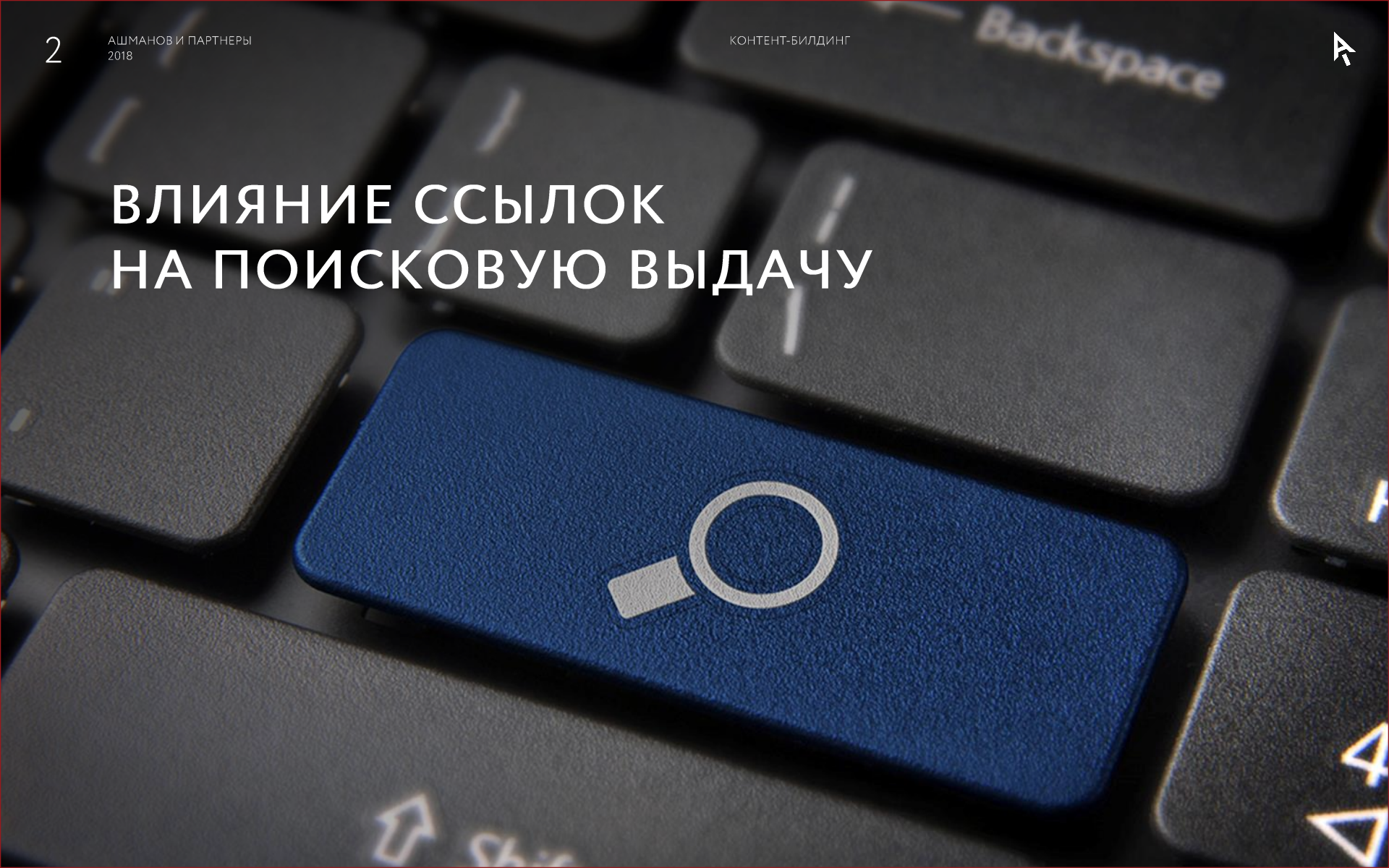
Ашманов и партнеры

АШМАНОВ И ПАРТНЕРЫ

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ КОМПАНИИ НА ПОЗИЦИИ САЙТА

ПОДГОТОВЛЕНО
«АШМАНОВ И ПАРТНЕРЫ»
МАЙ 18

ВЛИЯНИЕ ССЫЛОК НА ПОИСКОВУЮ ВЫДАЧУ



ЛАБОРАТОРИЯ ПОИСКОВОЙ АНАЛИТИКИ

ЛАБОРАТОРИЯ ПОСТРОЕНА НА БАЗЕ АНАЛИЗАТОРОВ КАЧЕСТВА ПОИСКА ANALYZE THIS, КОТОРЫЕ 9 ЛЕТ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ ДАННЫЕ О КАЧЕСТВЕ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ.

- Исследуем 427 факторов ранжирования.
- Исследовали 564 тематики в Яндексе и Google за последний год для наших клиентов.
- Анализируем более 100 тыс. сайтов ежедневно.
- На данные анализаторы ориентируются, в том числе, и представители поисковых систем (Яндекс, Mail.ru, Спутник).

Запросы, не соответствующие ожидаемым страницам

Информационность результата 1

	mysite.ru	rival.com	competitor.ru	shop.com	another.ru	магазин.рф	else.one	magazin.ru
Число найденных документов с сайта в Yandex	38.7	2340	2397	705	740	53500	1304	3500
Вхождение слов запроса в URL	0.16	0.74	0.62	0.29	1	0.81	1	0.81
"Гарантия": упоминания на странице	Нет	48%	47%	100%	100%	Нет	Нет	100%
"Гарантия" в интерфейсе сайта	Нет	48%	45%	100%	100%	Нет	Нет	100%
"Оплата": упоминания на странице	Нет	55%	53%	100%	100%	100%	Нет	100%
Наличие связи с Яндекс.Маркетом	Нет	33%	24%	Нет	Есть	Есть	Нет	Нет
Наличие счетчика Яндекс-Метрика	Нет	69%	74%	100%	100%	Нет	100%	100%
Наличие разметки Schema.org	Нет	38%	36%	Нет	Нет	Есть	Есть	Нет
Вхождение слов запроса и синонимов в URL	0.16	0.74	0.62	0.29	1	0.81	1	0.81
Вхождение во внутренние <a>: отдельные слова	2.84	6.05	4.88	5.06	15.6	7.87	2.72	4.47
Вхождения в <title>: отдельные слова	0.61	1.30	1.23	1.71	1	0.87	1	1.06
Вхождения в текст: отдельные слова и синонимы	14.4	24.1	21.3	21.1	36.5	16.7	20.4	13.6
Вхождения в текст: отдельные слова	14.4	23.9	20.3	21.0	36.5	16.6	20.4	13.5
Вхождение в бэклинки на сайт: отдельные слова	4.00	4.89	5.54	7.38	31.2	193	1.78	9.05
Риск «Баден-Бадена»	9.17	5.79	4.70	7.50	10	1	8	9.33

Аналитический отчет «Факторы ранжирования в 2018 году» - www.ashmanov.com/static/aip_lab_otchet.pdf

ИСТОРИЯ ВОПРОСА

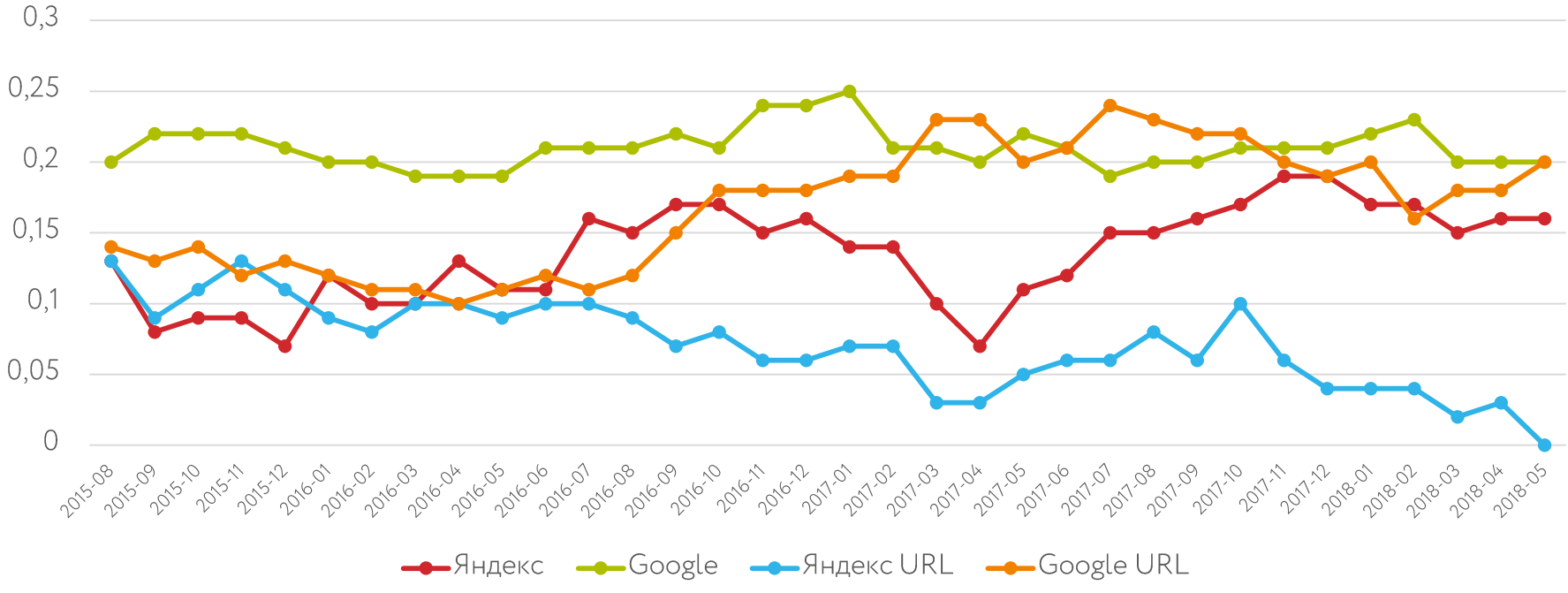
Период расцвета ссылочных факторов закончился, но они всё еще остаются очень важными, в том числе, и в Яндексе, однако теперь приходится учитывать не только возможную пользу от ссылок, но и связанные с ними риски.

РАБОТАЮТ ЛИ ССЫЛКИ СЕЙЧАС?

Изменение коэффициентов корреляции с позицией в Яндексе и Google с августа 2015 по ноябрь 2017:

а) для количества доменов, ссылающихся на сайт;

б) для количества доменов, ссылающихся на URL



ВЛИЯНИЕ ССЫЛОК

> упоминание сайта = упоминание бизнеса = увеличение цитируемости

Параметры, которые важны пользователям в оффлайн-коммуникации с брендом:

Известность бренда

Доверие к бренду

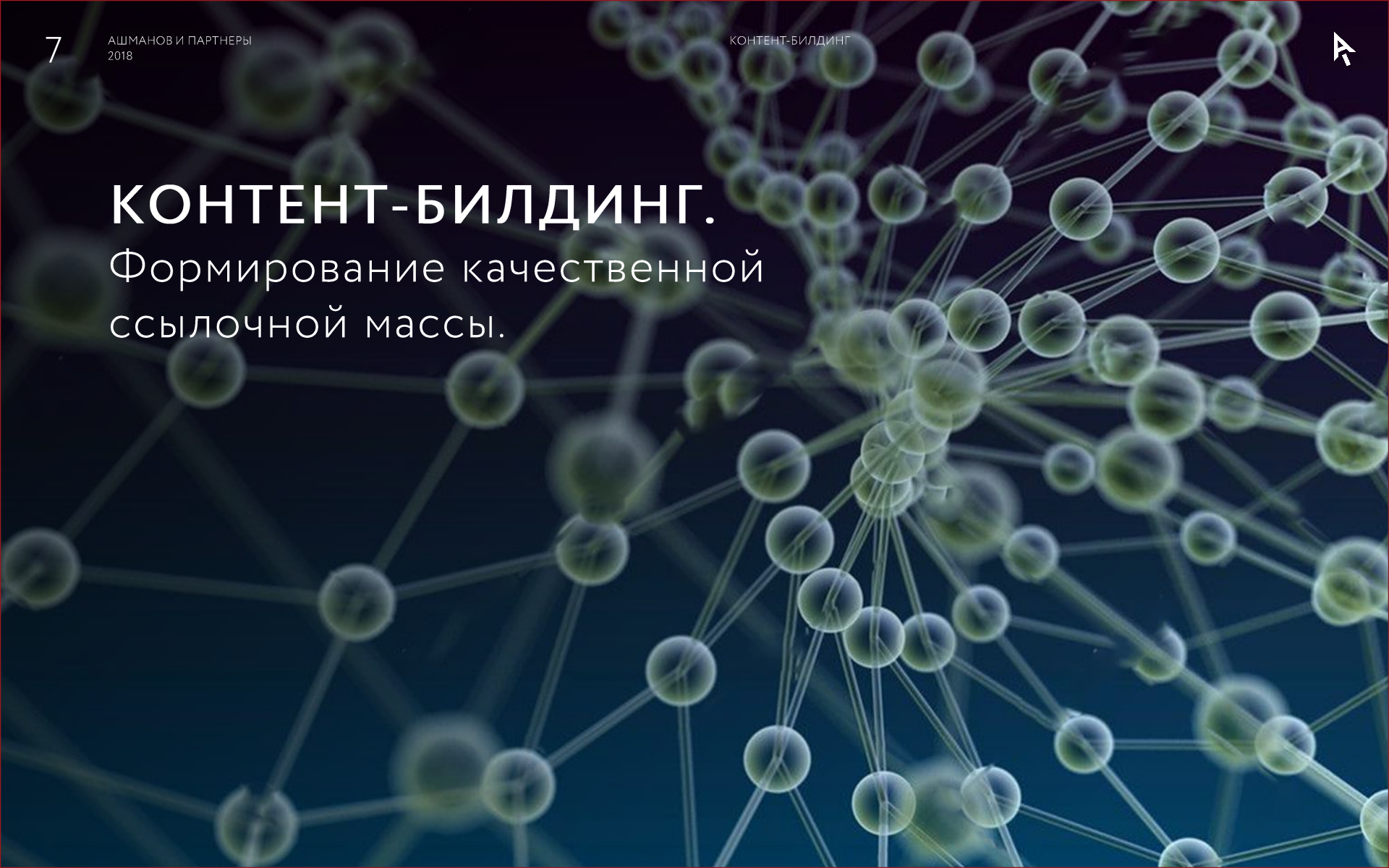
Рекомендации знакомых

Также важны в онлайн-коммуникации и используются поисковиками при ранжировании:

Тональность отзывов

Ссылки

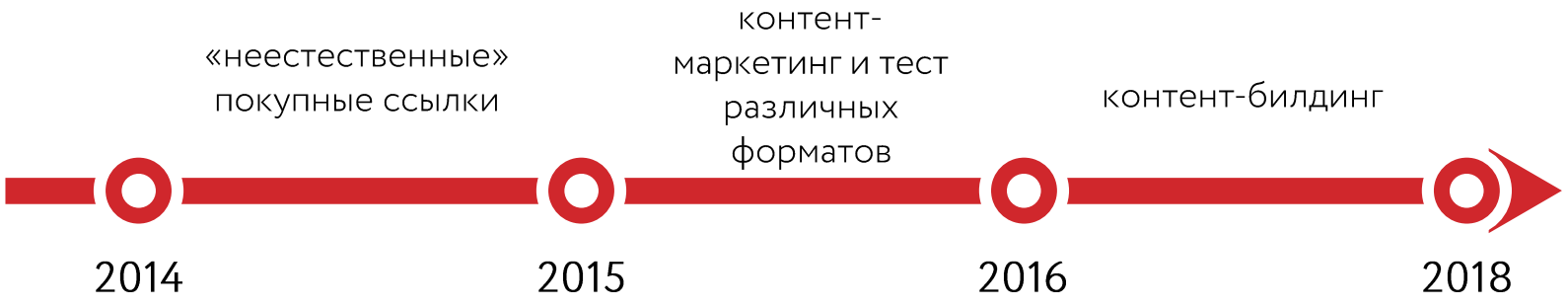
Упоминания бренда



КОНТЕНТ-БИЛДИНГ.

Формирование качественной ссылочной массы.

ИСТОРИЯ КОНТЕНТ-БИЛДИНГА В АИП



Почему мы отказались от PR-размещений и контент-маркетинга в рамках поискового маркетинга

- Подрядчикам, которые не работают в штате компании, делать контент-маркетинг непросто. Они могут составить контент-маркетинговую стратегию для заказчика и контент-план, но реализовать в полной мере — нет. Почти невозможно синхронизироваться с графиком PR- или SMM-работ компании (когда они ведутся на стороне клиента), невозможно интегрировать стратегию контент-маркетинга в общую стратегию компании. У подрядчика нет полномочий и доступов, а значит:
  - — Невозможно реализовать комплексный контент-маркетинг, получить рост трафика, лидов и продаж.
  - — Практически невозможно измерить эффективность работ по контент-маркетингу, поскольку не будет достигнуто важных бизнес-показателей в краткие сроки (рост трафика, лидов, продаж).
  - — Кроме того, есть долгие согласования контент-плана, площадок для размещения, текстов статей и иллюстраций, итераций и т.д.

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ В SEO = КОНТЕНТ-БИЛДИНГ

Создание и регулярное размещение контента (продвигающего продукт/услугу сайта N) на тематических площадках с хорошими SEO-показателями. (Трафик площадки не менее 1000 пос. в сутки, тематичность, возможность оставить ссылку).

Обязательна ссылка на сайт N

(безанкорная I если анкорная, то не с коммерческим анкором).

ЦЕЛИ

SEO-эффект

- «вечная ссылка» на качественной площадке
- увеличение цитируемости сайта
- увеличение естественной ссылочной массы

PR-эффект

- повышение лояльности к бренду, узнаваемости
- увеличение позитивной тональности упоминания бренда

КАПИТАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ:
вкладываемся в единицу контента один раз, а эффект наблюдаем длительное время.

КЛАССИЧЕСКИЕ ФОРМАТЫ ОНЛАЙН-МЕДИА

статья

новость

репортаж

интервью

ФОРМАТЫ НОВЫХ МЕДИА

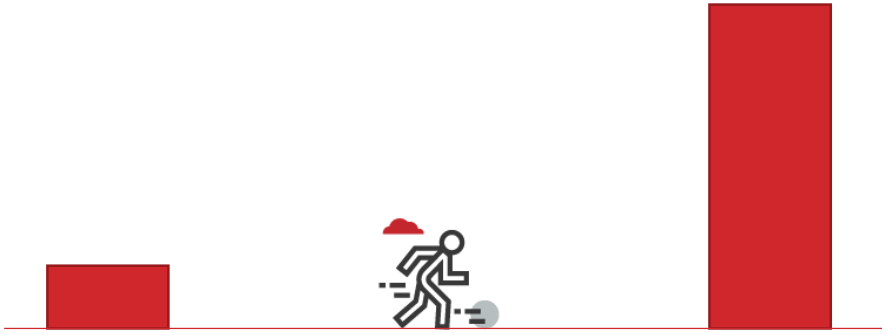
Интернет позволяет выходить за рамки традиционных форматов и / или расширять их.

Отсюда такие термины как «лонгрид», «сторителлинг», «мультимедиа», «интерактивный».

Новый контент – это синтез разных форматов.

К существующему контенту добавить: комментарий, опрос, рейтинг, тест, инфографика.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ «НАТИВКИ»



К 2020г. в Интернете будет на 300% больше информации, чем в 2018 г.

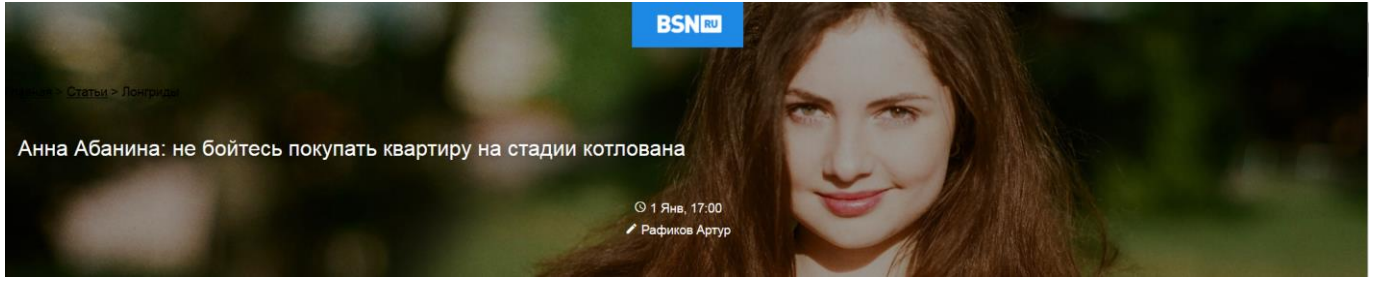
(прогноз Mark Schaefer www.businessesgrow.com)

CONTENT-SHOCK

когда количество контента растет, а объем потребления остается прежним или снижается.

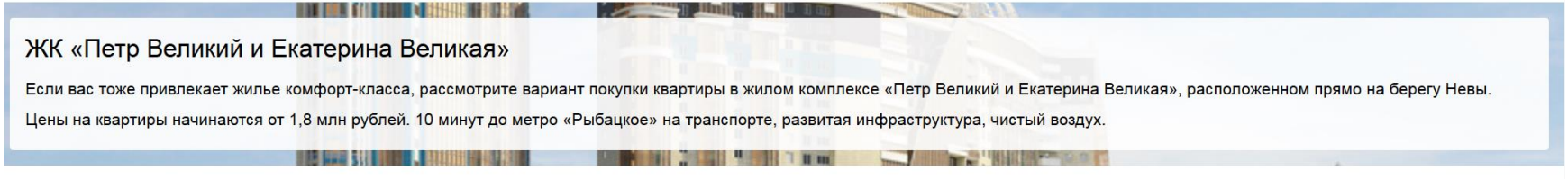
Поэтому надо что-то новое!

КАК НЕ НАДО ДЕЛАТЬ



Покупка

Свой выбор мы остановили на квартире-студии в ЖК MORE 3 от застройщика SetlSity. Надо сказать, что обещания застройщика целиком и полностью совпали с тем, что он сделал реально. Более того, дом был сдан в эксплуатацию на полгода раньше срока. Я спокойно вселилась заранее и начала заниматься обустройством квартиры.



Не бойтесь покупать квартиру на стадии котлована: во-первых, это значительно дешевле, а во-вторых, на рынке есть застройщики, которым можно доверять. В застройщике Setl City я была уверена с самого начала, в итоге, он полностью оправдал наши ожидания. Если есть возможность, нужно покупать квартиру сейчас. К тому же, ставки по ипотеке значительно упали, что позволяет людям не переплачивать банку сильно. Раньше купить квартиру было сложнее.

Финам | *Партнерский материал. Что это такое?*

ПАРТНЕРСКИЙ МАТЕРИАЛ

«Торговля на бирже слишком сложна и отнимает кучу времени» Мы сомневаемся, «ФИНАМ» нас переубеждает

Чуть меньше половины россиян имеет сбережения — об этом говорят результаты мартовского исследования «Ромир». Треть опрошенных хранит деньги в банках и еще столько же респондентов — в наличных рублях. При этом в надежность инвестиций мало кто верит: торговлю на бирже считают сложной, затратной и слишком рискованной. Эксперты компании «ФИНАМ» пытаются убедить нас, что это не так.

«ФИНАМ» предлагает новичкам попробовать свои силы и открыть бесплатный демосчет: программа работает на любой платформе, торговать можно на всех крупнейших биржах, а регистрация занимает всего пару минут.

Биржа — не лотерея. Скорее ее можно сравнить с обычным рынком, только торгуют здесь не овощами и фруктами, а ценными бумагами, сырьем и валютой. Стоимость торгуемых на бирже активов меняется в зависимости от спроса и предложения. На разнице стоимости активов — продавая дороже и покупая дешевле — и зарабатывают участники торгов.

«НАТИВКА» ТРАНСФОРМИРУЕТСЯ. НЕ НАДО СКРЫВАТЬ ЗАКАЗЧИКА

62% пользователей перестают верить площадке и бренду, если понимают, что статья оказалась «рекламной» без маркировки.*

(исследование Contently (contently.com/))

Сейчас видят native там, где его нет, приобретает негативный оттенок, лучше открыто говорить, не стесняться рекламы, а давать полезный контент.

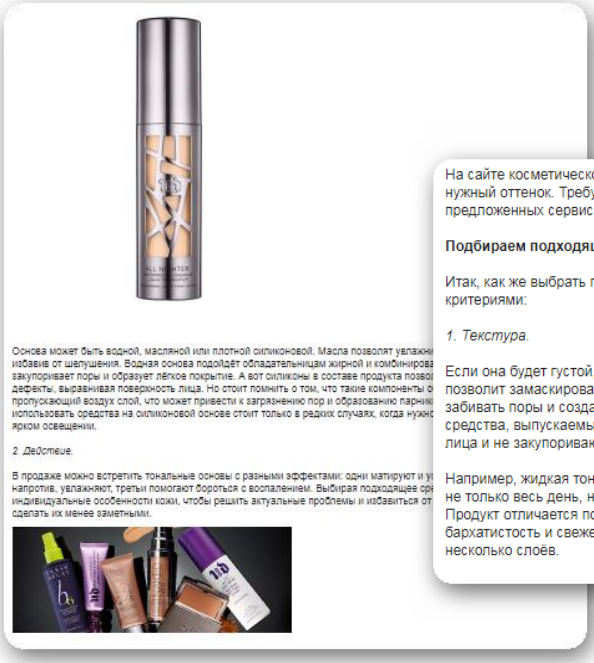
ФОРМАТЫ ДЛЯ КОНТЕНТ-БИЛДИНГА

ВИДЫ КОНТЕНТА ДЛЯ КБ В SEO

Адверториал (англ. advertorial — текст на правах рекламы)

1. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ГАЙД

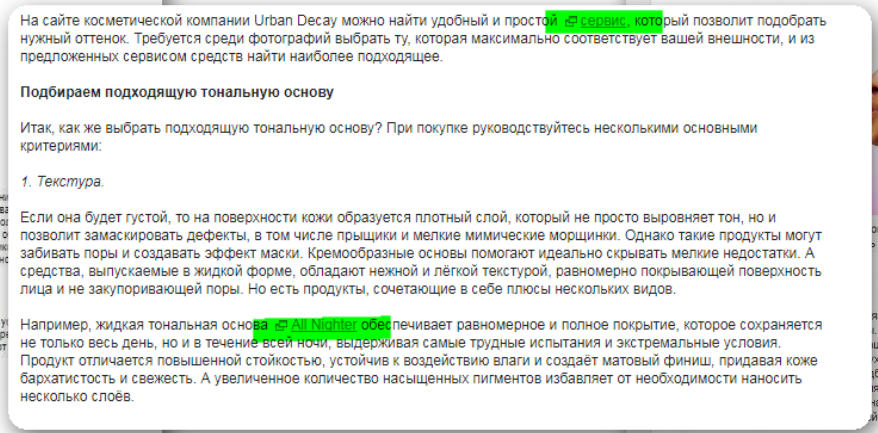
(На вопрос «как») с полезной ссылкой на «скачать», «потестить» или другое действие.



Основа может быть водной, масляной или плотной силиконовой. Масла позволят увлажни
избавив от шелушения. Водная основа подойдёт обладательницам жирной и комбинирова
закупоривает поры и образует лёгкое покрытие. А вот силиконы в составе продукта позво
дефекты, выравнивая поверхность лица. Но стоит помнить о том, что такие компоненты
пропускающий воздух слой, что может привести к загрязнению пор и образованию парни
использовать средства на силиконовой основе стоит только в редких случаях, когда нужно
ярком освещении.

2. Действие.

В продаже можно встретить тональные основы с разными эффектами: одни матируют и у
напротив, увлажняют, третьи помогают бороться с воспалением. Выбирая подходящее ср
индивидуальные особенности кожи, чтобы решить актуальные проблемы и избавиться от
сделать их менее заметными.



На сайте косметической компании Urban Decay можно найти удобный и простой сервис, который позволит подобрать нужный оттенок. Требуется среди фотографий выбрать ту, которая максимально соответствует вашей внешности, и из предложенных сервисом средств найти наиболее подходящее.

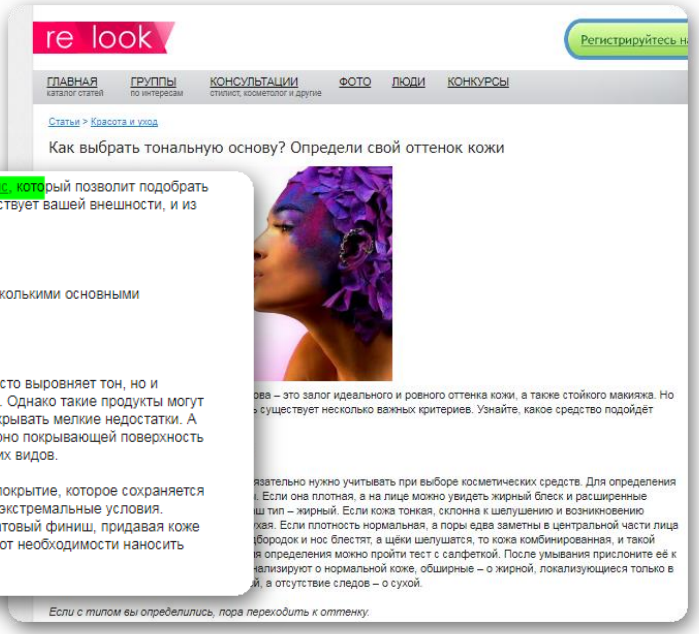
Подбираем подходящую тональную основу

Итак, как же выбрать подходящую тональную основу? При покупке руководствуйтесь несколькими основными критериями:

1. Текстура.

Если она будет густой, то на поверхности кожи образуется плотный слой, который не просто выровняет тон, но и позволит замаскировать дефекты, в том числе прыщики и мелкие мимические морщинки. Однако такие продукты могут забивать поры и создавать эффект маски. Кремообразные основы помогают идеально скрывать мелкие недостатки. А средства, выпускаемые в жидкой форме, обладают нежной и лёгкой текстурой, равномерно покрывающей поверхность лица и не закупоривающей поры. Но есть продукты, сочетающие в себе плюсы нескольких видов.

Например, жидкая тональная основа All Nighter обеспечивает равномерное и полное покрытие, которое сохраняется не только весь день, но и в течение всей ночи, выдерживая самые трудные испытания и экстремальные условия. Продукт отличается повышенной стойкостью, устойчив к воздействию влаги и создаёт матовый финиш, придавая коже бархатистость и свежесть. А увеличенное количество насыщенных пигментов избавляет от необходимости наносить несколько слоёв.



re look

Регистрируйтесь на

ГЛАВНАЯ каталог статей ГРУППЫ по интересам КОНСУЛЬТАЦИИ стилист, косметолог и другие ФОТО ЛЮДИ КОНКУРСЫ

Статьи > Красота и уход

Как выбрать тональную основу? Определи свой оттенок кожи

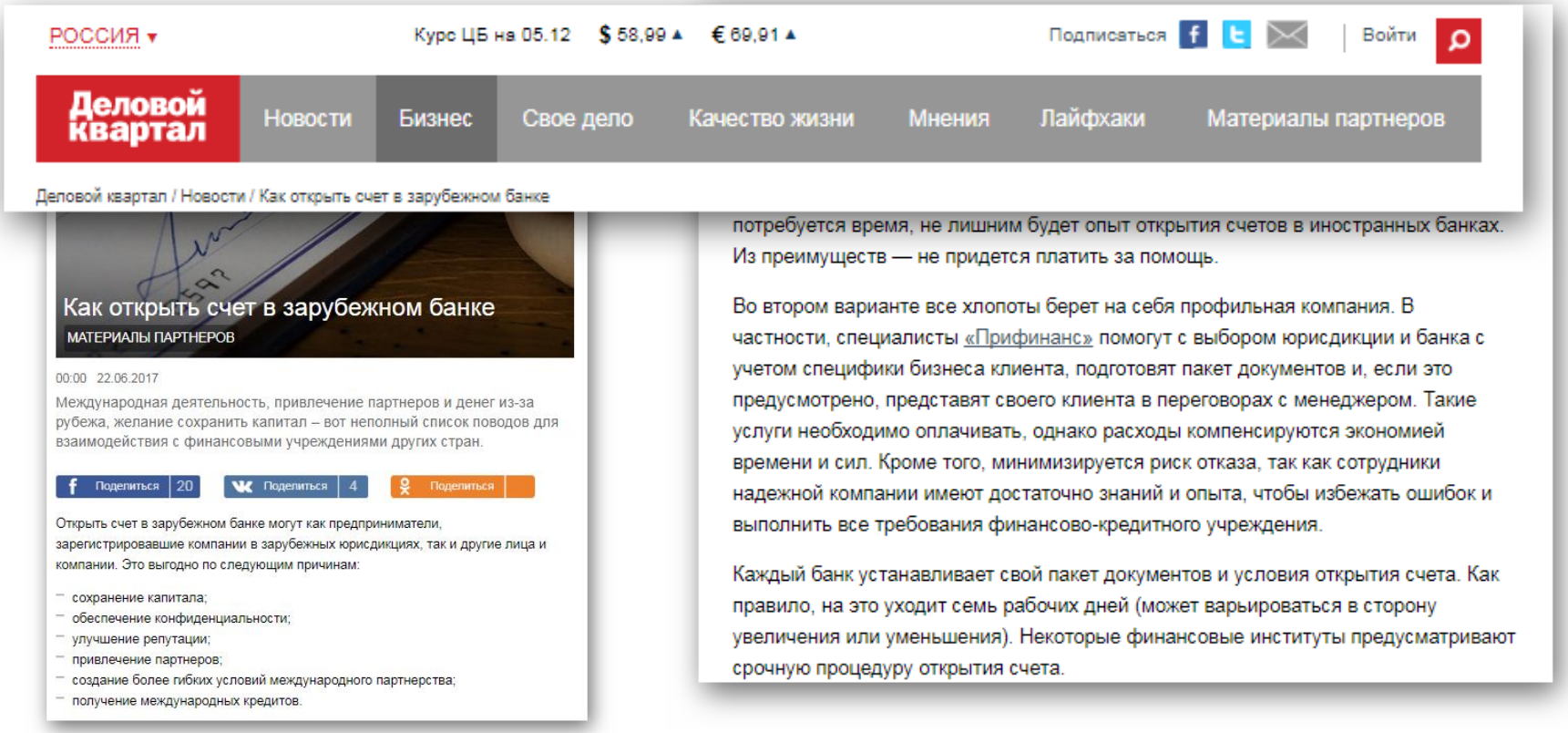
ова – это залог идеального и ровного оттенка кожи, а также стойкого макияжа. Но
существует несколько важных критериев. Узнайте, какое средство подойдёт

язательно нужно учитывать при выборе косметических средств. Для определения
. Если она плотная, а на лице можно увидеть жирный блеск и расширенные
ш тип – жирный. Если кожа тонкая, склонна к шелушению и возникновению
хая. Если плотность нормальная, а поры едва заметны в центральной части лица
бородок и нос блестят, а щёки шелушатся, то кожа комбинированная, и такой
я определения можно пройти тест с салфеткой. После умывания прислоните её к
нализируют о нормальной коже, обширные – о жирной, локализующиеся только в
й, а отсутствие следов – о сухой.

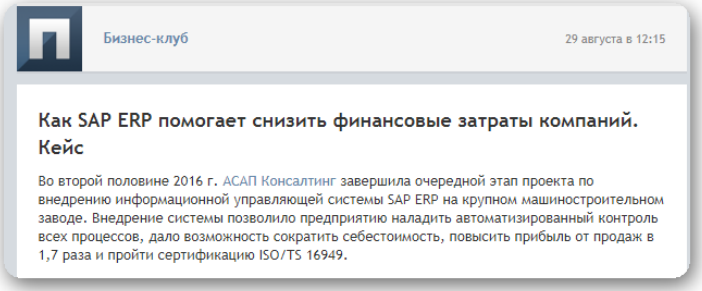
Если с типом вы определились, пора переходить к оттенку.

2. ОБЗОР СО ССЫЛКОЙ НА ПРОДУКТЫ + TUTORIAL

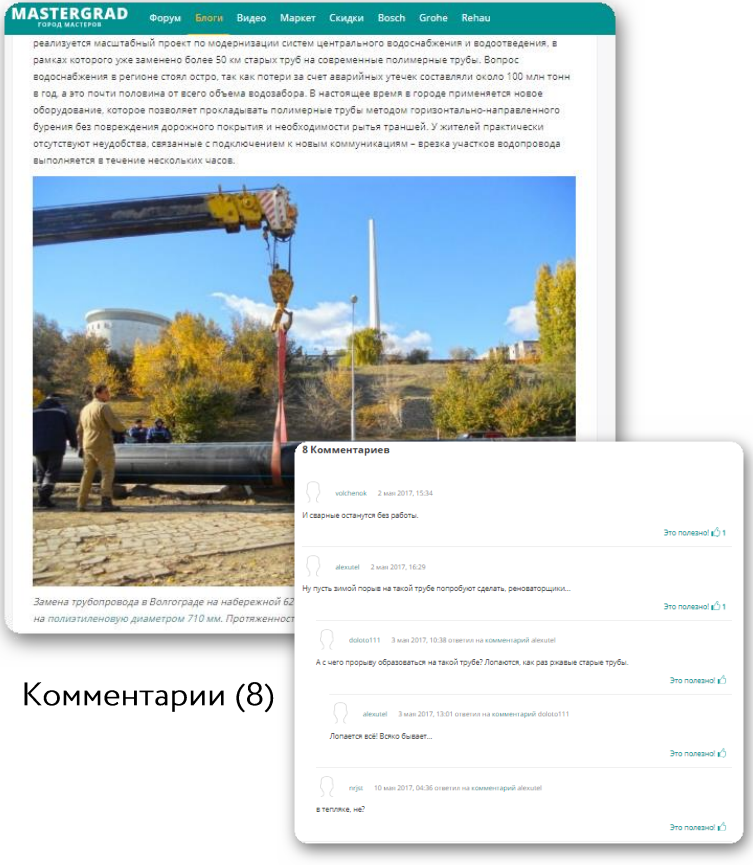
3. ИНФОРМАЦИОННЫЙ ГАЙД СО ССЫЛКОЙ НА КОМПАНИЮ



4. КЕЙС



Комментарии (28)

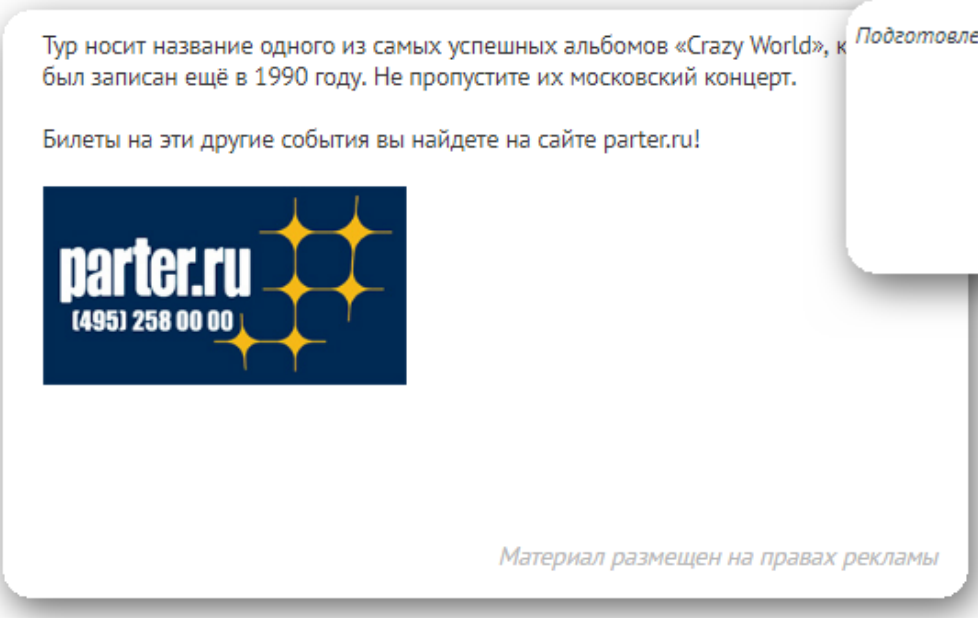


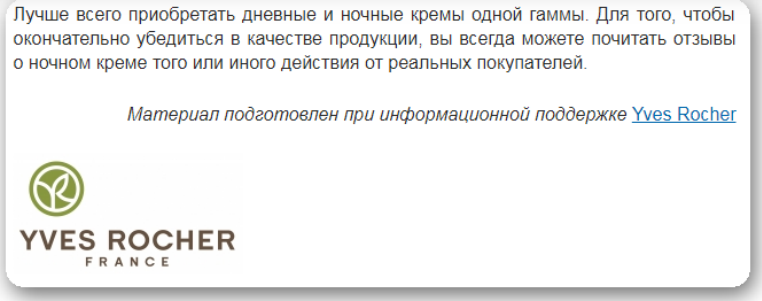
Комментарии (8)

5. СПОНСОРСКИЙ КОНТЕНТ

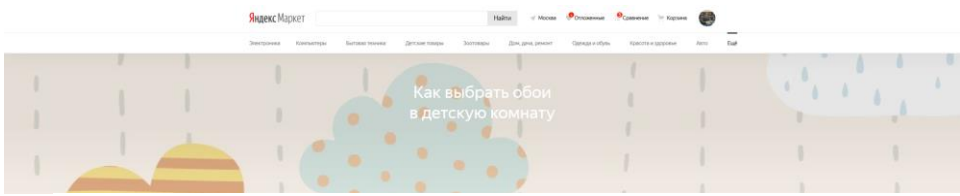
Подпись:

- *Материал размещен на правах рекламы*
- *Материал публикуется при информационной поддержке *** и т.п.*





ЯНДЕКС.МАРКЕТ



Наталья Тюхтяева
Компания «Ампир Декор»

Ампир Декор

Если нужна комната, которая будет «расти» вместе с малышом, предпочтение стоит отдать однотонным пастельным полотнам с нейтральным узором. Универсальным выбором будут традиционные геометрические принты, пиксельные рисунки, полотна в эко-стиле с флористическими узорами. Такие обои позволяют реализовать любые фантазии и обеспечить индивидуальное и комфортное пространство для ребенка.

От 6 до 11 лет

Это период активной социализации и определения первых серьезных увлечений. Отправиться с друзьями в «дальние страны», а заодно и изучить географию помогут обои-карты. Юной барышне, увлекающейся танцами, придутся по вкусу романтические обои с рукописными строчками, дополненные тематическим бордюром.

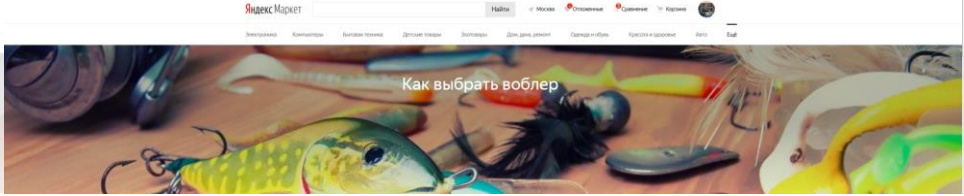
Начиная со школьного возраста при выборе декора для стен нужно советоваться с ребенком. Но учитывая, что обои выбираются не на один месяц, не стоит ориентироваться на временные увлечения. Если ребенок желает видеть на стенах любимых персонажей мультфильмов или комиксов, лучше выбрать однотонные обои и украсить их постерами или бордюрами, которые можно заменить в случае смены приоритетов (вдруг ребенок разочаруется в DC Comics и увлечется вселенной Marvel). Ну а если ребенку хочется совместить пиратские обои с любимыми динозаврами, а поверх этого наклеить бордюр с машинками, задача родителей — мягко определить основное направление.

От рождения до школы

Согласно рекомендациям психологов, до двух лет ребенку лучше расти в помещении с однотонными светлыми или пастельными стенами с яркими деталями: рисунками животных, растений и сказочных персонажей,.

Следующие два года — период повышенной любознательности ребенка, когда ему все интересно. Самое время присмотреться к пестрым обоям с крупными рисунками и множеством деталей, которые можно подолгу рассматривать. Лучше подобрать моющиеся обои, с которых легко стирать детские рисунки.

Два года перед школой требуют особого внимания — многие родители отмечают, что дети в это время становятся «неуправляемыми», энергия бьет через край, и удержать внимание на чем-то одном не всегда получается. Лучший вариант — обои с минимумом деталей, дополнить которые можно ярким бордюром с героями мультфильмов, машинками, бантиками или буквами и цифрами. Именно для такого возраста советуют использовать горизонтальные комбинации полотен — так можно быстро заменить их нижнюю часть, которая чаще всего страдает при детских играх.



Александр Михайлов
Рыболовная компания Spinningline

Spinningline

Воблер — это объемная искусственная приманка для спиннинговой рыбалки в виде малька или насекомого с одним или несколькими крючками, применяемая для ловли хищной рыбы.

Виды воблеров

Воблер минноу — это приманка вытянутой формы, у которой своя игра в воде минимальна или вовсе отсутствует. Такие модели чаще всего предполагают рывковые варианты проводки, при которых необходимую для привлечения хищника игру задает сам рыболов.

Кранк отличается каплевидной формой тела и обладает хорошей собственной игрой даже на минимальной скорости проводки. Он не требователен к навыкам анимирования и прост в применении.

Шад очень похож на минноу, но имеет более высокое, приплюснутое с боков тело, что придает ему определенную собственную игру, хотя и рывковые варианты проводок для шада не исключаются.

Воблеры «Кранк»

Глубоководные «Минноу»

Особенности выбора

В начале сезона рыба идет на нерест и находится на прибрежных участках, заросших травой мелководьях, которые быстро прогреваются солнцем. В таких местах следует использовать воблеры с нейтральной плавучестью или медленно всплывающие, с заглублением не более 1,5 м.

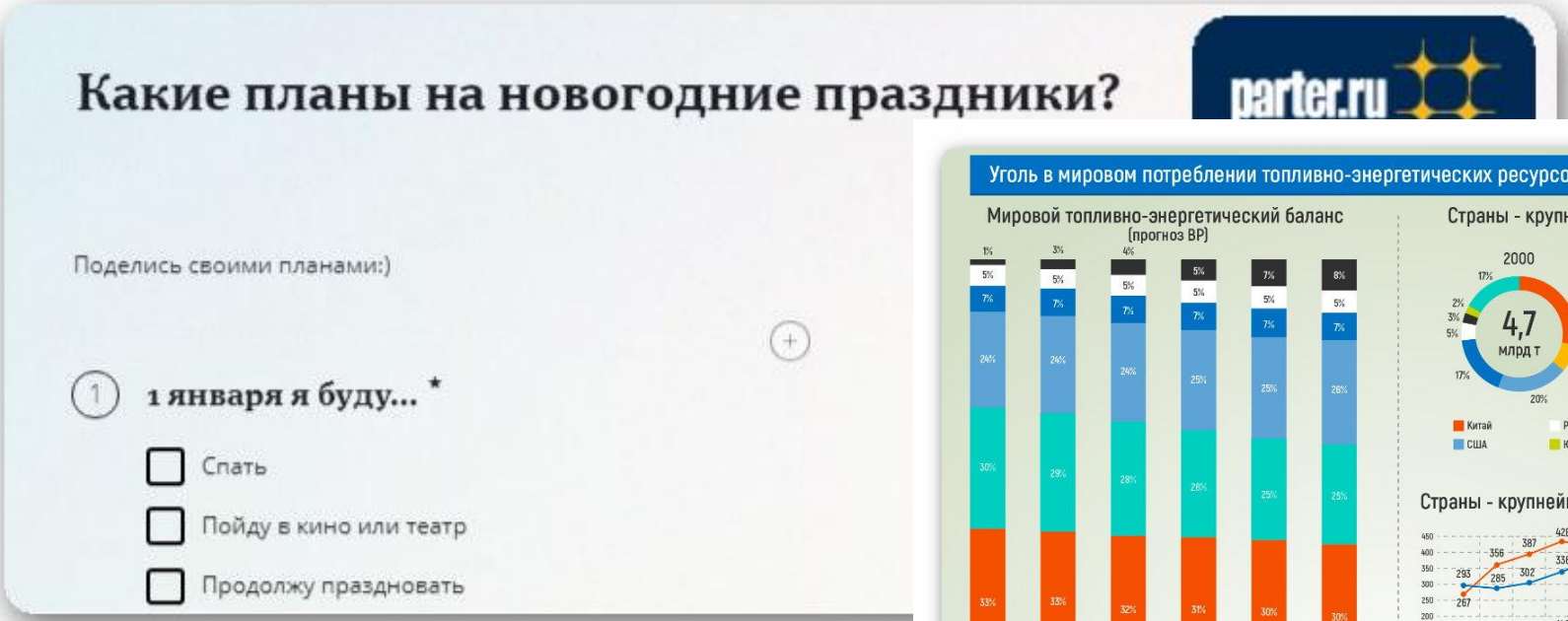
Ближе к середине сезона, когда большинство водоемов покрыто густой растительностью, щуку следует искать в траве, которую она использует для укрытия. Тут необходимы попперы или уокеры — из-за хорошей проходимости и за счет шумовых эффектов они выманят ее из зарослей. В местах,

ДОПКОНТЕНТ

1. Брендированный опрос/анкета –

Можно встроить в контент или дать ссылку на платформу.

2. Инфографика



РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ КБ

ЭТАП 1

1 Подбор площадок

- Анализ Топ'а ПС по брендовым и тематическим запросам
- Анализ трафика
- Поиск тематических площадок

ЭТАП 2

2 Производство

- Выбор наиболее подходящих форматов и тем контента
- Создание контента

ЭТАП 3

3 Размещение

- Публикация контента на выбранных площадках

ЭТАП 4

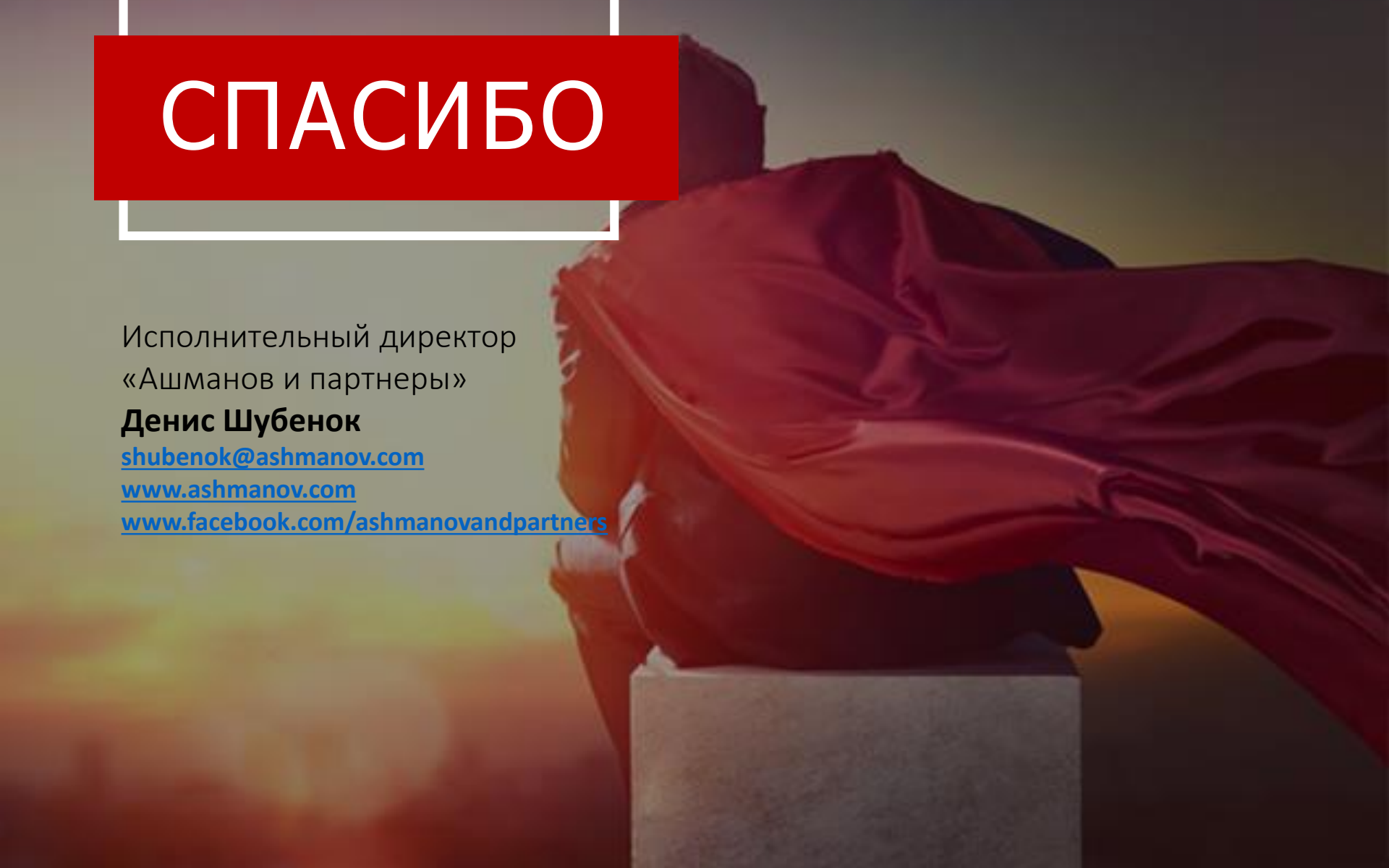
4 Продвижение

- Крауд
- SMM
- Органика
- Платная реклама

ЧТО ЕЩЕ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ КОНТЕНТ-БИЛДИНГ

- Крауд-маркетинг
- Сквозные ссылки
- Упоминания бренда компании
- Ссылки на сайтах-партнерах
- Ссылки в изображениях
- PR-размещения, разработанные с учетом SEO требований

Комбинируем инструменты и добиваемся максимального разнообразия ссылочной массы.



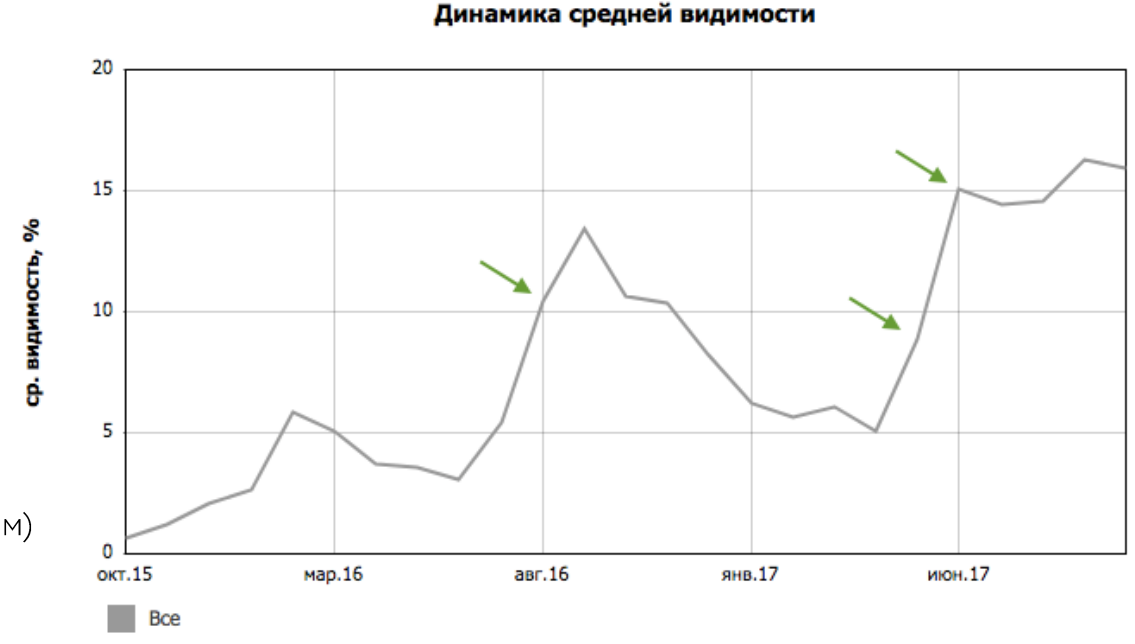
СПАСИБО

Исполнительный директор
«Ашманов и партнеры»
Денис Шубенок
shubenok@ashmanov.com
www.ashmanov.com
www.facebook.com/ashmanovandpartners

КЕЙС
(ОПУБЛИКОВАНО 9 СТАТЕЙ (АВГ.16-АВГ.17)

- SEO-эффект
- рост видимости в ПС
- PR-эффект
- узнаваемость бренда

(= рост спроса по брендовым запросам)



БЮДЖЕТ НА УВЕЛИЧЕНИЕ ЦИТИРУЕМОСТИ

СТОИМОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ СОСТОИТ ИЗ ТРЕХ СОСТАВЛЯЮЩИХ:

- стоимость площадки, тут разброс ооооченьь большой, от 5 тыс. руб. и до бесконечности, но средняя цена 10-30 тыс. руб.
- стоимость копирайтинга за статью, 500-1500 руб./1000 зн.
- работа медиабаера по подбору площадок, размещению

- 2 ссылки в месяц = 20 000 руб. через 12 мес. 24 ссылки = 240 000 руб.
- 20 ссылок с крауд маркетинга 10 000 руб. через 12 мес. 12 ссылок (5%) = 120 000 руб.
- 2 сквозные ссылки = 25 000 руб. через 12 мес. 2 ссылки = 300 000 руб.
- PR-размещение, ссылки с партнеров и т.д. - бесплатно