

Семантическое ядро сайта

— это упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом

Это определение имеет недостаток: оно характеризует сайт, но не учитывает интересы его пользователей.

Семантическое ядро — это набор поисковых запросов, с помощью которых пользователи могут найти нужный веб-ресурс и удовлетворить связанные с этим поиском потребности.

Составление семантического ядра — это ключевой этап поискового продвижения, который дает ответы на основные вопросы интернет-бизнеса:

- 1. Кто целевая аудитория проекта?
- 2. На какие запросы аудитории готов ответить веб-сайт?

Какие потребности удовлетворить?

это маркетинговое исследование спроса, с помощью которого можно определить, на какой аудитории и как будет зарабатывать веб-проект.

за запросом к поисковой системе всегда стоит конкретная потребность пользователя. И поисковые системы действуют соответствующим образом: вместо простого «ответа» на запрос, они стремятся удовлетворить конечную потребность. Например, на сайте, который высоко ранжируется по запросу «купить машину», обязательно будет возможность купить автомобиль (то есть удовлетворить потребность)

- При этом запросы к поисковой системе, соответствующие одной и той же потребности, могут быть выражены по-разному. Сравним: «купить машину недорого» и «продажа авто дешево» — слова разные, а потребность одна. Именно по этой причине по разным запросам в поисковой выдаче часто присутствуют одни и те же сайты

Основные функции семантического ядра:

- – помогает составить портрет целевой аудитории и спектр ее потребностей;
- – содержит карту («матрицу») потребностей и соответствующих им целевых запросов;

Семантическое ядро — это фундамент, на котором строится весь процесс продвижения сайта. Именно по этой причине принципиально важно правильно собрать семантику уже на старте работ

которая будет удовлетворять количеству потребностей.

принципиально важно правильно собрать семантику уже на старте работ

Сбор первоначального ядра запросов

Сбор семантического ядра начинается с поиска всех возможных ключевых слов и запросов, которые характеризуют потребности пользователей веб-проекта.

Подбор маркерных запросов («базисов»)

- Сбор ядра запросов начинают с составления списка маркерных запросов (маркеров), которые называются базисными.
- Это наиболее популярные ключевые слова и запросы, которые характеризуют намерения и потребности посетителей сайта, описывают веб-площадку и ее тематику.

Список маркеров — это узловые элементы
каркаса семантического ядра. Именно от них
будет зависеть полнота и точность собранной
семантики

Список методов для сбора списка маркерных запросов:

1. Предварительный поиск: нужно записать все запросы, которые характеризуют предоставляемый сервис, сайт и рынок. Это могут быть названия услуг («лечение кариеса»), наименования товарных категорий и подкатегорий («морепродукты» — «осьминог», «лангустины»), общеупотребительные термины («стоматолог») и т. п.

2. Можно собрать коллег и провести мозговой штурм, на котором постараться посмотреть на сайт глазами клиента, определить его потребности.

3. Есть смысл заказать или купить маркетинговое исследование рынка. С его помощью можно проанализировать тренды и отразить их в списке запросов.

4. Необходимо проанализировать сайты конкурентов: названия разделов, навигацию, структуру сайта.

5. Список запросов можно расширить за счет синонимов и разных словоформ (например, для «куртки» можно подобрать запросы «ватник» или «пуховик»).

6. Нужно проанализировать системы контекстной рекламы и определить, по каким запросам рекламируются конкуренты. Для выполнения этой задачи существуют специальные интернет-сервисы (Например, <https://spywords.ru/>, но в Сети можно легко найти аналогичные сервисы)

[Скачать](#)[Цены](#)[Купить и обновить](#)[Обзор](#)[Руководство пользователя](#)[Руководства](#)[Вопросы и ответы](#)[Поддержка](#)

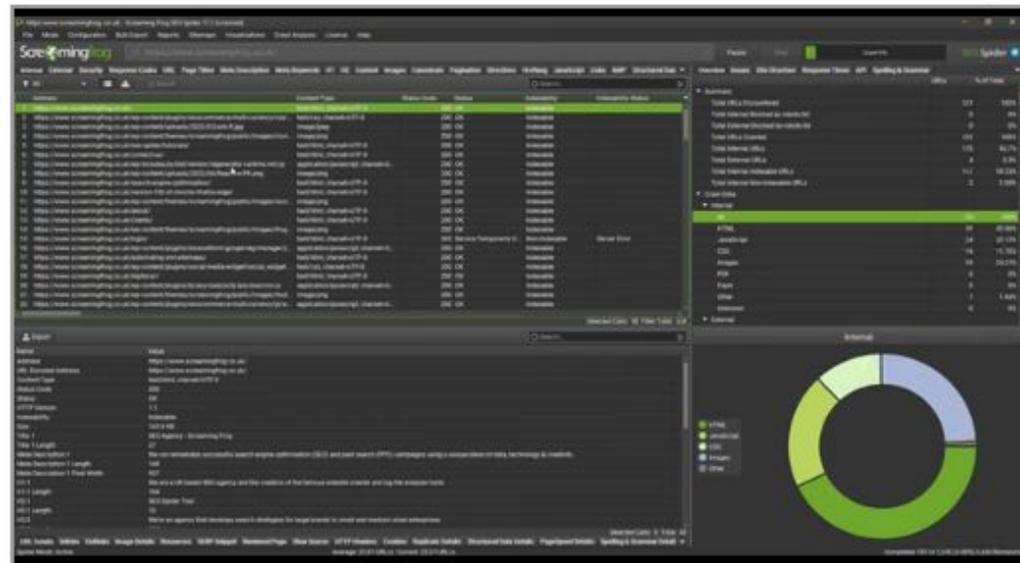
Инструмент SEO Spider

Screaming Frog SEO Spider - это поисковик веб-

сайтов, который помогает вам улучшить SEO на месте, извлекая данные и проверяя общие проблемы SEO. Бесплатно загружайте и просматривайте 500 URL-адресов или купите лицензию, чтобы снять ограничение и получить доступ к расширенным функциям.

Бесплатная и платная

загрузка



Сбор запросов на основе маркеров

Яндекс.Вордстат. <https://wordstat.yandex.ru/>



Необходимо последовательно ввести маркерные запросы в строку поиска и скопировать в общий список запросов из левой колонки. Если сайт продвигается в конкретном регионе, необходимо указать это в настройках.

Также нужно обратить внимание на правую колонку («Запросы, похожие на ...»). Это так называемые ассоциативные запросы, с помощью которых часто удастся существенно расширить семантическое ядро.

для поиска нужно использовать и другие методы сбора запросов:

1. Необходимо использовать поисковые подсказки, то есть варианты популярных запросов, которые начинаются на те же буквы или слова, что и целевые запросы;
2. Нужно скачать полный список поисковых запросов, по которым продвигаемый сайт уже находили пользователи. Найти такие списки можно в популярных системах веб-статистики (если они установлены на сайте) и в панелях веб-мастеров

3. Есть смысл использовать похожие запросы, располагающиеся в нижней части страницы с поисковой выдачей по маркерным запросам;

4. Нужно использовать для поиска онлайн-сервисы и специальное программное обеспечение для анализа конкурентов и подбора ключевых фраз:

Serpstat, ТопВизор, SimilarWeb и прочее.

Это платные инструменты, поэтому вопрос целесообразности их использования в конкретном проекте остается открытым.

Но сложно обойтись без специальных программ или онлайн-сервисов по сбору семантического ядра (например, KeyCollector)