	PTraf %			
					WS	«WS»	«!WS»	%ТОП3	%ТОП5						
					↓ ↑	↓ ↑	↓ ↑	↓ ↑	↓ ↑						
<input type="checkbox"/> 29.05.2019 добавлен текст-список	05.19	W		22	1 014			73%	27%	73%	18%	97%	48%	46%	19%
<input type="checkbox"/> seo тексты под товарами закрыты ...	04.19	W		3 848	3 723 675			26%	-4%	35%	-2%	35%	4%	22%	0,21%
<input type="checkbox"/> 25.01 размещены тексты-списки н...	01.19	W		95	210 884			4%	3%	14%	12%	11%	8%	5%	4%
<input type="checkbox"/> 3.09 закрыт текст-статья в noindex	09.18	W		88	37 293			13%	2%	17%	7%	2%	0,60%	1%	0,36%

# Оценка ранжирования

Работы про ссылки:

[Left Panel]					[Right Panel]				
Документов	Запросов	Категорий	Групп	Выборка	Документов	Запросов	Категорий	Групп	Выборка
77	148	1	29	1	4 087	16 893	5	40	19
Спрос	WS	464 107	68 299	17%	WS	57 769 290	-5 209 645	-10%	
	«WS»	13 337	-2 206	-14%	«WS»	1 039 792	-169 824	-14%	
	«!WS»	8 265	-904	-10%	«!WS»	538 087	-88 356	-14%	
% Top	% ТОП 3	0%	0%	0%	% ТОП 3	45%	-3%	-6%	
	% ТОП 5	0,68%	0,68%	100%	% ТОП 5	57%	-2%	-3%	
	% ТОП 10	16%	10%	167%	% ТОП 10	76%	0,63%	1%	
	% ТОП 100	100%	0,68%	1%	% ТОП 100	97%	-0,16%	-0%	
	AVG Position	16	2	11%	AVG Position	10	0	0%	
% Спрос	% WS10	16%	12%	256%	% WS10	85%	-0,23%	-0%	
	% «WS»10	31%	24%	334%	% «WS»10	83%	2%	3%	
	P Traf	50	38	333%	P Traf	55 019	-14 662	-21%	
% P Traf max	4%	3%	405%	% P Traf max	53%	-9%	-8%		

Динамика запросов, куда размещали  
ссылки

Динамика всех  
запросов

Делаем более детальный разбор какие ссылки были проставлены и делаем пометку, что этот тип работ может использоваться дальше как эффективный инструмент.

# Остановить или продолжить

---

Работы	"WS"	Видимость	Динамика	Вердикт
удалили текст	26816	35%	16%	отлично
правка текста	223842	21%	0.5%	так себе
заголовки	101218	19%	3%	норм
тайтлы	175406	14%	3%	норм
добавили текст	47028	7%	2%	норм




# Точки роста

Общая схема в разрезе Яндекс и Гугл


Оценили потенциал роста



Нашли «участки» проекта, которые ниже потенциала



Определили во сколько раз можно вырасти



Оценили прирост в трафика



Проверили реалистичность оценки роста

# Точки роста

Двигаемся в сторону большей детализации

Весь сайт

```
graph TD; A[Весь сайт] --> B[Категории / Типы страниц]; B --> C[Более узкие группы документов]; C --> D[Отдельные документы];
```

Категории  
Типы страниц

Более узкие группы документов

Отдельные документы

# Точки роста

При этом потенциал мы оцениваем соответствующе

Уровень	Ориентир для оценки потенциала
весь сайт	хосты конкурентов
категория	соответствующие категории конкурентов
типы страниц	тот же тип страниц конкурентов
более узкие группы	категория или тип, куда входит, или сайт
1 документ	категория или тип, куда входит, наш или конкурента



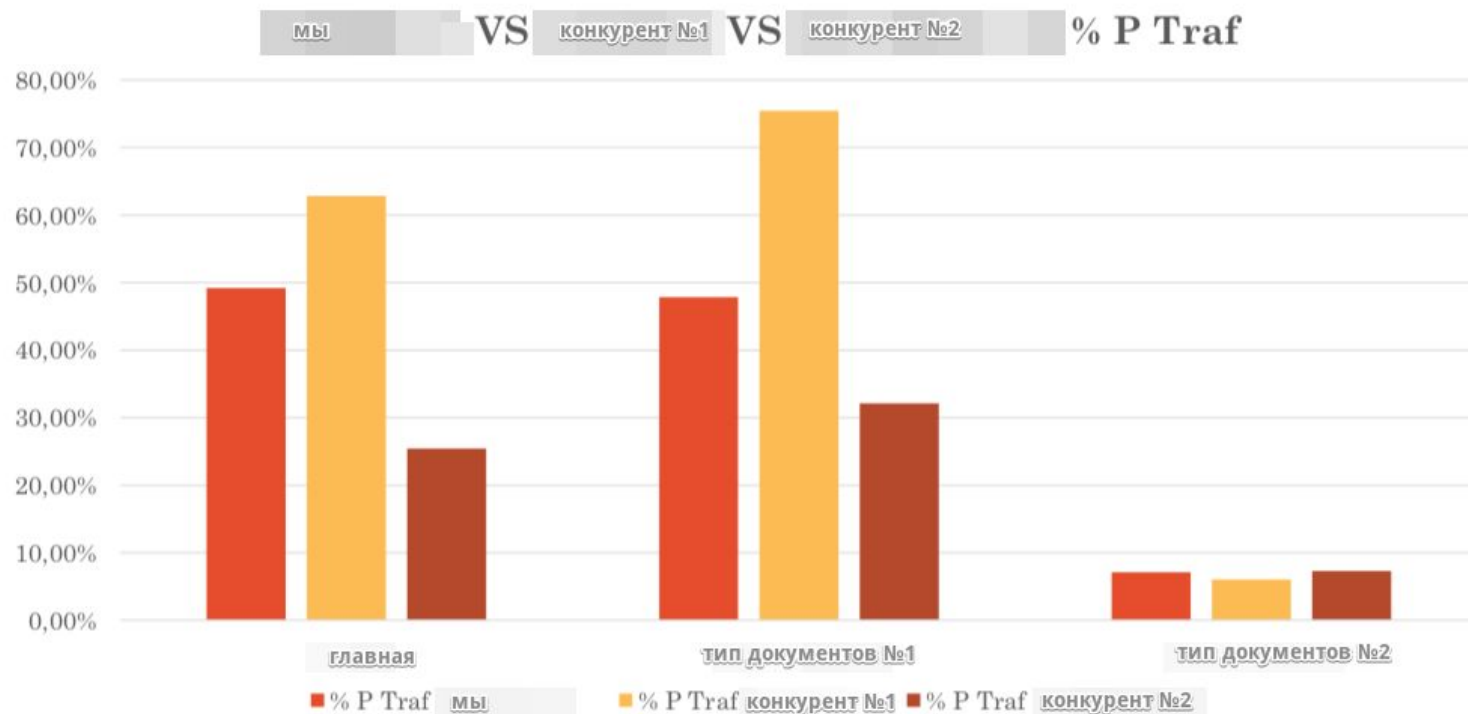
# Точки роста

На уровне категории

Категория	Запросов	«WS»	Рост в Яндекс	Рост в Google
категория1	714	41780	7,2	4,8
категория2	615	23335	2	1,2
категория3	295	11147	1	1,3
категория4	309	8416	21,8	18,1
категория5	454	9199	25	21,9
категория6	119	4978	2,2	1
категория7	308	705	1,4	1,4
категория8	62	522	4,6	8

# Точки роста

На уровне типов страниц




# Точки роста

Когда мы лидеры

Берем по 1 документу



Сравниваем с потенциалом  
уровня «выше»



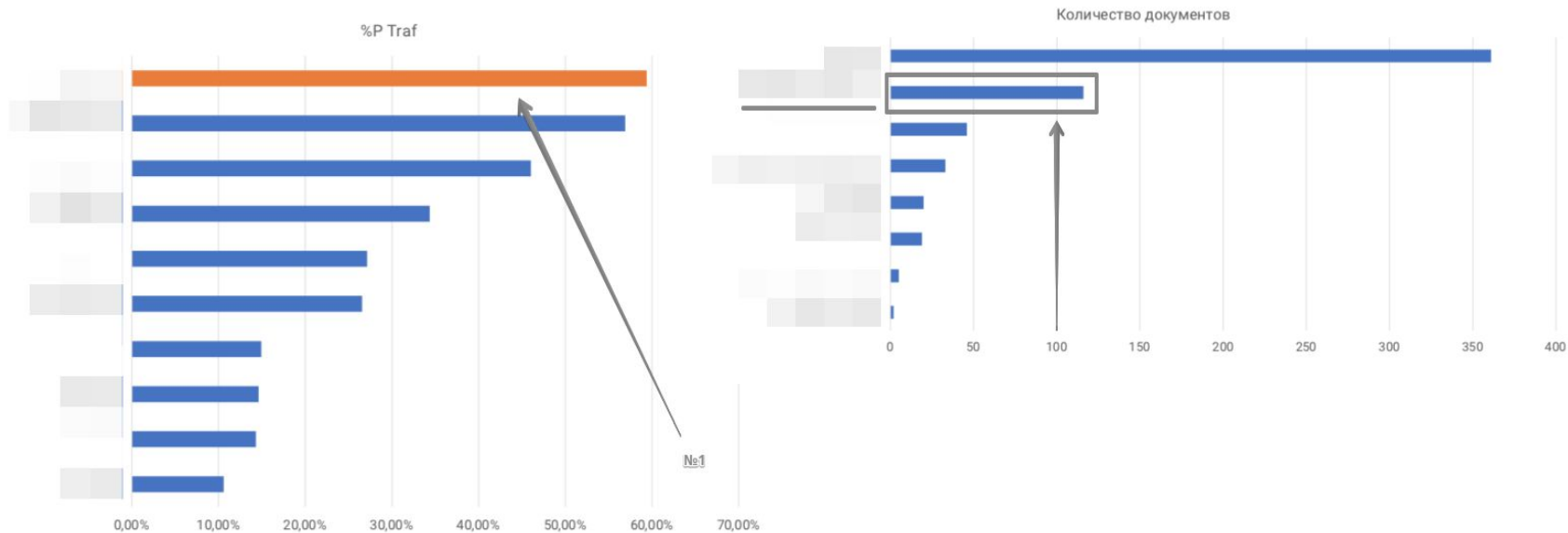
Все что может расти – берем



Оцениваем реалистичность

# Точки роста

Мы лидеры в категории, но там 100+ документов, где можно расти.





# Точки роста (пропустить)

Дополнительные моменты, которые стоит иметь ввиду:

Нет или очень низкая видимость	В таком случае трудно прогнозировать рост от текущего состояния. Мы рекомендуем при росте больше порядка (10) использовать оценку "сверху".
Некорректная семантика	В случае, когда у нас к документам привязана некорректная семантика или трафик идет по другой семантике (частный случай - бренд), прогноз будет полностью неверным.
Трафик идет по другой семантике	
Рост выше возможного	Всегда стоит сравниваться с оценкой "сверху". Грубо говоря мало реалистично, что мы можем получать более 10-20% от "WS" документа.

# Точки роста

Группировка точек роста позволяет более наглядно видеть приоритеты и в целом направления работ.

Рекомендуем бить по :

Категории

Типы страниц

Сила роста

Регионы

Важные свойства

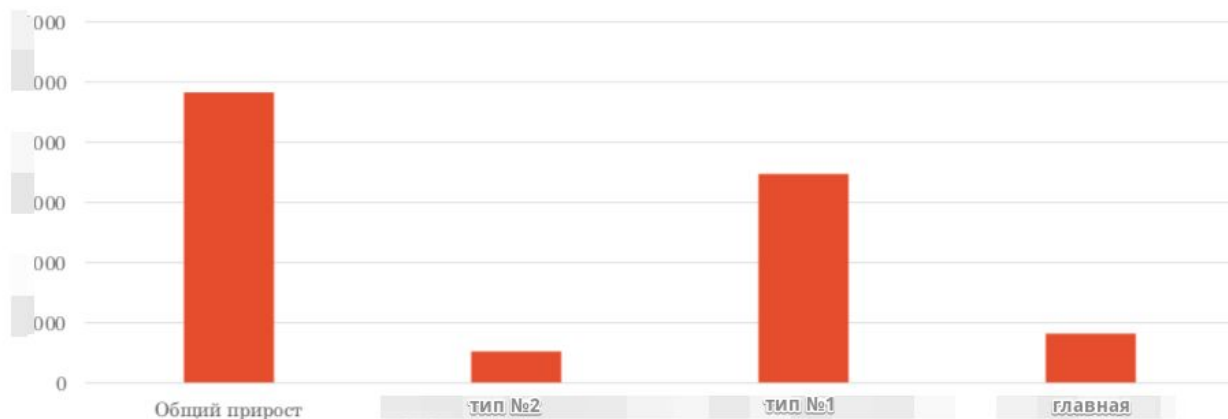
# Точки роста



Группа	Прирост	Прирост (%)
Общий прирост	60098	100%
Категория1	34125	57%
Категория2	16537	28%
Категория3	9108	15%
Категория4	328	1%

# Точки роста

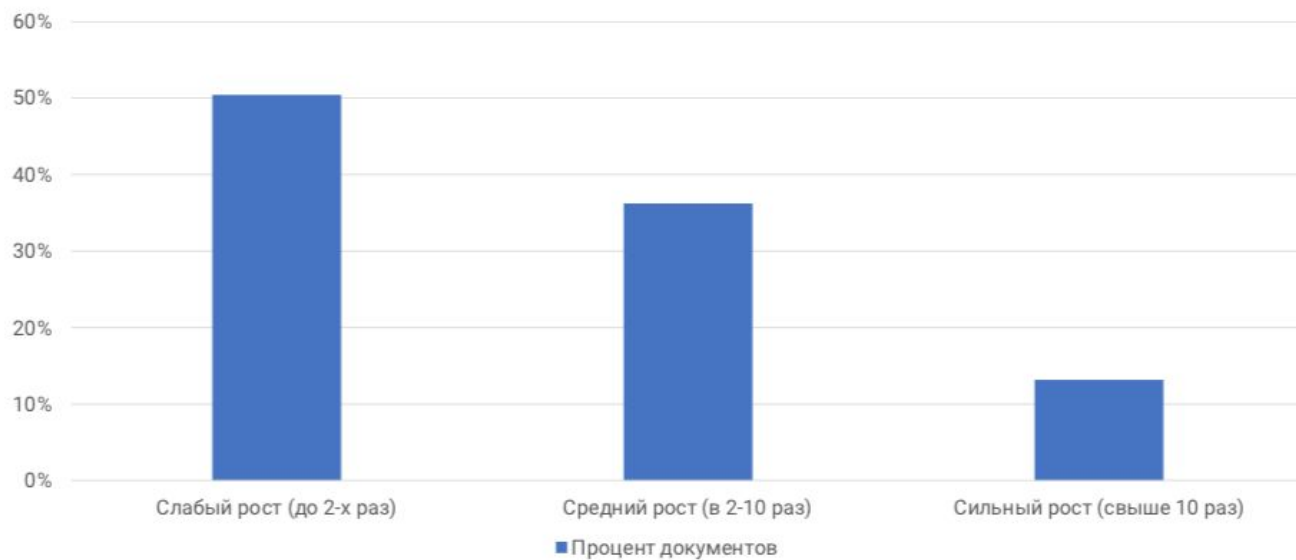
По типам страниц



Группа	Прирост	Прирост (%)
Общий прирост		100%
		11%
		72%
		17%

# Точки роста

По силе роста



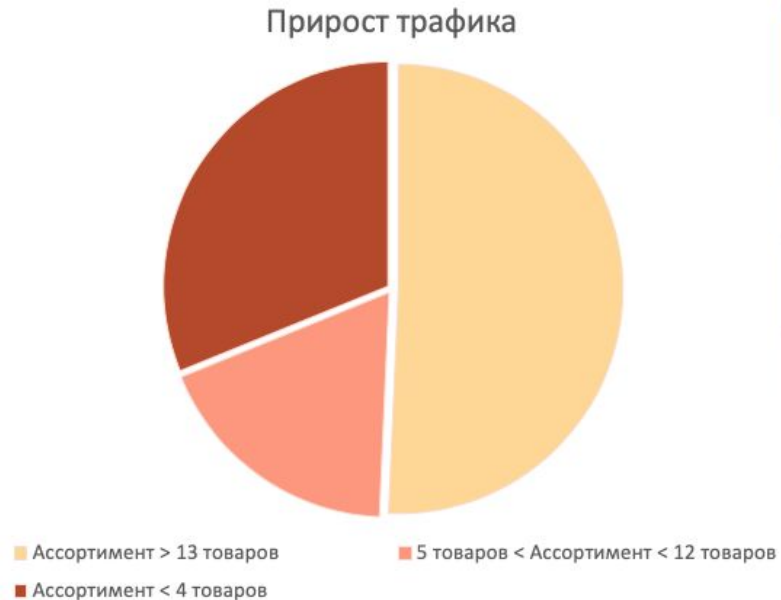
# Точки роста

Стоит накладывать важные бизнес или продукт свойства, которые сильно влияют на ранжирование, на точки роста.

Что стоит накладывать	Что даст
Ассортимент	Повысит / понизит приоритет для работы, где хорошо / плохо с ассортиментом
Наличие	Занесит (возможно стоит вообще выкинуть) точки роста не в наличии
% маржинальности	Повысит точки роста, которые не самые крупные по приросту трафика, зато важней по выручке и пр.

# Точки роста

Можно наложить данные по ассортименту и понять более детально приоритеты, логично, что стоит работать там где  $\max(\text{прирост}; \text{норм. ассортимент})$ .



# Точки роста

Как можно расширить потенциальные точки роста за счет анализа, где мы потеряли трафик год к году


Берем все документы с потерей трафика  
YoY




Оставляем только 200



Оставляем где % и абсолютное значение  
падения значимы



Оставляем где основной ключ потерял WS  
YoY сильно меньше потери трафика



Оставляем где видимость ниже  
потенциала и уникальные добавляем в  
точки роста



# Точки роста

Пример обработки точек падения для Esom

2. Выделены страницы с проседанием по трафику

< -20% в относительной величине

< -400 визитов в абсолютной величине

Страницы просели по трафику (2 369 документов)

- ██████████ визитов за год

1. Технические ошибки  
(49 документов)

- ██████████ визита

- ошибка 404

2. Нет в наличии  
(1 868 документов)

- ██████████ визитов

3. Потеряли спрос (26  
документов)

- ██████████ визитов

4. Возможно вернуть (352 документа)

- ██████████ визита

5. Рост невозможен Яндекс  
| Рост невозможен Google  
%"WS"ТОП10 > 70% +  
трафик из другой ПС ~ тот  
же (74 документа)

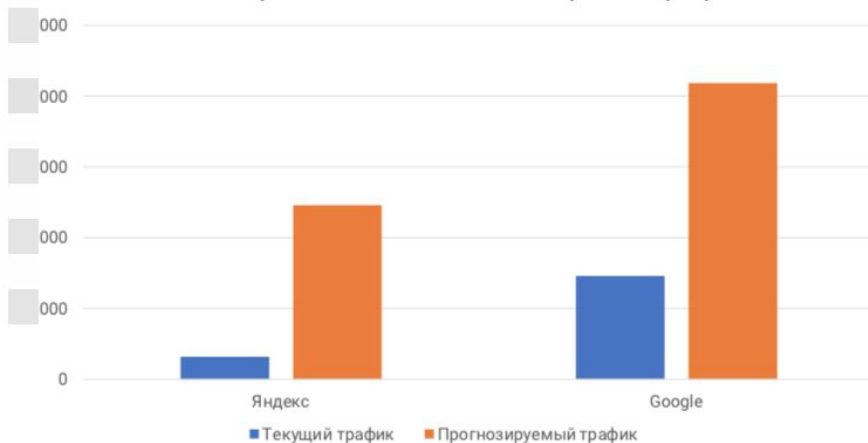
- ██████████ визитов

# Пример выводов (портал)

Есть оценка роста

## Точки роста по поисковым системам

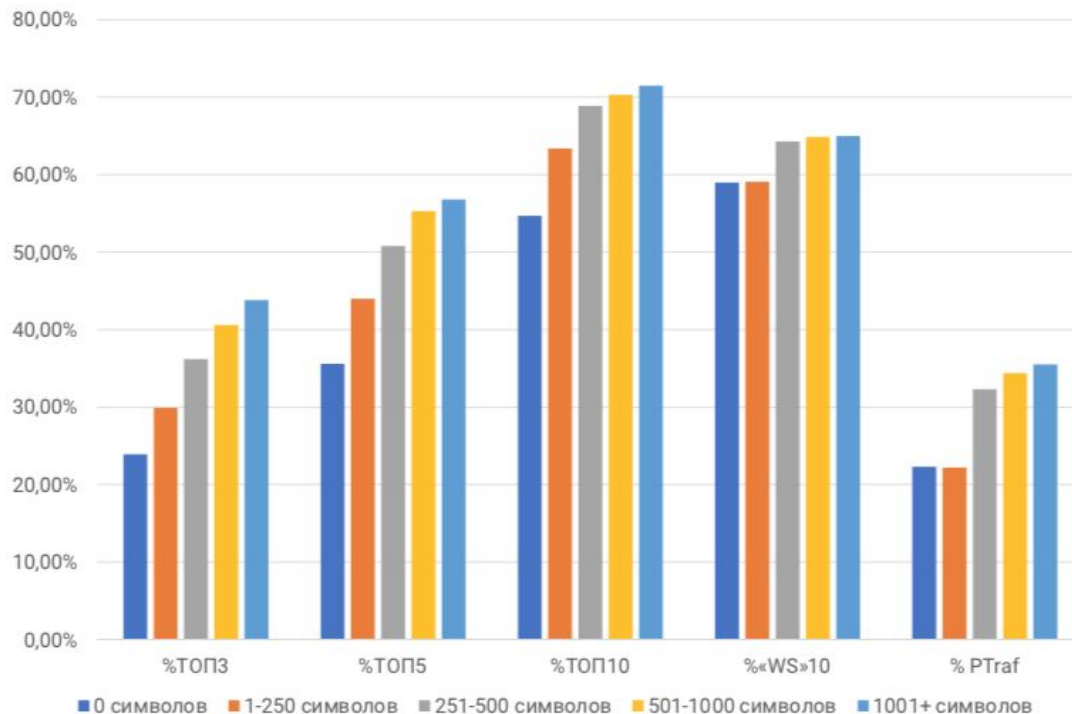
- В Яндекс среди отслеживаемой семантики было найдено 1159 документов (37% от общего числа), имеющих потенциал роста трафика.
- В Google среди отслеживаемой семантики было найдено 1579 документов (51% от общего числа), имеющих потенциал роста трафика.



На графике показан текущий трафик документов, имеющих потенциал роста и уровень трафика до которого можно вырасти при работе с документами.

# Пример выводов (портал)

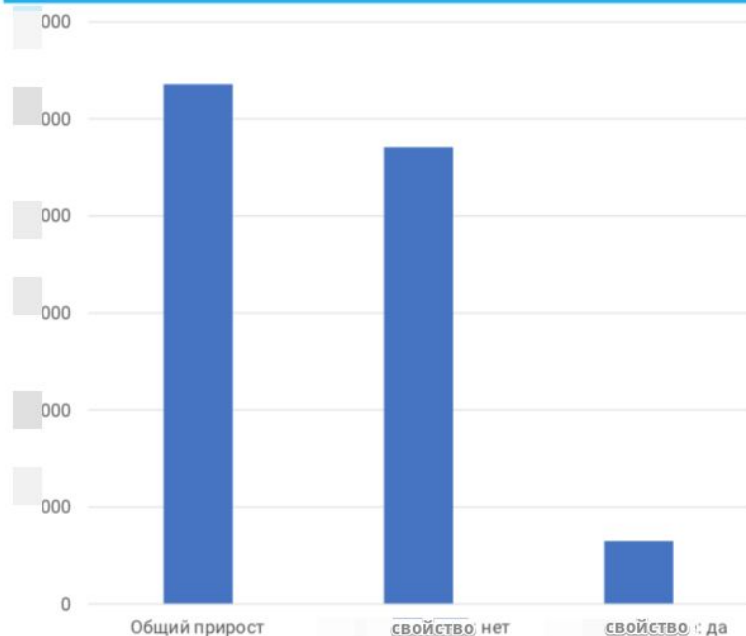
Есть оценка эффективности действий. На примере «контента»



# Пример выводов (портал)

Есть наложение точек роста и наличия «контента»

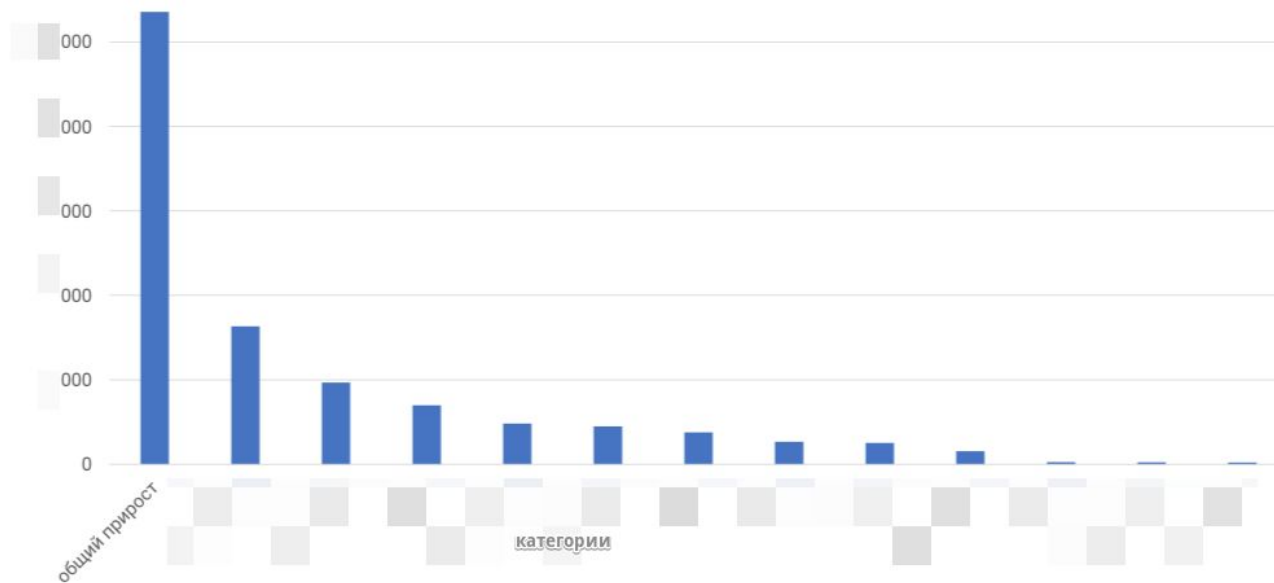
## Точки роста (Яндекс)



Из анализа видно, что документы без **свойство** имеют больший потенциал роста, чем документы с уже **свойство**

# Пример выводов (портал)

Есть разбивка по категориям, можем под это подвязать план работ в том числе



# Что мы используем для всего выше

---

- ✓ Данные из SEOWORK
- ✓ Данные внешние (много из парсеров)
- ✓ Функционал сегментирования в SEOWORK

# SEOWORK «ПОД КАПОТОМ»

---



Данные



Точки роста и приложения усилий



Разметка изменений и работ



Отчеты



Оценка эффективности



Принятие решений

# Про внедрение платформы

---

- ✓ Пока урезанный ф-л не под RU/BY (но скоро будет)
- ✓ Требуется обучения, читать ссылки в конце
- ✓ Помогаем, пишите + будут еще вебинары



# Организационное

## **Ссылки:**

Вебинар №1 про подход –

<https://help.seowork.ru/ru/articles/3272340>

Вебинар №2 про аудит –

<https://help.seowork.ru/ru/articles/3293002>

Рассылки важные –

<https://help.seowork.ru/ru/articles/2568080>

## **Приложения:**

Приложение к Вебинар №1 -

[https://seowork.ru/docs/prognoz\\_prirosta\\_trafika.xlsx](https://seowork.ru/docs/prognoz_prirosta_trafika.xlsx)

Приложение к Вебинар №2 –

[https://presentations.seowork.ru/Prilozheniya\\_audit.pdf](https://presentations.seowork.ru/Prilozheniya_audit.pdf)

Приложение про точки роста -

<https://help.seowork.ru/ru/articles/3313722>

# ССЫЛКИ

Youtube –

<https://www.youtube.com/channel/UCNbqpRY2aEEbvgXNjJsc5Eg>

FB SEOWORK – <https://www.facebook.com/seowork.official/>

FB Поломарь – <https://www.facebook.com/stas.polomar>

Хелп – <http://help.seowork.ru/>

# Спасибо

---

Вопросы?  
Про приз не  
забыть)

Станислав Поломарь

<https://seowork.ru/>  
[stas.polomar@gmail.com](mailto:stas.polomar@gmail.com)