

## От оргкомитета:

Привет! Рады видеть вас на первом кейс-чемпионате Топвизора. Что должно быть в кейсе, чтобы он прошел в шорт-лист и попал на оценку жюри:

- Имя SEO-специалиста; название студии, которая занималась продвижением (если вы фрилансер, достаточно указать имя).
- Сайт и его тематика, ниша.
- Срок работы над проектом: 06.2022 — 06.2023 гг.
- Задача/запрос, с которым пришел заказчик, контекст от клиента, если он его обрисовал, другие вводные данные по сайту.
- Стартовое состояние сайта: позиции, трафик.
- Как проводили анализ, какие нашли проблемы/точки роста.
- Какие работы проводили по сайту, почему выбрали именно их, как реализовали.
- Какие получили результаты (в количественном и/или качественном выражении). Какие позиции/трафик по сайту получили после окончания работ. Данные о сайте должны быть подкреплены графиками и скриншотами из систем веб-аналитики, сервисов проверки позиций и аналогичных сервисов! Посмотреть примеры скриншотов можно в кейсе [по ссылке](#).
- Объем: ориентировочно 5-20 тыс. знаков.
- Требований к уникальности нет (т.е. можно отправить кейс, который уже был опубликован где-то кроме Топвизор-Журнала).
- В кейсе должны быть использованы инструменты Топвизора. Для проверки позиций нельзя показывать инструменты конкурентов. Для остальных инструментов (например, технического анализа сайта, проверки индексации) это допустимо.

## Как отправить кейс:

- Написать текст кейса в Google-документе. Оформить кейс по этому гайду, проставить номера скриншотов текстом в порядке появления.
- Создать папку в облаке со скриншотами, назвать скриншоты так, как они пронумерованы в кейсе.
- Заполнить и отправить [анкету](#), в которой нужно указать ссылки на текст кейса и папку со скриншотами.
- Подождать ответа оргкомитета о том, попали ли вы в шорт-лист. Если в кейсе чего-то не хватает, мы подскажем, что нужно добавить, но оргкомитет оставляет за собой право отказать в приеме кейса в шорт-лист.
- Если вы попали в шорт-лист — ждать оглашения результатов жюри. Мы опубликуем их в наших соцсетях, а также продублируем на почту, с которой будет отправлен кейс.

С этим мы можем помочь, но лучше указать самостоятельно:

- название кейса (заголовок статьи в Журнале);
- description статьи.

Чтобы вам было проще оформить кейс, мы сделали краткий пример структуры кейса из статьи в Топвизор-Журнале [Как удалить 12 тысяч дублей и попасть в ТОП Яндекса за три месяца](#). Вы можете скопировать себе этот документ, изменить данные на свои и разбавить все это дополнительной информацией и тем, что посчитаете нужным

(удалив это вступление, конечно). Но то, что представлено в этом файле — это минимум.

Также ориентироваться можно на другие наши кейсы:

- [Эксперимент: перенесли инфозапросы из блога на коммерческие страницы. и вот что получилось](#)
- [Медицинский кейс: как продвигаться в YMYL только с помощью органики](#)
- [Кейс: как мы сгенерировали 500+ уникальных статей для сайта и вышли в ТОП](#)

По всем вопросам обращайтесь к [Анастасии](#), она подскажет, чего не хватает в кейсе и проходит ли он в шорт-лист чемпионата. Удачи!

---

### Здесь начинается пример кейса

---

**Заголовок:** Как удалить 12 тысяч дублей и попасть в ТОП Яндекса за три месяца

**Description:** Очень подробный кейс. Расскажу, где искать проблемы, если сайт несколько лет не может попасть в ТОП Яндекса, и почему уникальность описаний для товаров в интернет-магазине не имеет значения.

**От кого:** SEO-специалист Артём Болотов, сайт [flseo.ru](http://flseo.ru)

**Задача, контекст:** Вывести сайт в ТОП Яндекса. Заказчик сказал, что сайт несколько лет не может попасть в ТОП в этой ПС.

**Ниша:** кованая мебель, клиент — интернет-магазин кованой мебели [«Идиллия металла»](#)

**Срок работ над проектом:** начало июля 2021 —конец декабря 2021 гг.

**Позиции сайта на начало работ:**

Скриншот 1, Стартовые позиции по наиболее важным ключевым словам

**Как проводили аудит:**

- Какие страницы в поиске

Скриншот 2, Вкладка «Исключённые» в Яндекс.Вебмастере

Скриншот 3, Количество дублей на сайте

- Почему появились дубли
- Какие страницы Яндекс посчитал недостаточно качественными

Скриншот 4, Ответ Яндекса о том, что такое НКС

Скриншот 5, Сравнение количества дублей и НКС

- Как обстоят дела с уникальностью страниц

**Какие нашли проблемы/точки роста и что с ними делали:**

- Одинаковые подкатегории в разных категориях
- Дубли
- Недоработанная структура

Скриншот 6, Подготовка структуры сайта

- Переспам

Скриншот 7, Облака запросов

Скриншот 8, Таблица из инструмента «ГАР»

- Нет плитки тегов
- Некорректное название товаров

**Результаты:**

Скриншот 9, Результаты после проделанной работы

Скриншот 10, Визиты

Скриншот 11, Позиции по всем запросам