

Алексей Чекушин, Анализ ниши и конкурентов.

Оценка трафикового потенциала в той стране, где планируем продвигаться.

Три способа для оценки:

1. По конкурентам.
Выделяем топовых. Определяем, какой трафик они собирают. Посчитаем сколько трафика может собрать наш сайт.
2. По семантике.
Собираем семантику для нашего сайта. Нужно понять, какой трафик можно максимально достичь для нашего сайта. (в Google недоступна процентовка)
3. По населению.
Сколько в городах с аналогичным населением можно собрать трафика. (Применим только для больших проектов, и для геосервисов).

Из трех способов наиболее рабочим является первый. Он позволит наиболее достоверно определить трафик.

Сосредоточимся на первом способе.

1. Необходимо выделить конкурентов и оценить их трафиковый потенциал.
Как найти?
Заглянуть в топ 10. Открыть выдачу и посмотреть, кто стоит по основным запросам. Однако это неточный способ. Так как конкурент может стоять в выдаче по некоторым запросам, но проваливаться в общей видимости. Поэтому такой зрительный метод подходит только для первичного анализа.
2. Использование сервиса SimilarWeb, который позволяет найти в тематике, плюс в стране наиболее трафиковые сайты с его точки зрения. Но здесь могут быть определенные перекосы в определении трафика, и тем не менее это можно сделать.
3. Ahrefs и Semrush.
Сервисы, которые собирают очень большую семантику, и по ней определяют, какие сайты показываются по большому количеству запросов. Можно соответственно вбить запросы, посмотреть сайты, и их прогнозный трафик.

В идеале нам надо эти методы скомбинировать:

- берем конкурентов из топа,
- проверяем их в SimilarWeb,
- проверяем их в Ahrefs и Semrush, плюс найти еще.
- в SimilarWeb по тематике найти плюсом еще конкурентов
- всех загнать в SimilarWeb и получить трафик.

Всех их в итоге загоняем в SimilarWeb и смотрим трафик.

Для этого нам нужны базовые запросы.

1. Сначала берем запросы “наобум”

2. Прогоняем запросы до тех пор, пока не получим в выдаче сайты, релевантные нашей тематике.
3. Далее мы заходим на эти сайты, и смотрим под какие запросы они оптимизируются. Или загоняем их в Semrush, смотрим запросы, и далее открываем топовые запросы, которые мы нашли.

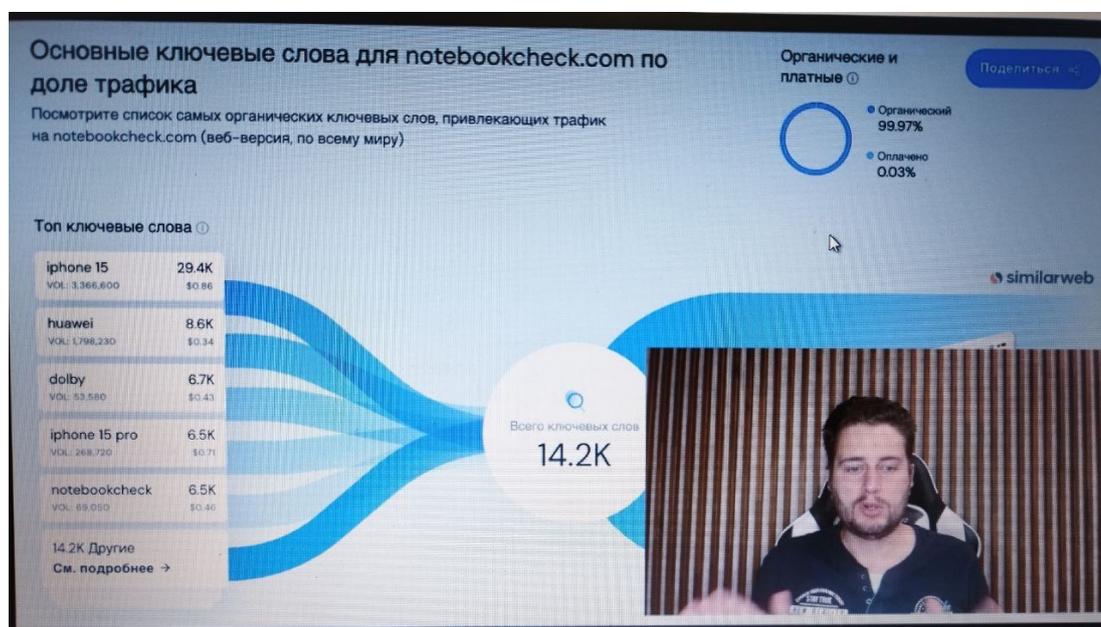
Это не так просто, если вы не знаете языка, на котором хотите продвигаться. И собрав топ, уже реально можно увидеть ваших конкурентов по SEO. Очень часто клиенты сами называют своих конкурентов, но мы помним, что они по SEO могут быть абсолютно другими.

После того, как мы нашли конкурентов, нам надо оценить объем трафика. Самый простой способ – это использовать SimilarWeb. В сервисе есть **базовый отчет**, не надо ничего покупать. Пользуемся базовым функционалом.

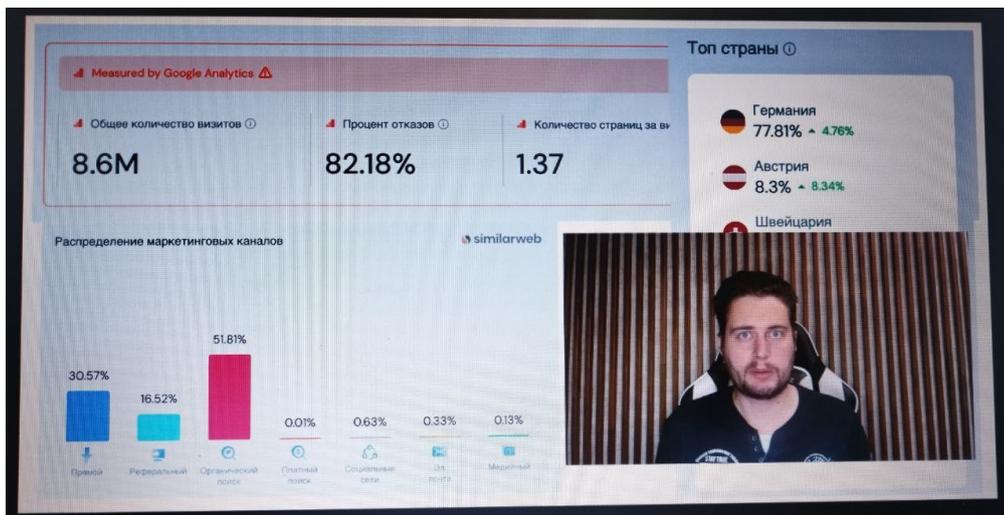
Какие цифры смотрим:

1. Общий объем трафика.
2. Распределение трафика по странам. Оцениваем процент, который приходится на необходимую нам страну.
3. Долю поискового трафика от органического поиска.
4. Определяем брендовый трафик. Смотрим, какая доля идет по брендовым запросам. Этот трафик нам неинтересен, мы с него ничего не получим.

Как найти небрендовый трафик. Там же в отчете мы находим топ ключевых слов. Смотрим переходы, а именно показатель Volume по запросам. И берем 80% от Volume. Это и будут переходы по этому брендовому запросу на сайт.



Из этого трафика, который мы получили, мы вычитаем брендовый трафик и получаем итоговый трафик с сайта.



Пример расчета:

Пример расчета

notebookcheck.de

Общий трафик 8.6M

Немецкий $8.6 * 0,78 = 6.7M$

Search $6.7M * 0,52 = 3.5M$

Organic = $3.5M * 0,997 = 3.5M$

Organic non-brand - незначительный бренд.

Итог - 3.5M органики в месяц.

Более расширенный способ оценить потенциал сайта:

Оценка потенциала вашего сайта

- Выгружаем ядра всех сайтов тематики с большим (для тематики) трафиком
- Формируем общее ядро, удаляя дубли
- Собираем топ-10
- Считаем по каждому запросу сколько в топе тематических сайтов. Оставляем только запросы где 2 и более сайта.
- Для оставшихся запросов собираем частотность keyword planner
- Считаем rTraf для каждого сайта.
- Далее зная оценку трафика и rTraf делаем оценку сколько достижимо для нашего сайта при вероятном распределении позиций (например - 70% запросов в топ-10, те кто попали в топ распределены равномерно).

rTraf – метрика, сильно коррелирующая с трафиком (не клики или трафик, а именно относительная метрика). Оценивается исходя из позиции запроса в ТОП-10 поисковой выдачи и частотности запроса. Считается по формуле $rTraf = Ws \text{ запроса} * \text{средний CTR позиции}$.

WS – общая частота запроса - это суммарное количество запросов к поиску Яндекса (по выбранному региону) в течение последнего месяца, в котором содержатся минимум все слова из запроса в любом порядке и словоформе.

Мы определились со страной, сколько трафика мы можем собрать. Теперь надо определиться сколько это стоит.

Стоимость продвижения:

1. Работа SEO специалиста. (от 50 до 100 дол. в час)
2. Контент.
3. Ссылочное.
4. Внесение изменений на сайт.

Контент:

Что такое тир контента. (tier – ярус).

Нижний тир – не очень хорошего качества копирайтинг, но подойдет. От 10 до 25 центов за слово.

Средний тир – от 25 до 50 центов за слово.

Верхний тир – до 1 дол. за слово (очень хороший текст).

Копирайтинг в бурже считается за слово. Хороший контент – это дорого. Есть GPT – условно бесплатные сервисы. Но при этом должен быть человек, который с ними будет работать, генерировать, редактировать. Экспертные тексты здесь генерировать нельзя. Можно ли использовать такие тексты, не будет ли банить Google? Да, можно использовать.

Сколько нужно контента нашему сайту? Универсального ответа нет.

Какой тип контента мы будем использовать и под какие задачи, количество страниц и средний объем. Исходя из этого, определяем стоимость контента. Какой будет контент – разовый или периодический.

Ссылочное продвижение:

Самая дорогая часть в продвижении. Делится на полезное и бесполезное. Полезное ссылочное, которое работает. Бесполезное, которое не работает.

Бесполезное:

1. Спам хримеров.
2. Крауд ссылки, кроме dofollow по хорошим сайтам.
3. Ссылки с форумов.
4. Контент маркетинг.

Полезное:

Белое – пиар активности, партнерские интеграции.

Серое – Аутрич (метод линкбилдинга) – 150 дол за ссылку, PBN (500 дол за штуку) , подклейки доменов (от 5 000 дол до 10 000 дол за хороший домен).