Ересь Юлия
ник в телеграм: @yuliaey
телефон: +7 (958) 172-79-81

Пример SEO-стратегии, чтобы понимать основной пул работ

1. SEO-аудит

Рекомендация	Описание
Микроразметка	Аудит микроразметки - Институт Типовых Ре... Например, чтобы попасть сюда
Настройка основных редиректов	• URL + /index.html
Описание страниц с УТП	• На страницах новостей нет описания • Надо писать дискрипшн с УТП для кликабельности с поиска **Пример УТП (сами пункты УТП согласуются)**: Внедрение ERP-систем ►От 440 тыс. руб. ►Демоверсия бесплатно ►Опыт внедрения 20+ лет ►Успешные кейсы ►Поддержка 24/7 ►Кейсы и опыт ►Более 200 проектов ►Центр 1С ERP ►Обучаем, консультируем ►Отраслевая экспертность
robots.txt	Добавить Clean-param для Яндекса (Disallow Яндекс не учитывает для страниц с параметрами)
Скорость	• ПК и мобилка - не ок (в особенности мобилка)
Отдельная спасибо	По аналогии с 404

страница https://itrp.ru/uslugi/konsultatsionnye-uslugi/#usluga_form	
Отзывы, как отдельная страница от физических и юридических лиц	Референс https://vrachu.ru/nmo-otzivi (в них также внедряется микроразметка). Ссылку на отзывы вставлять в подвал
Коммерческие ключи - лонгриды	• **Внедрить коммерческие статьи** (с запросами внедрить, подключить, интегрировать, цена и т.п.) - сейчас на сайте больше формат новостей, чем лонгриды. Полезно сделать разделение “новости”, “статьи”. Обычно статьи вставляют в подвал т.к. в шапке они отвлекают от услуг (визуальный вес). • **Пример кейса по коммерческим лонгридам** (отчет по кликам и показам) Референс https://vrachu.ru/article и https://medsestra.ru/article Пример отчета коммерческих лонгридов из референса - https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GdyuTtnCJw-NgeSbpK1wOW7HXrZlbMsH/edit?usp=sharing&ouid=108457022734384225405&rtpof=true&sd=true Ссылку на статьи вставлять в подвал
Аудит коммерческих факторов (в зависимости от	Аудит коммерческих факторов для itrp.ru

значения фактора)	
Разработать страницу вопрос-ответ	**Сделать отдельными страницами в рамках категорий** - см референс https://vrachu.ru/faq (тут страницы FAQ обогнали главную страницу по трафику и кликам)
Аудит ссылок	Аудит ссылок для itrp.ru

2.Линкбилдинг

Пункт	Описание
На каком сервисе закупаю ссылки	• **Miralinks (статейные)**. Коммерческие анкоры (купить, заказать) не использую — за это можно словить фильтр. • **Kwork (крауд ссылки — форумы, соцсети, Pinterest и т.п.).** Крауд закупаю для профилактики фильтра (чтобы nofollow было больше, чем dofollow).
Качество доменов для ссылок (чтобы не попасть в ссылочный фильтр)	• **Для статейных ссылок** (которые открыты для индексации) качество доменов пробиваю в CheckTrust. Выбираю только с зелеными данными и нужной тематикой. Пример сортировки на скрине https://disk.yandex.ru/i/TeFTVwwBX9dRDg. • **Крауд закупаю на незаспамленных ресурсах** (на Kwork есть данные о заспамленности каталогов/форумов).
Пример отчетов по работам над ссылками	_ZMK Mayak. SEO. Ссылки.xlsx Наращивание ссылочной массы - pttperm.ru .xlsx

3. Примеры отчетов по работам SEO

Пример отчетов в рамках работ по SEO	
Как устроен процесс (по вкладкам слева)	**ТЗ: Автоматизация Brand и Review-проектов | i...** Работаю в связке «один сеошник — один программист», упор на автоматизацию
Примеры отчетов и аналитики	**Ересь Юлия Кейсы**
Отчет по позициям	Отчет по SEO по небрендовым, брендовым и всем запросам (со скринами из Вебмастера Яндекса/Гугла и Топвизора)
Мои статьи	• Портфолио публикаций с моими инициалами (РБК тренды, Роскомсвобода, Мерчньюс, mixed.news) • Продающие SEO-статьи
Пример отчета по добавлению посадочных страниц	• Собрала семантическое ядро по части услуг и по информационным запросам (в виде mindmap) • Согласовала список посадочных-категорий и добавила их на сайт
Составление и контроль выполнения ТЗ для технических доработок	Примеры ТЗ для фронтендеров/бэкендеров
Пример отчетов по добавленным страницам	• Оптимизировали мета-теги и заголовки у карточек товаров • FAQ для карточек товаров, согласовала и опубликовала • Проработала контент на приоритетных карточках товаров
Рекомендации по увеличению	**Рекомендации по увеличению лидоген...** (на основании моих кейсов/кейсов

лидгена	коллег/анализе метрики, конверсии страниц, где цель отправка заявки, оплата и т.п.). **Анализ коммерческих факторов на глав...** (тут анализ конкурентов и фильтрация, что используют больше, то и можно внедрить) Самим гипотезам потом выставляется приоритет (на какой фактор влияет — лид, трафик/важность, степень влияния/сложность, время внедрения). Легкие по внедрению и в тоже время высокие по степени влияния (то есть по тепловой карте в этой области часто бывают. Т.е. какой-нибудь подвал будет не приоритетен и его не будем брать) берем в первую очередь.