

SEO продвижение сайтов, продвинутый курс

1 день. С чего начать, когда оптимизация не дает результат? Экспресс анализ сайта

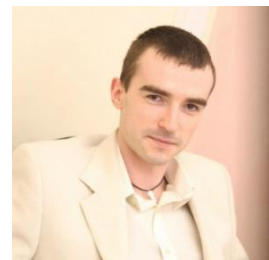
Кирилл Партала



- I. Если вы взяли в продвижение новый сайт или уже пробовали оптимизировать и продвигать сайт известными вам способами, но результатов нет или они вас не устраивают – пора перейти на следующий уровень сложности!
- II. Экспресс анализ сайта. Быстрый сбор самых важных данных о текущем положении сайта и правильная интерпретация результатов для дальнейшего продвижения.
- III. Изучение данных в сервисах Яндекс и Google Webmaster.
- IV. Изучение аналитики Google Analytics и Яндекс Метрика.
- V. Анализ рекламных кампаний Директ, Adwords и др.
- VI. Как провести правильный опрос владельца сайта перед началом работы.

2 день. Прогнозирование трафика и объема работы

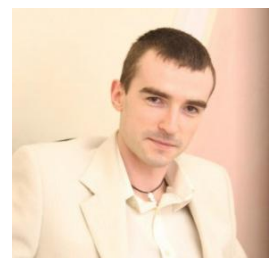
Кирилл Партала



- I. Чтобы достичь высоких результатов в работе – нужно знать к чему стремишься. Оценка эффективности продвижения на текущий момент.
- II. Прогноз роста трафика и изменения конверсии.
- III. Расчет ссылок и контента необходимых для продвижения.

3 день. Разработка стратегии продвижения

Кирилл Партала



- I. Какие запросы и какие страницы сайта продвигать? Покупать только “вечные” ссылки или есть другие варианты? Реально ли получить результаты через 1-2 месяца? С чего начать продвижение и как не запутаться во множестве вариантов.
- II. “Точечное” продвижение. Продвижение разделов/подразделов, а так же фильтров, тегов и т.д.
- III. Продвижение карточек товаров/услуг. Оценка текущего состояния СЯ и влияние на выбор стратегии

продвижения.

IV. Качество и количество – выбор правильной стратегии для ссылок и контента. Стратегия работы на результат за 1-2 месяца – плюсы и минусы.

4 день. Формирование сложной структуры сайта. Создание дополнительных страниц

Кирилл Партала



I. Что делать, если для каждой страницы сайта у вас подобраны десятки или даже сотни запросов, а распределить их по разным страницам просто невозможно.

II. Иллюзия выбора – сделать невозможное возможным.

III. Продвижение фильтров, тегов, псевдостраниц. Технические требования к CMS для профессионального шаманства с SEO.

IV. Когда пора “ломать” дизайн.

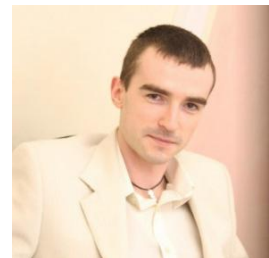
V. Как создавать иллюзию выбора для пользователей и почему это не является обманом.

VI. Зачем нужны псевдостраницы товаров и услуг, как их делать, примеры.

VII. Когда пора задуматься о расширении контента.

5 день. Шаблонная оптимизация

Кирилл Партала



I. Определение шаблонов для оптимизации.

II. Чеклист для оптимизации шаблона. Правильное использование неуникального контента.

6 день. Микроразметка. YML файл для Яндекса

I. Улучшение сниппетов, повышение CTR, позиций и конверсии за счет внедрения микроразметки.

II. Влияние микроразметки на позиции.

III. Разметка разных типов страниц - рейтинги, цены, наличие товаров и т.д. Рабочие примеры микроразметки.

IV. Как поступать, если не хотите на Я.Маркет, но хотите расширенные сниппеты с ценами и информацией о доставке.

V. Примеры заполненного файла. Проверка YML файла в Яндексе. Проверка YML файла вручную.

7 день. Мобилизация и оптимизация скорости сайта

I. Рост трафика с мобильных устройств и влияние скорости работы сайта на его позиции в поиске.

II. Проверка скорости работы сайта. Основные способы “разогнать” сайт.

III. Мобильная версия – как и зачем оптимизировать сайты под мобильные устройства. AMP-технология от Google.

8 день. Процесс расширения семантического ядра. Настройка автоматизации важных SEO-задач

I. Эффективный подбор запросов для СЯ – залог будущего успеха сайта.

II. Связь семантики и стратегии продвижения.

III. Сколько подобрать запросов в СЯ “сейчас”, а сколько оставить на “потом”.

IV. Автоматизация процесса сбора СЯ.

V. Задачи, не требующие больших вложений денег и времени, которые можно и нужно автоматизировать. Проверка доступности сайта.

VI. Регулярная проверка уникальности контента.

VII. Формирование карт сайта. Формирование XML фидов.

VIII. Кросспостинг в соц.сетях, twitter и т.д.

9 день. Работа оптимизатора с веб-аналитикой

I. Как использовать веб-аналитику для повышения эффективности работ по SEO. Аналитика посадочных страниц.

II. Как и зачем отделять брендовый трафик. Анализ трафика шаблонов и отдельных страниц. Анализ конверсии шаблонов и отдельных страниц.

III. Использование Google Analytics для оценки эффективности SEO-стратегии.

10 день. Фильтры поисковых систем

I. Описания фильтров поисковых систем, причины наложения санкций и методы выхода из-под фильтров. Фильтры и санкции Яндекса. Фильтры и санкции Google.

11 день. Коммерческие факторы ранжирования, SERM, линкбилдинг, выбор CMS

I. Коммерческие факторы ранжирования. Перечень факторов с пояснениями.

II. SERM. Работа с репутацией в интернете.

III. Современные методы линкбилдинга. Как получить качественные ссылки.

IV. Выбор CMS для SEO. “В умелых руках и хрен – балалайка” :)

12 день. Экзаменационный тест по материалам курса

I. Экзаменационный тест