

Инструкция по приоритизации семантики

Сбор параметров

Для сбора параметров можно использовать любые сервисы и приложения. Но потом нужно будет в Excel или в самописном скрипте сопоставлять эти параметры с запросами (выводить по ним медиану по каждому топу).

Не обязательно использовать тот набор параметров, которые используем мы. Можно брать другие, но в итоге нужна комплексная оценка топов и конкурентов. То есть нужны:

- 1-2 параметра, показывающие “**ссылочность**” конкурентов
- 1-2 параметра, показывающие **посещаемость** конкурентов
- **Частота**
- Крайне желателен объем **рекламы** наверху и **колдунчики** в шапке
- **Вхождения ключа** в заголовки конкурентов (особенно для инфо-запросов)
- Доля или количество **похожих** конкурентов в топе (доля сайтов, похожих на ваш по виду продукции, типу проекта, ассортименту, коммерческойности)

Где можно что собирать

KeyCollector

- Частота
- Вхождения ключа в заголовков
- Вхождения ключей
- Число морд

Aparser

- Частота
- Alexa
- MOZ

Муравейник tools

- Частота
- Вхождения ключа в заголовков
- Доля морд

- Доля похожих сайтов в топе
- Средний возраст конкурентов
- Средняя Alexa
- Средний MOZ (DomainAuthority, PageAuthority, PageMozRank, PageMozTrust)

RDS API

☐ IP	☐ Покупка ссылок	☐ Уникальность	☒ Возраст	☒ Linkpad In	☐ Sitemaps
☐ GeoTool	☒ ТИЦ	☒ Индекс Я	☐ Back G	☐ Linkpad Out	☐ Дата
☒ Whois	☐ ТИЦ Бар	☐ Индекс Я дата	☐ Back Alexa	☐ Картинки Я	☐ Примечания
☐ Fav	☐ ТИЦ img	☐ Индекс G	☐ Back Bing	☐ Картинки G	
☒ Url	☐ Я.Каталог	☒ Основной Индекс G	☐ Bing исход	☐ Alexa	
☒ Продажа seo	☐ Я.Тематика	☐ Индекс B	☒ Соц. сети	☐ Наличие вирусов	
☒ Параметры страницы	☐ Я.Регион	☐ Упом. Я	☒ SEMrush	☒ Similar Web	
☒ Посещаемость по RDS	☒ Агрегаторы	☒ WebArch	☐ Индекс L	☐ Robots	

Один из самых больших спектров параметров у RDS API, но собирает не до результата, а как получится. Нужно проверять что не получилось собрать и нажимать каждую кнопку ещё несколько раз пока всё не дособерет.

Пример готовой таблицы

<https://goo.gl/VsphF4>

Отсортирована в порядке убывания приоритета кластеров.

В этом примере используется уже рассчитанное значение конкурентности запроса (Keyword difficulty из “Муравейник tools”). Поэтому другие параметры конкурентов отдельно в формуле расчета “Рейтинга запроса” не участвуют. Когда вы будете собирать свою формулу, вам нужно будет решить какие значения считаете важными и учитывать их. Например те, которые были отмечены в докладе как подходящие.

Пример формулы, которую часто используем в работе мы:

$$\begin{aligned}
 \text{Рейтинг приоритета запроса} = & \\
 & + \text{LN} (\text{Частота} + 2) / 2 \\
 & + \text{LN} (\text{Похожих} + 2) \\
 & + \text{LN} (\text{вТоп30} + 2) * 2 \\
 & + \text{LN} (\text{ПриоритетТемы} + 2) \\
 & + \text{LN} (\text{Коммерческая} + 2) * 2 \\
 & - \text{LN} (\text{Спецразмещения} + 2) \\
 & - \text{LN} (\text{КолдунщикиВТопе} + 2) \\
 & - \text{LN} (\text{MozDomainAuthority} + 2) \\
 & - \text{LN} (\text{ИндексЯндексаКонкурентов} + 2) \\
 & - \text{LN} (\text{ВозрастКонкурентов} + 2) \\
 & - \text{LN} (\text{вТоп10} + 2) * 4 \\
 & - \text{LN} (\text{ВхожденийВЗаголовки} + 2)
 \end{aligned}$$

Где:

- **Частота** - частота "IWS" или "WS" запроса
- **Похожих** - число похожих сайтов в топе (похожих на продвигаемый проект)
- **вТоп30** - равен 1, если текущая позиция запроса с 11 до 30. Иначе 0
- **ПриоритетТемы** - важность темы или кластера для клиента (например наиболее маржинальные товары или товары со скорым пиком сезонности)
- **Коммерческая** - доля коммерческих результатов в SERP
- **Спецразмещения** - количество рекламных блоков над поиском
- **КолдунщикиВТопе** - наличие и количество колдунщиков на первом экране
- **MozDomainAuthority** - DomainAuthority от MOZ
- **ИндексЯндексаКонкурентов** - медиана по топ-10 от числа документов в индексе яндекса
- **ВозрастКонкурентов** - медиана по топ-10 от возрастов конкурентов. Мы собираем возраст по whois. Если возраст недоступен (например это поддомен), то берем дату первого архива в WebArchive.
- **вТоп10** - равен 1, если текущая позиция запроса с 1 до 10. Иначе 0
- **ВхожденийВЗаголовки** - число вхождений запроса в заголовки (обычно берем неточные вхождения)

Как рассчитать приоритет кластера

Приоритет кластера в Excel =

=СУММЕСЛИ(\$K:\$K;\$K2;Z:Z)/СЧЁТЕСЛИ(\$K:\$K;\$K2)

Приоритет кластера в Google Docs =

=SUMIF(\$K:\$K;\$K8;Z:Z)/COUNTIF(\$K:\$K;\$K8)

Где

- K – столбец с кластером
- Z – столбец с рейтингом запроса

Муравейник tools

Описание функционала есть в инструкции к сервису:

<https://docs.google.com/document/d/1TVOpBrISeRcBw1Eo1-JHxBooR37dulF9wopiсHVRqmY/>

Кратко:

1. Регистрируетесь на tools.anthome.ru
2. Добавляете проект
3. Выбираете оценку конкуренции, нужный поисковик (или оба), регион и частоту (если ещё не собрана)
4. Размечаете несколько конкурентов (или подгружаете список 10 конкурентов на вход)
5. В разделе “Просмотр результата” экспортируете таблицу (кнопка в правом верхнем углу).

Компоновка таблиц

После того как сопоставили сайты, komponuem полученный файл с уже готовой таблицей кластеризации.

В “Основной файл” загружаем таблицу с кластеризацией (важно, чтобы ключи были в первом столбце), в “Дополнительные файлы” загружаем файл с сопоставлением сайтов.

Считаем приоритизацию

Топ-10 и топ-30

В таблице создаем столбцы “В топ-10” и “В топ-30”

В столбце “В топ-10” во вторую строку вставляем формулу:
=ЕСЛИ((I2>0)*(I2<11);1;0), где I - позиция сайта в яндексе.

В столбце “В топ-30” во вторую строку вставляем формулу:
=ЕСЛИ((I2>10)*(I2<31);1;0), где I - позиция сайта в яндексе.

Для расчета всего столбца 2 раза щелкаем по уголку ячейки

	M	N	O	P	Q
ний	В топ-30	В топ-10	Похожесть топа в Яндексе	Keyword Difficulty (Яндекс)	Похожи в Яндексе
	0	0	0,71	10,82	6
	0	0	0,45	18,66	4
	0	0	0,47	13,26	4
	0	0	0,45	15,38	4
	0	0	0,43	29,9	4

Рейт запроса

В таблице создаем столбец “Рейт запроса” и вставляем во вторую строку формулу:

=LN(F2+2)/2-LN(P2+2)+LN(Q2+2)*2+LN(M2+2)*2-LN(N2+2)*4-LN(L2+2), где
F2 - частота запроса в яндексе, P2 - Keyword Difficulty (Яндекс), Q2 -
похожих в яндексе, M2 - в топ-30, N2 - в топ-10, L2 - неточных вхождений
в заголовок сниппета.

Формула дана для примера, можете составить свою на основе данных доклада.

Для расчета всего столбца 2 раза щелкаем по уголку ячейки.

Рейт кластера

В таблице создаем столбец “Рейт кластера” и вставляем во вторую строку формулу:

=СУММЕСЛИ(\$D:\$D;\$D2;H:H)/СЧЁТЕСЛИ(\$D:\$D;\$D2), где D - рекомендованный url, H - рейтинг запроса.

Для расчета всего столбца 2 раза щелкаем по уголку ячейки

Дальше сортируете по убыванию рейтинга кластера, получаете семантику, отсортированную по убыванию приоритета.

Profit!