

Бесплатное руководство

Как составить семантическое ядро сайта



www.sidash.ru

Как составить семантическое ядро сайта
Бесплатное руководство от Сидаша Дмитрия

Руководство по составлению семантического ядра сайта

Содержание

1. Несколько слов о семантическом ядре сайта.....	3
2. Составление семантического ядра сайта.....	6
2.1 Подбор поисковых запросов.....	6
2.1.1 Подбор поисковых запросов с помощью сервисов статистики поисковых запросов Google, Yandex или Рамблер.....	6
2.1.2 Подбор поисковых запросов с помощью специального софта или онлайн сервисов.....	12
2.2 Анализ конкуренции запросов.....	17
2.3 Анализируем запросы конкурентов.....	20
2.4 Группировка запросов.....	28
3. Как написать правильную оптимизированную статью.....	30

1. Несколько слов о семантическом ядре сайта.

Семантическое ядро (СЯ) – это набор ключевых слов, запросов, поисковых фраз, по которым нужно продвигать ваш сайт, чтобы на него приходили целевые посетители с поисковых систем. Составление семантического ядра является вторым этапом, после настройки вашей площадки на хостинге. Именно от грамотно составленного СЯ зависит то, сколько качественного трафика будет на вашем сайте.

Необходимость составления семантического ядра заключается в нескольких моментах.

Во-первых, оно дает возможность разработать более эффективную стратегию поисковой раскрутки, так как у web-мастера, который составит семантическое ядро для своего проекта, будет четкое представление о том, какие методы по поисковому продвижению ему необходимо будет применять к его сайту, определиться со стоимостью поискового продвижения, которая сильно зависит от уровня конкуренции ключевых фраз в выдаче поисковых сервисов.

Во-вторых, семантическое ядро дает возможность наполнять ресурс более качественным контентом, то есть контентом, который будет хорошо оптимизирован под ключевые запросы. К примеру, если вы хотите сделать сайт о натяжных потолках, то и семантическое ядро запросов стоит подбирать «отталкиваясь» от этого ключевого слова.

Кроме того составление семантического ядра подразумевает определение частотности использования ключевых слов пользователями поисковых систем, что дает возможность определить поисковую систему, в которой необходимо уделять большее внимание продвижению того или иного запроса.

Также необходимо отметить некоторые правила составления семантического ядра, которые необходимо соблюдать, чтобы иметь возможность составить качественное и эффективное семантическое ядро.

Так, в состав семантического ядра необходимо включить все возможные ключевые запросы, по которым можно продвигать сайт, кроме тех запросов, которые не смогут принести ресурсу хотя бы малый объем трафика. Поэтому семантическое ядро должно включать в себя высокочастотные ключевые слова (ВЧ), средние (СЧ) и низкочастотные (НЧ) запросы.

Условно эти запросы можно разбить так: НЧ – до 1000 запросов в месяц, СЧ – от 1000 до 10000 запросов в месяц, ВЧ – более 10000 запросов в месяц. Нужно учитывать и тот факт, что в разных тематиках эти цифры могут существенно различаться (в некоторых особо узких тематиках максимальная частотность запросов не превышает 100 запросов в месяц).

Вносить в структуру семантического ядра низкочастотные запросы необходимо потому, как любой молодой ресурс имеет возможность продвигаться в поисковых системах, прежде всего, по ним (причем без какого-либо внешнего продвижения сайта – написали

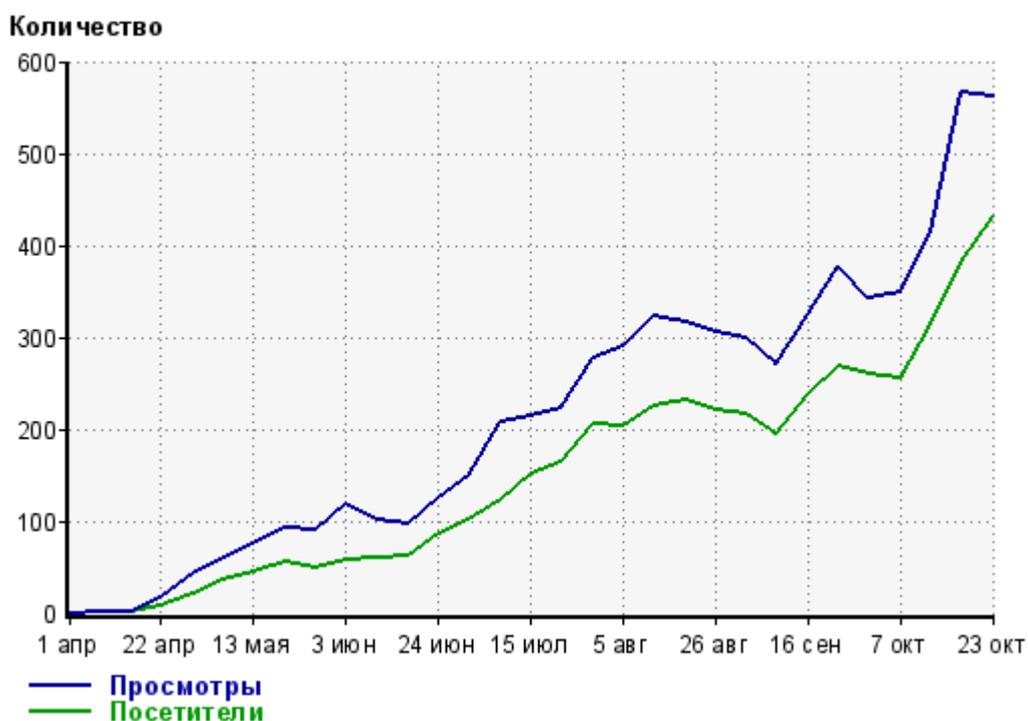
статью под НЧ запрос, поисковик ее проиндексировал, и ваш сайт уже через несколько недель может быть в ТОПе).

Также необходимо соблюдать правило структурирования семантического ядра, которое заключается в том, что все ключевые слова сайта необходимо объединять в группы не только по их частотности, но и степени схожести. Это даст возможность более качественно оптимизировать контент, например, оптимизировать некоторые тексты под несколько запросов.

Также в структуру семантического ядра многих сайтов целесообразно включать такие виды запросов, как синонимические запросы, запросы, содержащие опечатки, сленговые запросы и так далее.

Вот наглядный пример того, как можно увеличить посещаемость сайта одним только написанием оптимизированных статей, которые включают в себя СЧ и большое количество НЧ запросов:

1. Сайт мужской тематики. Хотя он и очень редко обновляется (за все время, было опубликовано чуть больше 25 статей), но благодаря хорошо подобранным запросам он набирает все больше и больше посещаемости. На сайт вообще не производилась закупка ссылок!



2. Сайт женской тематики. Первое время на нем публиковались неоптимизированные статьи. Летом было составлено семантическое ядро, которое состояло из запросов с очень низкой конкуренцией (как собирать подобные запросы, я расскажу ниже). Под эти запросы были написаны соответствующие статьи и приобретено несколько ссылок на тематических ресурсах. Результаты подобного продвижения вы можете видеть ниже:



2. Составление семантического ядра сайта.

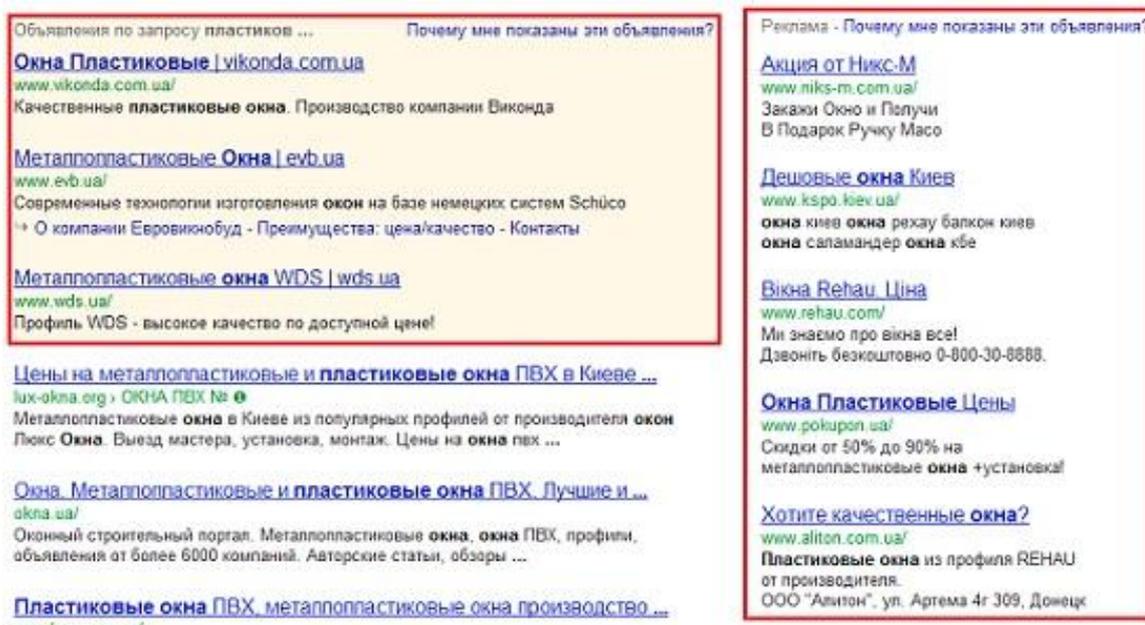
2.1 Подбор поисковых запросов

Подобрать запросы для семантического ядра можно следующими способами:

- С помощью бесплатных сервисов статистики поисковых запросов Google, Yandex или Рамблер
- С помощью специального софта или онлайн сервиса (бесплатного или платного).
- Проанализировав сайты-конкуренты.

2.1.1 Подбор поисковых запросов с помощью сервисов статистики поисковых запросов Google, Yandex или Рамблер.

Сразу хочу вас предупредить, что эти сервисы показывают не совсем точную информацию о количестве поисковых запросов в месяц. Они показывают количество показов объявлений контекстной рекламы по определённому запросу:



То есть, если пользователь по запросу «пластиковые окна» перейдет на вторую страницу выдачи, объявление будет показано 2 раза и, соответственно, сервис статистики покажет нам, что данный запрос искали не 1, а 2 раза. Поэтому, на практике, реальные цифры будут несколько меньшими, чем те, что показывают различные сервисы.

Статистика поисковых запросов Google.

Статистикой поисковых запросов Гугла я пользуюсь чаще всего, так как стараюсь в первую очередь продвигаться именно под этот поисковик. Продвигаться в Google легче, так как он более предсказуем, чем Яндекс. Для Гугла достаточно оптимизировать статью, закупить на неё как можно больше разнообразных PR'стых ссылок (очень важно, чтобы ссылки эти

были естественными и по ссылкам были переходы посетителей) и вуаля – ты в ТОПе! У Яндекса же постоянно появляются новые алгоритмы, которые то и дело перетасовывают поисковую выдачу как колоду карт.

Но в то же время, хочу обратить Ваше внимание на следующий факт:

В России Яндекс пользуется наибольшей популярностью (Яндекс – 57.7%, Google – 30.6%, Mail.ru – 8.9%, Rambler – 1.5%, Nigma/Ask.com – 0.4%), поэтому если Вы продвигаетесь в этой стране, Вам в первую очередь стоит ориентироваться на Yandex.

В Украине же ситуация выглядит по другому: Google – 70-80%, Яндекс – 20-25%.

Поэтому украинские вебмастера должны ориентироваться на продвижение в Гугле.

Чтобы воспользоваться статистикой запросов Google, переходим на страницу <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>.

Давайте я приведу пример подбора ключевых слов для какого-нибудь кулинарного сайта.

Первым делом, нужно ввести основной запрос, на основании которого будут подобраны варианты ключевых слов для будущего семантического ядра сайта. Я ввёл запрос «**как приготовить**».

Следующий шаг – выбираем тип соответствия. Всего существует 3 типа соответствия: широкое, фразовое и точное. Я советую выбрать точное, так как для этого вариант будет показана наиболее точная информация по запросу. И сейчас объясню почему.

Широкое соответствие означает, что будет показана статистика показов по всем словам, которые есть в этом запросе. К примеру, для запроса «пластиковые окна» будет показана для всех слов, в которые входит слово «пластиковые» и слово «окна» (пластиковый, окно, купить окна, купить жалюзи для окон, окна пвх цены). Одним словом, будет много «мусора».

Фразовое соответствие означает, что будет показана статистика для слов именно в том порядке, в котором они указаны. Вместе с указанным словосочетанием слов, в запросе могут присутствовать и другие слова. Для запроса «пластиковые окна» будут учтены слова «недорогие пластиковые окна», «пластиковые окна Москва», «сколько стоят пластиковые окна» и т.д.

Точное соответствие означает, что будет показана статистика только для указанного запроса без каких-либо других слов в запросе «пластиковые окна». Этот вариант нам как раз и нужен.

Ну а теперь перейдем к третьему шагу подбора ключевых слов: выбору целевого региона и языка и [настройке фильтров](#).

Инструменты

Инструмент подсказки ключевых слов

Оценщик трафика

Инструмент подбора мест размещения

Инструмент контекстного таргетинга

▼ Включить термины (0) ?

▼ Исключить термины (0) ?

▼ Типы соответствия ?

Широкое

[Точное]

"Фразовое"

Справка

Какие функции появились в обновленном инструменте подсказки ключевых слов?

Как пользоваться инструментом подсказки

Подбор ключевых слов

На основании одного или нескольких вариантов:

Слово или словосочетание: ← 1

Веб-сайт:

Категория:

Показывать только варианты, тесно связанные с моими ключевыми словами ?

Дополнительные параметры и фильтры

Целевые регионы и языки

Польша

Португалия

Пуэрто-Рико

Реюньон

Российская Федерация

Румыния

Румынский

Русский

Сербский

Словацкий

Словенский

Тайский

Включить особые группы материалов

Включить варианты только для взрослых ← 3

Показать варианты оптимизации и статистику для:

Фильтровать варианты

Кол-во запросов в месяц (целевые регионы) >=

+ Добавить фильтр

Вот какие результаты выдаст сервис:

Варианты ключевых слов

Варианты групп объявлений (бета)

[У этих данных ?](#)

+ Добавить ключевые слова Сохранить в файл Оценить поисковый трафик Просмотреть в виде текста Похожие результаты Отсортировано по: Релевантность Столбцы

Поисковые запросы (1) 1-1 из 1

Ключевое слово	Уровень конкуренции	Кол-во запросов в месяц (весь мир)	Кол-во запросов в месяц (целевые регионы)	Приблизительная цена за клик (поиск)
☆ [как приготовить]	Низкий	6 600	4 400	0,80 €

Варианты ключевых слов (800) 1-100 из 800

Ключевое слово	Уровень конкуренции	Кол-во запросов в месяц (весь мир)	Кол-во запросов в месяц (целевые регионы)	Приблизительная цена за клик (поиск)
☆ [как приготовить]	Низкий	8 100	5 400	0,80 €
☆ [как приготовить блины]	Низкий	5 400	3 600	0,80 €
☆ [как приготовить курицу]	Низкий	2 400	1 600	0,80 €
☆ [как приготовить сырники]	Низкий	2 400	1 600	0,80 €
☆ [как приготовить форель]	Средний	880	590	0,80 €
☆ [как приготовить омлет]	Низкий	2 400	1 600	0,80 €
☆ [как приготовить макароны]	Низкий	880	720	0,80 €
☆ [как приготовить оладьи]	Низкий	1 300	880	0,80 €
☆ [как приготовить запеканку]	Низкий	590	390	0,80 €

Нас больше всего интересует показатель «Кол-во запросов в месяц (целевые регионы)» и «Приблизительная цена за клик» (если собираемся размещать на страницах сайта рекламу AdSense).

Ну а дальше дело техники – подбираем наиболее интересные запросы, под которые затем пишем статьи.

Статистика поисковых запросов Яндекс

Очень часто одной только статистики Google не хватает для того, чтобы получить полный список ключевых слов по нужной тематике. Поэтому, в таких случаях я пользуюсь Wordstat.Yandex.ru, который предоставляет статистику запросов Яндекса. Панель Вордстата сделана немного проще, чем её аналог в Гугле: здесь вы не найдете типы соответствия, не сможете сохранить к себе на компьютер подобранные запросы, не сможете узнать цену клика и т.д.

Для получения более точных результатов, нужно [пользоваться специальными операторами](#), с помощью которых можно уточнить интересующие нас запросы.

Если просто ввести запрос «**как приготовить**», получим следующую статистику:

СТАТИСТИКА КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

[по словам](#) [по регионам](#) [на карте](#) [по месяцам](#) [по неделям](#)

как приготовить

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания

[Подобрать](#)

Обновлено: 28/03/2012

Что искали со словами «**как приготовить**» — 2151705 показов в месяц.

Слова	Показов в месяц
+что приготовить	464769
вкусно приготовить	150534
+что можно приготовить	122858
+как приготовить домашний	98715

Что еще искали люди, искавшие «**как приготовить**»:

Слова	Показов в месяц
+что +такое каперсы фото	665
+что +такое каперсы	5081
рецепт пиццы +с колбасой	4465
рецепт пиццы	172103

Это равноценно, если бы мы выбрали в Adwords «широкое соответствие».

Если ввести этот же запрос, но уже в кавычках, получим более точную статистику (аналог фразового соответствия в Adwords):

"как приготовить"

Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, А

[Подобрать](#)

По точной фразе "как приготовить" — 1634 показа в месяц.

[Подобрать слова по фразе без кавычек](#)

Ну и чтобы получить статистику только для заданного запроса, нужно воспользоваться оператором «!»: «!**как !приготовить**»

"!как !приготовить"

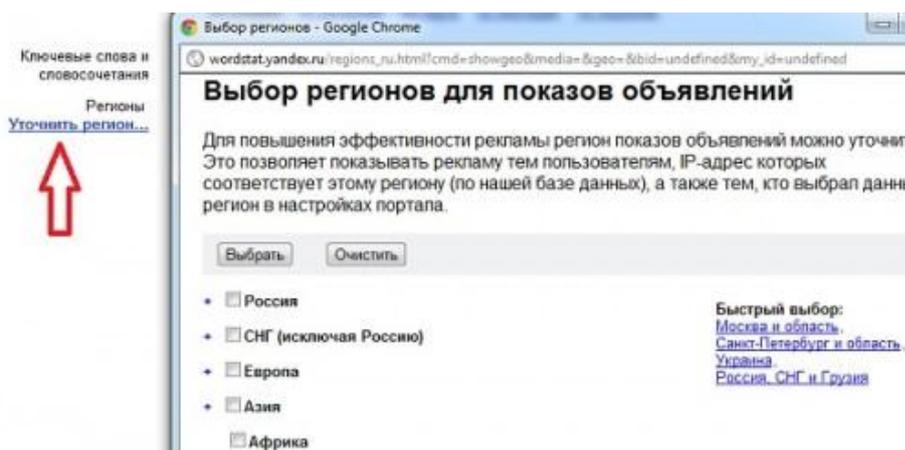
Россия, СНГ (исключая Россию), Европа, Азия, Аф

Подобрать

По точной фразе "!как !приготовить" — 1610 показов
в месяц.

[Подобрать слова по фразе без кавычек](#)

Чтобы получить еще более точные результаты, нужно указать регион, под который продвигается сайт:



Также в верхней панели Wordstat есть инструменты, с помощью которых можно посмотреть статистику заданного запроса по регионам, по месяцам и по неделям. С помощью последних, кстати, очень удобно анализировать статистику сезонных запросов.

К примеру, проанализировав запрос «как приготовить», можно узнать, что он пользуется наибольшей популярностью в декабрьские месяца (оно то и не удивительно – все готовятся к Новому Году):



Статистика поисковых запросов Rambler

Сразу хочу предупредить Вас, что статистика запросов от Рамблера с каждым годом все больше и больше теряет свою актуальность (в первую очередь, это связано с низкой популярностью этой поисковой системы). Поэтому Вам, скорее всего, даже не придется работать с этим сервисом.

Вот ссылка на сам сервис – <http://adstat.rambler.ru/wrds/>

за период: февраль 2012 ▾

как+приготовить

география запросов

Подсчитать

Фраза	Первая *	Все *
Всего	37674	46666
как приготовить	37674	46666
Словосочетания, в которых встречались указанные слова		
	1	2 3 4 5 6 7 8 9 10 >>
как приготовить бабагануш	1855	1943
как приготовить блины	497	561
как приготовить плов	324	388
как приготовить суши	314	368
как приготовить пиццу	262	336
как приготовить солянку	286	318
как приготовить кролика	173	232
как приготовить роллы	213	223

В Adstat не нужно вводить какие-либо операторы – он сразу выдает частотность запроса в том падеже, в котором его ввели. Также в нём есть отдельные статистики частотностей запросов для первой страницы результатов поиска и для всех страниц выдачи, включая первую.

Сказать что-либо еще об этой статистике не могу, так как я практически никогда не пользуюсь ею.

2.1.2 Подбор поисковых запросов с помощью специального софта или онлайн сервисов.

Подбор запросов с помощью Rookee.

О сервисе Руки я уже много рассказывал на своем блоге ([тыц](#)). Он может не только продвигать ваши запросы, но и еще способен помочь в создании семантического ядра сайта.

С помощью Rookee вы запросто подберете семантическое ядро для своего сайта, сможете приблизительно спрогнозировать количество посещений по выбранным запросам и стоимость их продвижения в топ. Более подробно о том, как составить семантическое ядро с помощью Рук [читайте на этой странице](#).

Подбор запросов при помощи бесплатной программы СловоЕБ.

Если вы собираетесь составлять СЯ (семантическое ядро) на более профессиональном уровне, или же вам потребуется статистика запросов по Google.Adwords, Rambler.Adstat, социальной сети Вконтакте, различных ссылочных агрегаторов и др., советую сразу приобрести Кей Коллектор (<http://www.key-collector.ru/>). Это мега программа, которая поможет оценить ключевые фразы по более чем 70 параметрам! Её стоимость на данный момент – 1500 рублей.

Если же вы хотите составить большое семантическое ядро, но при этом не желаете тратить деньги на покупку платных программ, наилучшим вариантом в этом случае будет программа Словоёб (информацию о программе [читайте здесь](#)). Она является «младшим братом» Кей Коллектора и позволяет собрать СЯ основываясь на статистике запросов по Yandex.Wordstat.

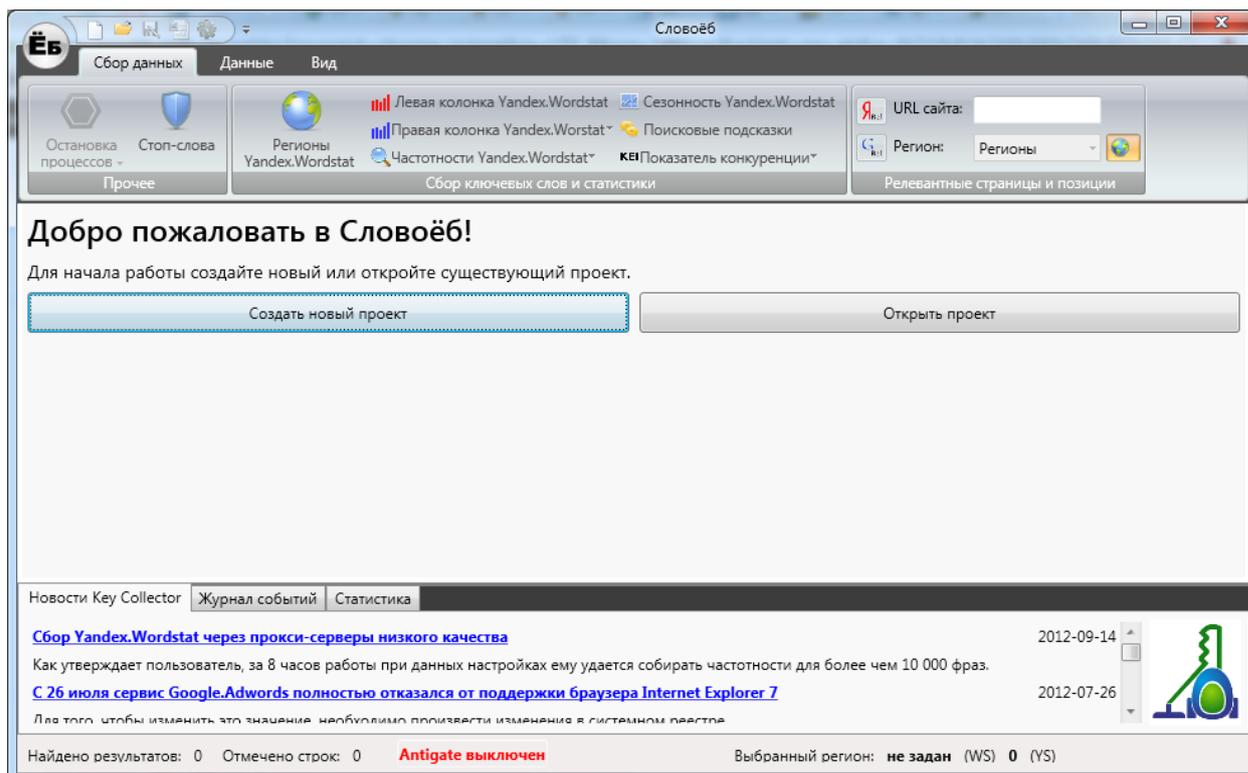
Установка программы СловоЕБ.

1. Скачайте архив с программой по ссылке: <http://seom.info/new/SlovoEB/>
2. Убедитесь, что архив является разблокированным. Для этого в свойствах файла (в контекстном меню выберите пункт "Свойства") нажмите кнопку "Разблокировать" / "Unblock", если такая присутствует.
3. Разархивируйте содержимое архива.

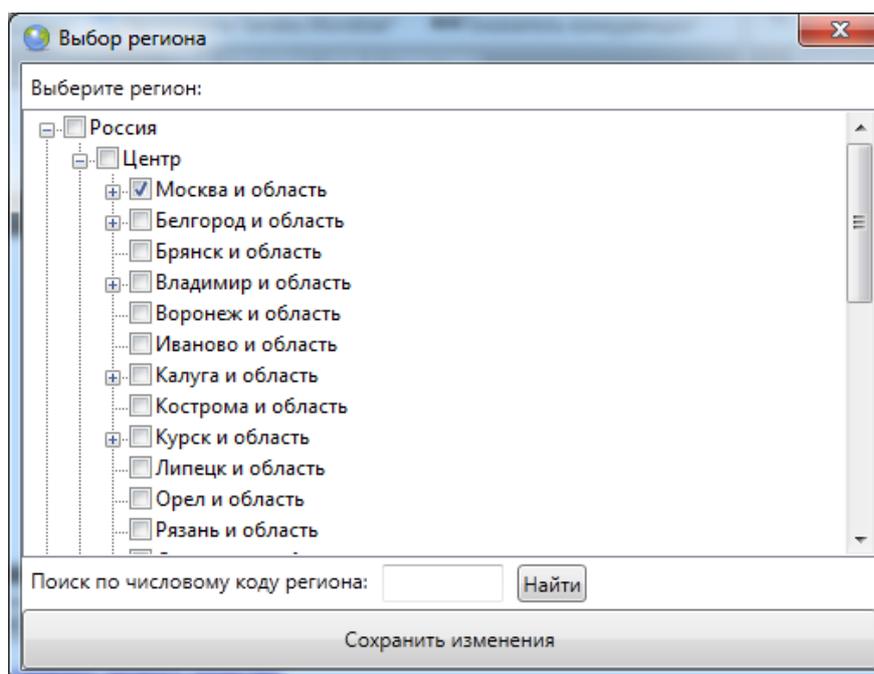
Активация и запуск программы СловоЕБ.

1. Запустите исполняемый файл Slovoeb.exe (именно Slovoeb.exe, а не SlovoebWPF.exe).

Создаем новый проект:



Выбираем нужный регион (кнопка Регионы Yandex.Wordstat):



Сохраняем изменения.

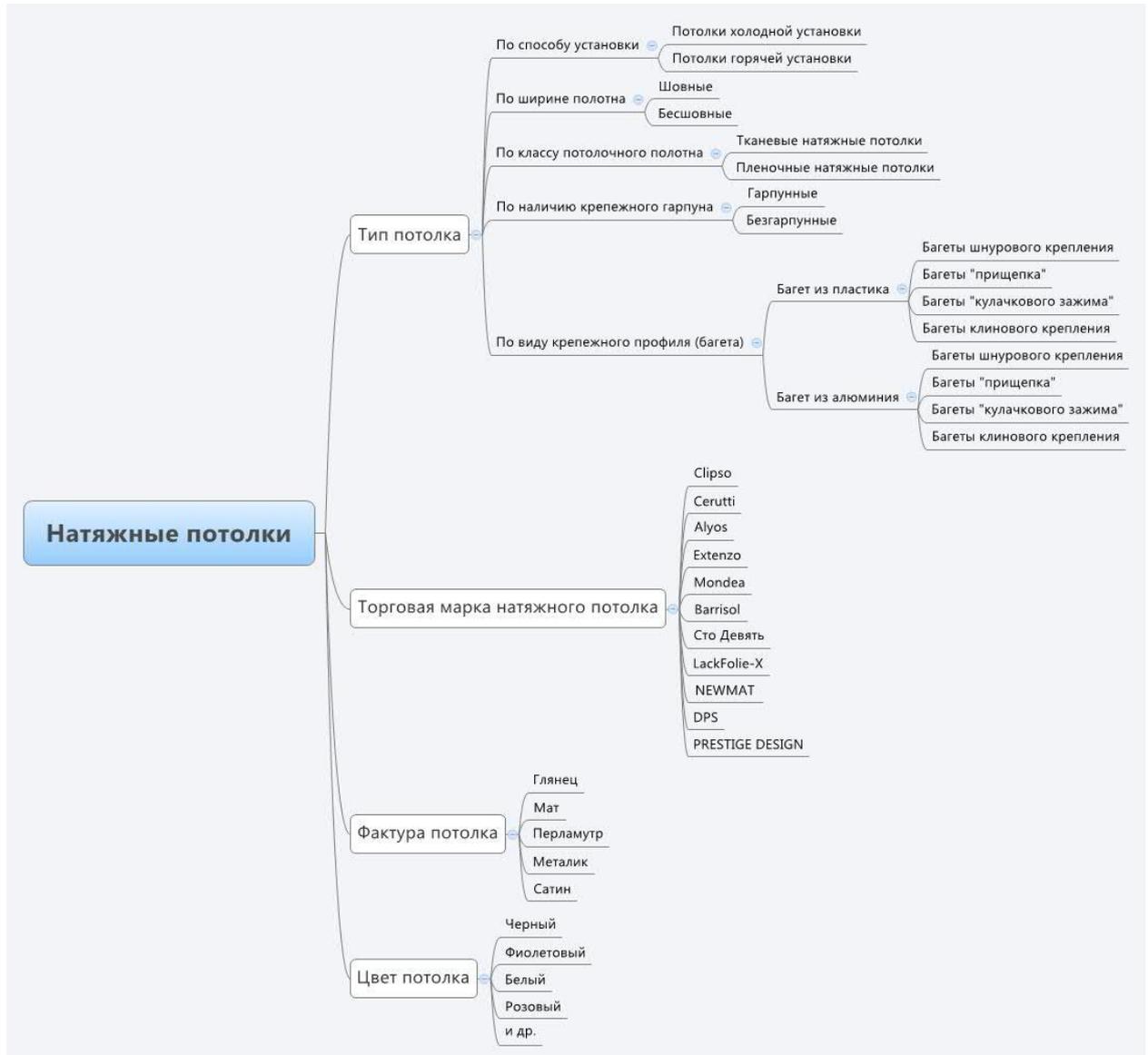
Нажимаем на кнопку «Левая колонка Yandex.Wordstat»

При необходимости задаем «Стоп-слова» (слова, которые не должны включаться в наше семантическое ядро). Стоп словами могут быть такие слова: «бесплатно» (если вы продаете что-то на своем сайте), «порно», «секс» (ну тут все понятно) и т.д.

Теперь нужно задать первоначальный список слов, на основе которых будет составляться СЯ. Давайте составим ядро для фирмы, которая занимается установкой натяжных потолков (в Москве).

При подборе любого семантического ядра, первым делом, нужно сделать классификацию анализируемой тематики.

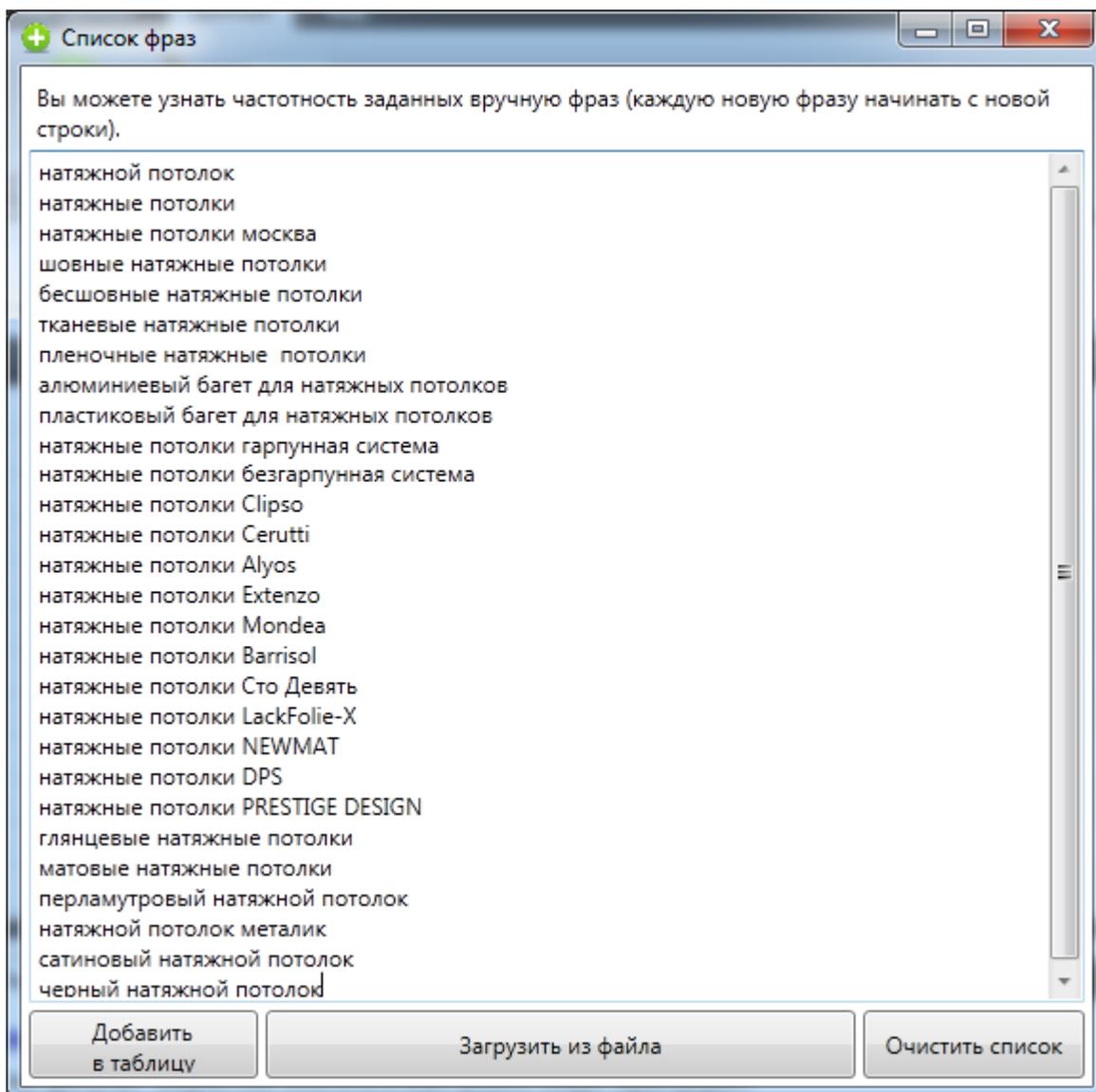
В нашем случае, натяжные потолки можно классифицировать по следующим критериям:



Полезный совет: очень многие вебмастера почему-то забывают включать в семантическое ядро названия небольших населенных пунктов. В нашем случае, в СЯ можно было бы включить названия интересующих нас районов Москвы и городов Подмосковья. Даже если по этим ключевикам («натяжные потолки Голицыно», «натяжные потолки Апрелевка» и т.д.) очень мало запросов в месяц, под них все равно надо написать хотя бы одну небольшую статью, в title которой входил бы нужный ключ. Подобные статьи даже продвигать не придется, ведь чаще всего, по данным запросам будет очень низкая конкуренция.

10-20 таких статей, и у вашего сайта стабильно будет несколько дополнительных заказов из этих городов. Проверено на личном опыте ;)

Нажимаем кнопку «Левая колонка Yandex.Wordstat» и вводим нужные запросы:



Нажимаем на кнопку «Парсить». В итоге получаем вот такой список запросов:

Запрос:

Ключевые фразы

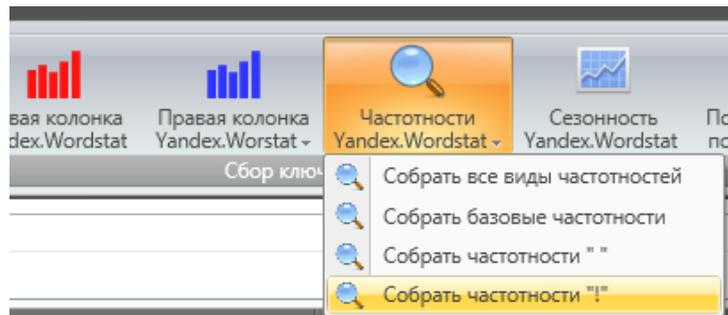
	Фраза	Источник	Дата добавл.	Частотность	Частотность	Частотность
1	натяжные потолки		14.09.2012 15:29:48	123032		
2	натяжные потолки цены		14.09.2012 15:29:48	12024		
3	натяжные потолки фото		14.09.2012 15:29:48	7584		
4	натяжные потолки отзывы		14.09.2012 15:29:48	4743		
5	натяжные потолки москва		14.09.2012 15:29:48	3851		
6	натяжные потолки стоимость		14.09.2012 15:29:48	2877		
7	светильники для натяжных потолков		14.09.2012 15:29:48	2101		
8	натяжные потолки дешево		14.09.2012 15:29:48	1935		
9	дешевые натяжные потолки		14.09.2012 15:29:48	1935		
10	установка натяжных потолков		14.09.2012 15:29:48	1917		
11	натяжные потолки недорого		14.09.2012 15:29:48	1612		
12	натяжные потолки тканевые		14.09.2012 15:29:48	1513		
13	монтаж натяжных потолков		14.09.2012 15:29:48	1481		
14	натяжные потолки купить		14.09.2012 15:29:48	1335		

Новости Key Collector | Журнал событий | Статистика

14.09.2012 15:38:33: процесс сбора левой колонки Yandex.Wordstat для фразы "натяжные потолки в москве" начат
 14.09.2012 15:38:34: процесс сбора левой колонки Yandex.Wordstat для фразы "натяжные потолки в москве" завершен корректно
 14.09.2012 15:38:37: процесс сбора левой колонки Yandex.Wordstat для фразы "натяжной потолок" начат
 14.09.2012 15:38:39: процесс сбора левой колонки Yandex.Wordstat для фразы "натяжной потолок" завершен корректно

Отсеиваем все ненужные запросы, которые не подходят по тематике сайта (к примеру, «натяжные потолки своими руками» - этот запрос хоть и принесет определенный трафик, но он не принесет нам клиентов, которые будут заказывать установку потолков). Выделяем эти запросы и удаляем, чтобы в будущем не тратить время на их анализ.

Теперь нужно уточнить частотность по каждому из ключей. Нажимаем на кнопку «Собрать частотности «!»»:



Теперь мы имеем следующую информацию: запрос, его общую и точную частотность.

Ключевые фразы

	Фраза	Источник	Дата добавл.	Частотность	Частотность	Частотность
4	натяжные потолки отзывы		14.09.2012 15:29:48	4743		2401
5	натяжные потолки москва		14.09.2012 15:29:48	3851		1817
6	натяжные потолки стоимость		14.09.2012 15:29:48	2877		1758
7	светильники для натяжных потолков		14.09.2012 15:29:48	2101		695
8	натяжные потолки дешево		14.09.2012 15:29:48	1935		1135
9	дешевые натяжные потолки		14.09.2012 15:29:48	1935		110
10	установка натяжных потолков		14.09.2012 15:29:48	1917		297
11	натяжные потолки недорого		14.09.2012 15:29:48	1612		1135
12	натяжные потолки тканевые		14.09.2012 15:29:48	1513		511
13	монтаж натяжных потолков		14.09.2012 15:29:48	1481		221
14	натяжные потолки купить		14.09.2012 15:29:48	1335		193
15	купию натяжные потолки		14.09.2012 15:29:48	1335		5
16	натяжные потолки подольск		14.09.2012 15:29:48	1255		616
17	бесшовные натяжные потолки		14.09.2012 15:29:48	1106		461

Теперь, на основе полученных частотностей, нужно еще раз пересмотреть все запросы и удалить ненужные.

Ненужными запросами являются запросы, у которых:

- Точная частотность («!») очень низкая (в выбранную мною тематике, в принципе, нужно дорожить каждым посетителем, поэтому я буду отсеивать запросы, у которых месячная частотность меньше 10). Если же была не строительная тематика, а, скажем, какая-нибудь обще тематическая, то можно спокойно отсеивать запросы, у которых частотность ниже 50-100 в месяц.
- Соотношение общей и точной частотности превышает очень велико. К примеру, запрос «**куплю натяжные потолки**» (1335/5) можно сразу удалять, потому что он является «запросом-пустышкой». «**Дешевые натяжные потолки**» в принципе тоже не самый лучший вариант (1935/110), но пока его можно оставить.
- Запросы с очень большой конкуренцией тоже нужно удалить, по ним будет тяжело продвигаться (особенно, если у вас молодой сайт и небольшой бюджет на продвижение). Таким запросом, в нашем случае, является «**натяжные потолки**».

2.2 Анализ конкуренции запросов.

Первичный список запросов собран. Теперь нужно еще проанализировать конкуренцию по каждому из них, чтобы понять, насколько тяжело будет продвигать тот или иной ключевик.

В принципе, можно ввести нужное ключевое слово в поиске и посмотреть ТОП-10 (а если и нужно, ТОП-20) сайтов, которые находятся в поисковой выдаче. Если вы анализируете выдачу в Яндексе, то ориентироваться нужно на следующие параметры: тИЦ сайтов (чем выше, тем тяжелее будет их обогнать, ведь высокий тИЦ чаще всего указывает на большую ссылочную массу сайта), находятся ли они в Яндекс Каталоге (сайты с Яндекс Каталога имеют больший траст), его возраст (возрастные сайты поисковики любят больше), количество главных страниц сайтов в ТОП-10 (если вы продвигаете внутреннюю страницу сайта, а в ТОПе у конкурентов в основном находятся главные страницы, то скорее всего вы не сможете их обогнать).

Если вы анализируете ТОП сайтов в Google, обращайте внимание на те же параметры, о которых я написал выше, только в этом случае вместо Яндекс Каталога будет каталог DMOZ, а вместо показателя тИЦ будет показатель PR (если в ТОПе страницы сайтов имеют PR от 3 до 10, обогнать их будет не легко).

Советую анализировать сайты с помощью плагина RDS bar (вот ссылки на скачивание этого плагина для [Firefox](#), [Chrome](#), [Opera](#)). Он показывает всю информацию о сайте конкурента:

LIB.RU у сайта 3 поддомена CMS: Microsoft ASP.NET Форум: vBulletin

Электронная библиотека Максима Мошкова
Классическая и современная, русская и зарубежная литература, учебные материалы, юмор. Музыка, русский рок и другое.

Индекс цитирования	Проиндексировано	Ссылки на сайт (еще)	Статистика
Тит: 12000 ^{ист}	Индекс Я стр: Да	Back G: 1320	Liveint: 4345
PR: 2 (1)	Индекс G стр: 15 янв	Упом. Я: 300000	Rambler: 3743
	Индекс Я: 189000 ^{ист}	Я.Блоги: 114322	Mail: 365
История изменения	Индекс G.ли: 648000 (13%)	Back Y: 792435	Alexa: 234923
Тит: (34 записей)	Индекс R: 55000	MJ: 73964	SpyLog: 20077
Индекс Я: (324 записей)	Индекс Y: 1372192	Twitter: 301	
Найдено 3 зеркала по Я	Индекс Bing: 741000	Bing исх: 0	
	Картинки Я: 121	Рейтинг Я.Б: Склеен	
	Картинки G: 119000	Solomono: 5/5	

Наличие в каталогах
Я.Каталог: [Культура/Литература/Электронные библиотеки/](#)
Я.Бар: [Электронные библиотеки, Культура \(Частный \)](#)
Dmoz: [Russian/Искусство/Литература/Электронные архивы/Искусство/Литература/Электронные архивы](#)

Анализ ip адреса	Другие параметры	SEMRush(.ru)
Ip: 213.231.23.87	Links: 452/2	SEMRush рейтинг: 19
Сайтов на ip по Bing: 10/36	Возраст: Дек 1998	Поиск. трафик: 712984 (\$109888)
Хост: mail.4dn.org	WebAch: 1999	
Провайдер: National Hosting Provider, Hosting.UA	Валидация: Да	По данным RDS
Размещение: Украина/Одесса	Robots: Да	сайт участвует в Sape

Если запросов много, то можно воспользоваться анализом KEI запросов (показатель конкуренции). Эта функция есть в Кей Коллекторе и Словоёбе.

В Словоёбе показатель KEI просто показывает общее количество сайтов в выдаче по тому или иному запросу:

Фраза	Частотность	Частотность	Частотность	Сезонность [Конкуренция в ПС Я
натяжные потолки цены	12024		6418		14 000 000
натяжные потолки фото	7584		3860		9 000 000
натяжные потолки отзывы	4743		2401		7 000 000
натяжные потолки москва	3851		1817		10 000 000
натяжные потолки стоимость	2877		1758		14 000 000

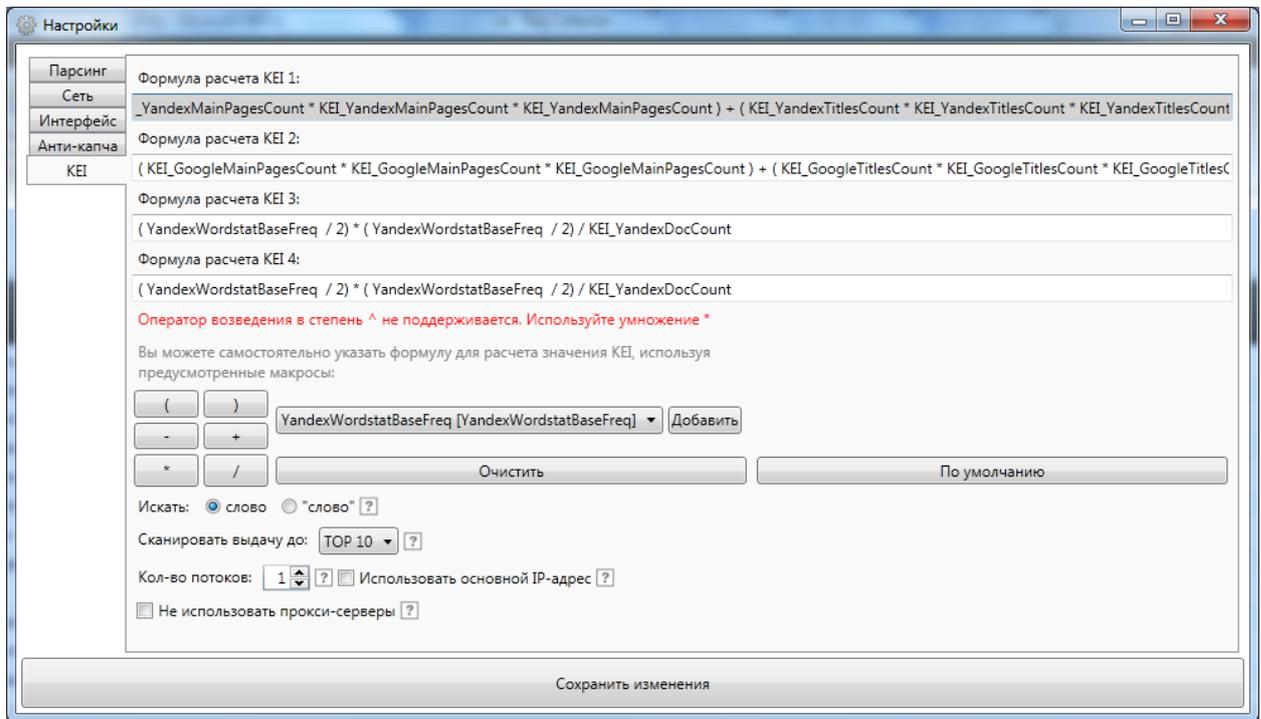
Яндекс
Нашлось
14 млн ответов

натяжные потолки стоимость

в найденном в Москве

[Фото](#) [Стоимость x](#) [Отзывы](#)

В этом плане Кей Коллектор имеет преимущество, так как в нем есть возможность самостоятельно задавать формулу, для расчета параметра KEI. Для этого переходим в Настройки программы – KEI:



В поле «Формула расчета KEI 1» вставляем:

$$(KEI_YandexMainPagesCount * KEI_YandexMainPagesCount * KEI_YandexMainPagesCount) + (KEI_YandexTitlesCount * KEI_YandexTitlesCount * KEI_YandexTitlesCount)$$

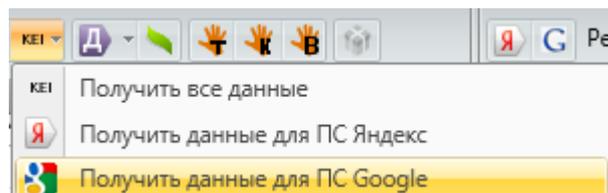
В поле «Формула расчета KEI 2» вставляем:

$$(KEI_GoogleMainPagesCount * KEI_GoogleMainPagesCount * KEI_GoogleMainPagesCount) + (KEI_GoogleTitlesCount * KEI_GoogleTitlesCount * KEI_GoogleTitlesCount)$$

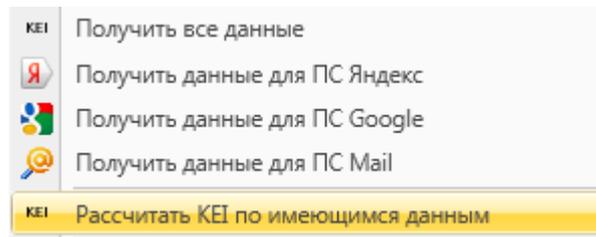
Эта формула учитывает количество главных страниц в выдаче по заданному ключевому слову и количество страниц в ТОП-10, в которых данный ключевик входит в тайтл страницы прямым вхождением. Таким образом, можно получить более менее объективные данные конкуренции по каждому запросу.

В этом случае, чем меньше KEI запроса, тем лучше. Самые лучшие ключевые слова будут с KEI=0 (если в них, конечно же, будет хоть какой-то трафик).

Нажимаем на кнопки сбора данных для Яндекса и Google:



Затем нажимаем на эту кнопку:



В столбце KEI 1 и KEI 2 появятся данные по KEI запросов по Яндексу и Google соответственно. Отсортируем запросы по возрастанию столбца KEI 1:

	Phrase	YandexWordstat	YandexWordstat	Частотность (per)	KEI_1	KEI_2
1	потолки натяжные двухуровневые	680	265	58	0,00	1,00
2	фотопечать натяжные потолки	885	218	91	1,00	0,00
3	натяжные потолки пвх	688	72	590	2,00	152,00
4	натяжные потолки в ванную	1112	39	110	2,00	1,00
5	точечные светильники для натяжных пот	702	336	590	8,00	8,00
6	видео натяжные потолки	856	94	46	8,00	1,00
7	натяжные потолки тканевые	1515	511	140	9,00	8,00
8	натяжные потолки отзывы	4743	2401	2400	16,00	28,00
9	натяжные потолки матовые	589	138	320	16,00	8,00
10	натяжные потолки глянцевые	821	231	260	27,00	9,00
11	дизайн потолков натяжных	633	145	12	27,00	125,00

Как видите, среди подобранных запросов есть такие, продвижение по которым не должно составить особых проблем. В менее конкурентных тематиках, чтобы вывести в ТОП-10 подобный запрос, достаточно просто написать хорошую оптимизированную статью. И при этом не нужно будет покупать внешние ссылки для её продвижения!

После того, как собраны и сгруппированы (о группировке я расскажу ниже) все наиболее интересные запросы, нажимаем на кнопку «Экспортировать данные» и сохраняем их в файл. В файл экспорта я обычно включаю следующие параметры: общая и точная частотность по Яндексу, частотность по Google в заданном регионе, KEI 1 и KEI 2.

2.3 Анализируем запросы конкурентов.

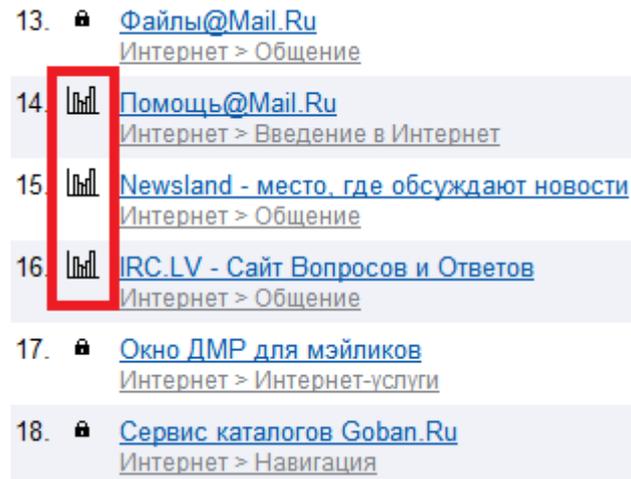
При составлении СЯ, анализ конкурентов играет очень важную роль. Чаще всего, я как раз и начинаю подбор ключевых фраз именно с анализа статистики других сайтов. Зачем мне мучиться, искать запросы для продвижения, если можно воспользоваться готовым семантическим ядром конкурента, выбрать из него наиболее «вкусные» запросы?

Первый способ проанализировать конкурента – это, естественно, с помощью **счетчиков посещаемости сайта** (если они, конечно же, открыты).



Наиболее полную статистику можно получить со счетчиков Mail.ru (<http://top.mail.ru/Rating/All/Today/Visitors/>) и LI (<http://www.liveinternet.ru/rating/ru/>). Переходим по этим ссылкам, открываем нужную категорию, и ищем сайты с открытой статистикой (или же можно зайти на сайт конкурента и кликнуть прямо по счетчику).

В Mail.ru открытая статистика выглядит вот так:



В LI открытая статистика выглядит так:

265,198	
225,793	
223,107	
220,478	

Если вы кликали по счетчику LI прямо на сайте конкурента, то должны увидеть вот это:

[devaka.ru](#) занимает [283 место](#) в категории «[Интернет](#)». Статистика: [общедоступна](#)

В противном случае придется искать другие сайты для анализа.

На изображении выше я привел статистику посещаемости сайта devaka.ru. Как видите, она у него открыта. Переходим по ссылке <http://www.liveinternet.ru/stat/devaka.ru/>.

Если есть возможность открыть раздел «По поисковым фразам», открываем его:

[возвраты](#)
[просм. на посетителя](#)
[просмотров за сессию](#)
[длительность сессий](#)

[страницы](#)
[каталоги](#)
[точки входа](#)
[точки выхода](#)
[варианты обращения](#)
[заголовки страниц](#)

[посетители с сайтов](#)
[переходы с сайтов](#)
[переходы со страниц](#)
[переходы без ссылки](#)
[внутренние переходы](#)
[с каталогов и рейтингов](#)
[почтовые сервисы](#)
[социальные сети](#)
[с поисковых систем](#)
[по поисковым фразам](#)
[доля поиск. трафика](#)
[seo-аудит](#)

[direct.yandex.ru](#)
[bequn.ru](#)
[adwords](#)

<< Авг 12

сентябрь 2012 г.

отчет: переходы по поисковым фразам

по дням | по неделям | по месяцам

значения: суммарные / среднесуточные	сентябрь 2012 г.		август 2012 г.		в среднем за 3 месяца	
<input checked="" type="checkbox"/> знаки дорожного движения	816	4.9%	797	3.1%	763	3.4%
<input checked="" type="checkbox"/> 301 редирект	308	1.8%	487	1.9%	429	1.9%
<input checked="" type="checkbox"/> yandex	227	1.4%	314	1.2%	185	0.8%
<input checked="" type="checkbox"/> знаки пдд	205	1.2%	212	0.8%	222	1.0%
<input checked="" type="checkbox"/> devaka	166	1.0%	270	1.1%	220	1.0%
<input type="checkbox"/> гугл говно	131	0.8%	377	1.5%	435	2.0%
<input type="checkbox"/> 301 редирект htaccess	129	0.8%	197	0.8%	158	0.7%
<input type="checkbox"/> seo блог	125	0.7%	198	0.8%	176	0.8%
<input type="checkbox"/> зачем нужен твиттер	111	0.7%	218	0.9%	178	0.8%
<input type="checkbox"/> как создать блог	103	0.6%	161	0.6%	151	0.7%
<input type="checkbox"/> продвижение статьями	91	0.5%	142	0.6%	122	0.6%
<input type="checkbox"/> редирект 301	91	0.5%	140	0.5%	115	0.5%
<input type="checkbox"/> favicon	89	0.5%	109	0.4%	93	0.4%
<input type="checkbox"/> как создать свой блог	84	0.5%	182	0.7%	166	0.8%

В большинстве случаев, сайты закрывают эту статистику, поэтому можно воспользоваться статистикой точек входа:

[возвраты](#)
[просм. на посетителя](#)
[просмотров за сессию](#)
[длительность сессий](#)

[страницы](#)
[каталоги](#)
[точки входа](#)
[точки выхода](#)
[варианты обращения](#)
[заголовки страниц](#)

[посетители с сайтов](#)
[переходы с сайтов](#)
[переходы со страниц](#)
[переходы без ссылки](#)
[внутренние переходы](#)
[с каталогов и рейтингов](#)
[почтовые сервисы](#)
[социальные сети](#)
[с поисковых систем](#)
[по поисковым фразам](#)
[доля поиск. трафика](#)
[seo-аудит](#)

<< Авг 12

сентябрь 2012 г.

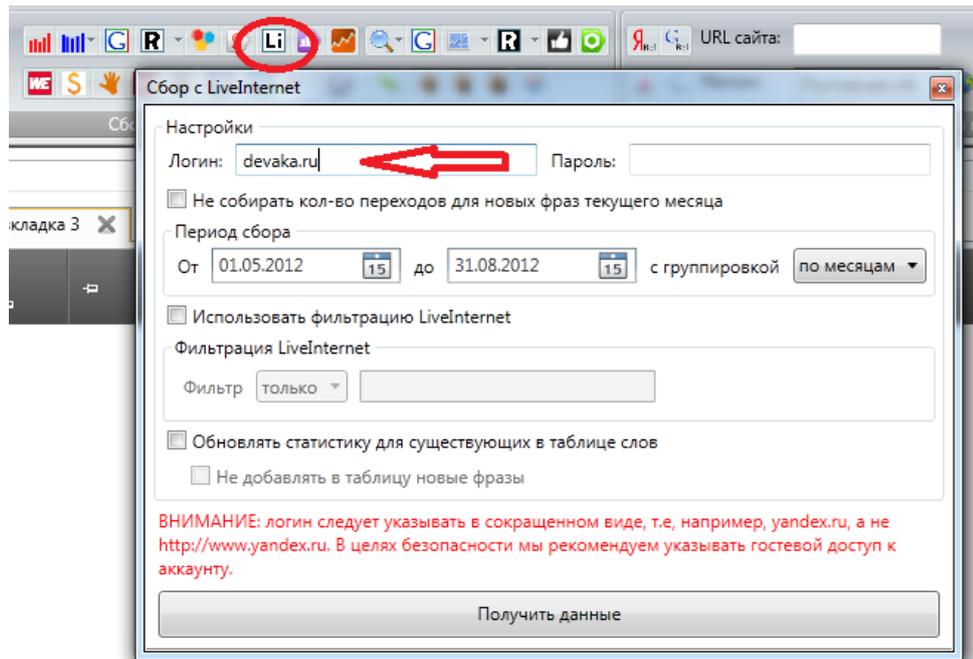
отчет: точки входа на сайт

по дням | по неделям | по месяцам

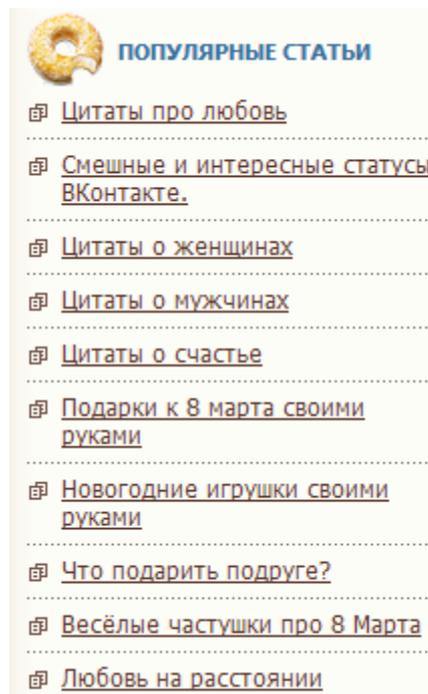
значения: суммарные / среднесуточные	сентябрь 2012 г.		август 2012 г.		в среднем за 3 месяца	
<input checked="" type="checkbox"/> /	7,998	17.9%	11,451	15.8%	10,100	16.4%
<input checked="" type="checkbox"/> articles/redirect-301	2,647	5.9%	4,113	5.7%	3,440	5.6%
<input checked="" type="checkbox"/> articles/seo-pdd-signs	1,818	4.1%	1,722	2.4%	1,680	2.7%
<input checked="" type="checkbox"/> Другие	1,598	3.6%	2,596	3.6%	2,481	4.0%
<input checked="" type="checkbox"/> articles/ispoved-zakazchika	1,322	3.0%	0	0.0%	440	0.7%
<input type="checkbox"/> articles/counter-setup	1,235	2.8%	1,985	2.7%	1,645	2.7%
<input type="checkbox"/> articles/100-lessons	940	2.1%	3,784	5.2%	1,574	2.6%
<input type="checkbox"/> articles/google-penguin	908	2.0%	2,176	3.0%	2,575	4.2%
<input type="checkbox"/> articles/keyword-density-services	794	1.8%	1,189	1.6%	1,067	1.7%
<input type="checkbox"/> articles/creating-blog-howto	673	1.5%	1,447	2.0%	1,145	1.9%
<input type="checkbox"/> articles/literate-linking	661	1.5%	1,217	1.7%	911	1.5%

В итоге, мы будем иметь статистику самых посещаемых страниц сайта. Переходим на них, выписываем основные запросы, под которые она оптимизировалась, и уже на их основе собираем СЯ.

Кстати, если у сайта открыта статистика «По поисковым фразам», можно облегчить себе работу, и собрать запросы при помощи Кей Коллектора (нужно только вписать адрес сайта и нажать на кнопку «Получить данные»):



Второй способ проанализировать сайт конкурента – **проанализировав его сайт**. На некоторых ресурсах есть такой виджет «Самые популярные статьи» (или что-то в этом роде). Иногда самые популярные статьи выбираются на основе количества комментариев, иногда – на основе количества просмотров.



В любом случае, имея перед своими глазами список самых популярных статей, можно сообразить, под какие запросы писалась та или иная статья.

Третий способ – использовать **инструменты сервиса <http://xtool.ru/>**. Он вообще то создавался для анализа трастовости сайтов, но, если честно, трастовость он считает очень плохо. А вот что он умеет хорошо делать – так это анализировать запросы сайтов конкурентов.

Вводим адрес любого сайта (даже с закрытой статистикой!) и нажимаем кнопку проверки траста. В самом низу страницы будет отображаться статистика видимости сайта по ключевикам:

Видимость сайта potolokcentr.ru в поисковых системах (по ключевикам)

Запрос	Позиция в Y	Позиция в G	Видимость (%)	Показов в мес (оцен.)	Частотн. (wordstat)	Частотн. (Я.Директ)	Переходов (li)	Эфф. показов (в мес)	Эфф. цена 1 показа	Цена топ 10
натяжные потолки	100+	3	33%	57961	422466	38834	60.77 (1289)	12815	1,17	14411
натяжные потолки москва	100+	2	33%	1812	3833	1214	5.7 (121)	400	12,98	3262
потолки натяжные потолки	N/A	91	0%	127749	422466	85592		282	0	3
натяжные потолки в москве	N/A	2	33%	545	3833	365		120	14,05	882
потолки черутти	5	82	47%	276	868	185		87	122,86	5859
натяжные потолки стоимость	57	100+	1%	14301	6057	9582		64	0,02	29
потолки натяжные стоимость	43	73	2%	3279	6660	2197		51	0	0
натяжные потолки черутти	15	14	10%	537	460	360		36	3,47	84
форум натяжные потолки	26	100+	2%	1010	2940	677		13	0,02	1
натяжные потолки цена	62	100+	1%	1421	30050	952		6	0,2	29

Единственный минус – эти запросы нельзя экспортировать, нужно все копировать вручную. Ну а что вы хотели от бесплатной услуги ☺?

Четвертый способ – использование **сервисов pr-cy.ru и cy-pr.com**. Для анализа я взял сайт <http://www.potolokcentr.ru/>:

Видимость в поисковых выдачах

Анализируя поисковые запросы Яндекса и Google было собранно некоторое количество ключевых слов. Используя эту базу данных вы можете п сайта. Цена - это ориентир по расходам конкурентов.

Ключевое слово	Позиции в Яндекс	Найденная страница
стоимость натяжных потолков	42	/Цены/
потолки Черутти	5	/Потолки-Черутти/
монтаж натяжных потолков цена	50	/Цены/
натяжные потолки Черутти	16	/Цены/
сколько стоит натяжной потолок	46	/Цены/

[Показать полностью](#)

Ключевое слово	Позиции в Google	Найденная страница
натяжные потолки	2	/
натяжные потолки москва	1	/
натяжные потолки в Москве	1	/
натяжные потолки Черутти	13	/
бесшовные натяжные потолки	50	/

[Показать полностью](#)

Пятый способ – с помощью <http://www.megaindex.ru>. Регистрируемся, заходим в админку, выбираем «Результаты поиска» - «Анализ сайтов» и вбиваем адрес интересующего сайта:

Результаты поиска SEO Продвижение Оценка Анализ

Мои сайты Анализ сайтов Анализ запросов Апдейты

Видимость сайта в регионе

Сайт:

Пример: yandex.ru

№	Запрос	Яндекс	Google	Видимость ↑ ↓	Запросов в месяц ↑ ↓	wordstat.Яндекс под-запросов ↑ ↓	wordstat.Яндекс запроса ↑ ↓
1	натяжные потолки	100+	3	33%	57961	422466	38834
2	натяжные потолки москва	100+	2	33%	1812	3833	1214
3	потолки натяжные потолки	N/A	91	0%	127749	422466	85592
4	натяжные потолки в москве	N/A	2	33%	545	3833	365
5	потолки черутти	5	82	47%	276	868	185
6	натяжные потолки стоимость	57	100+	1%	14301	6057	9582
7	потолки натяжные стоимость	43	73	2%	3279	6660	2197
8	натяжные потолки черутти	15 ¹	14	10%	537	460	360
9	форум натяжные потолки	26 ^{N/A}	100+	2% ⁼	1010	2940	677
10	натяжные потолки цена	62	100+	1%	1421	30050	952

Результаты можно экспортировать в .csv файл. Все очень удобно и, самое главное, бесплатно!

Шестой способ – с помощью [Rookee](http://www.rookee.ru). Заходим в рекламные кампании, вбиваем адрес интересующего сайта:

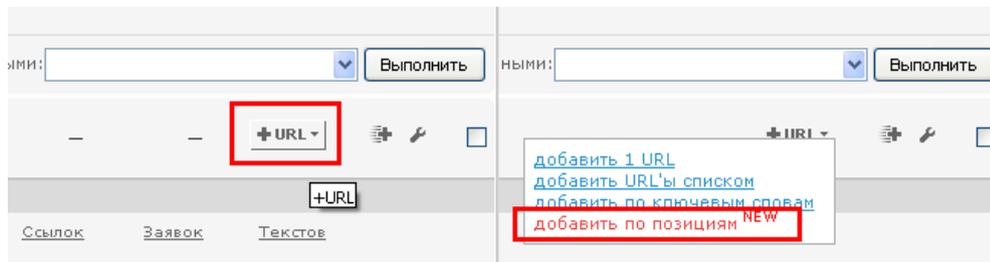
В итоге получим вот такой список запросов:

Продвижение в Яндексе

Добавить запрос Подобрать еще Удалить

<input type="checkbox"/> Запрос	Посещения
1 <input type="checkbox"/> монтаж потолков	279
2 <input type="checkbox"/> ремонт натяжных потолков	89
3 <input type="checkbox"/> глянцевые натяжные потолки	161
4 <input type="checkbox"/> натяжные потолки ПВХ	103
5 <input type="checkbox"/> натяжные потолки установка	135
6 <input type="checkbox"/> натяжные потолки статьи	60
7 <input type="checkbox"/> французские натяжные потолки	358
8 <input type="checkbox"/> пленка ПВХ	286
9 <input type="checkbox"/> тканевые натяжные потолки	273
10 <input type="checkbox"/> монтаж натяжных потолков	859
11 <input type="checkbox"/> ремонт потолки	37

Шестой способ – с помощью **Sape.ru**. Заходим в раздел Оптимизатора, в любом проекте нажимаем «url» и выбираем «добавить по позициям»:



Вводим адрес интересующего домена:

Ввод домена → Подбор URL'ов → Подбор текстов

Домен:

Продвигаемые в проекте домены: sidash.ru

Получаем список запросов, по которым сайт находится в ТОП-50:

натяжные потолки черутти 2012-09-12	112	YAS GS MAS	Не найдено Не найдено M: 6 → /p1.htm
натяжные потолки дилерам 2012-09-12	32	YAS GS MAS	Не найдено Не найдено M: 31 → /
крепление карниза к натяжному потолку 2012-09-12	1	YAS GS MAS	Я: 47 → /%D0%A6 Не найдено Не найдено
потолки натяжные стоимость 2012-09-12	584	YAS GS MAS	Я: 46 → /%D0%A6 Не найдено Не найдено

Экспорт, к сожалению не предусмотрен.

Ну и последний способ, который я недавно анонсировал на блоге – с помощью платного сервиса <http://spywords.ru/>. Писать про него второй раз не вижу смысла, поэтому я просто скину ссылки на обзоры этого сервиса:

<http://sidash.ru/kak-uznat-klyuchevye-slova-po-kotorym-prodvigayutsya-sayty-konkurentov/>

<http://sidash.ru/novye-funktsii-v-spywords-ru-promokody-na-50-skidku/>

Сервис мега удобен в плане анализа запросов, по которым продвигаются конкуренты.

Вы можете получить **50% скидку** на 1 месяц пользования услугами сервиса. Использовать скидку могут как новые пользователи, так и уже зарегистрированные. Чтобы получить скидку, напишите мне на почту sidashik@gmail.com письмо, в теме которого укажите «SpyWords».

2.4 Группировка запросов.

После того, как все запросы подобраны, приходит время довольно таки скучной и монотонной работы по группировке запросов. Нужно отобрать похожие запросы, которые можно объединить в одну небольшую группу и продвигать в рамках одной страницы.

К примеру, если у вас в полученном списке есть такие запросы: «как научиться отжиматься», «как научиться отжиматься в домашних условиях», «научиться отжиматься девушке». Подобные запросы можно объединить в одну группу и написать под неё одну большую оптимизированную статью.

Чтобы немного облегчить группировку запросов я делаю следующим образом.

Открываем сайт <http://old.webeffector.ru> (обратите внимание, нужно открывать старую версию сайта!) и создаем новую кампанию:

Выбираем экспертный запуск:

Продвижение по позициям (ТОП 10)

Быстрый запуск

Запуск в один клик! Задайте список ключевых слов, продвигаемые страницы, бюджет и требуемый топ. Идеально для новичков и тех кто точно знает что хочет.

Экспертный запуск

Мастер запуска поможет максимально эффективно подобрать ключевые слова, даст прогноз трафика, подберет релевантные страницы и оценит бюджет. Рекомендуется профессионалам.

Помощь в запуске проекта

Не смогли создать проект самостоятельно? Есть вопросы по импорту? Напишите в суппорт - мы вам поможем!

В настройках выбираем «Эксперт (я знаю свои ключевые слова, покажите мне трафик и стоимость)», указываем url сайта для которого собирается ядро и регион и вставляем список ключевых слов:

Составление семантического ядра

- Эксперт** (я знаю свои ключевые слова, покажите мне трафик и стоимость)
- Опытный** (вот несколько ключевых слов, покажите мне все слова по тематике)
- Новичок** (ничего не знаю, подберите мне слова сами)
- Пользовательские настройки**

URL сайта

Дополнительные ключевые слова (с новой строки)

как сделать на сайте регистрацию
 сайт сделать недорого
 как сделать шаблон для сайта
 где можно сделать сайт
 сделать скриншот сайта
 как сделать сайт на народе
 как сделать фейк сайта
 как сделать официальный сайт
 как сделать красивый сайт
 как сделать сайт первым
 как сделать флеш сайт
 на каком движке сделан сайт
 сделать сайт магазина
 сделать сайт на заказе
 как сделать слайд на сайте
 как сделать переход на сайте
 нужно сделать сайт

Плюс-слова (с новой строки)

Минус-слова (с новой строки)

Регион

Найти ассоциации

Найти расширения

Проверка релевантности

Мин. прогноз переходов

Макс. число ключевых слов

Следующий шаг

Нажимаем «Следующий шаг». В результате получим сгруппированный список запросов:

Ключевые слова

	Запрос
<input type="checkbox"/>	▼ сделать сайт
<input type="checkbox"/>	▼ сделайте сайт сами
<input type="checkbox"/>	как самой сделать сайт
<input type="checkbox"/>	сделать сайт самому бесплатно
<input type="checkbox"/>	как сделать свой сайт самому бесплатно видео
<input type="checkbox"/>	как сделать сайт самому бесплатно и без регистрации
<input type="checkbox"/>	▼ где сделать сайт
<input type="checkbox"/>	где можно сделать сайт
<input type="checkbox"/>	где бесплатно сделать сайт
<input type="checkbox"/>	где можно сделать бесплатно сайт
<input type="checkbox"/>	нужно сделать сайт
<input type="checkbox"/>	сделать сайт юкоз
<input type="checkbox"/>	▼ какой сделать сайт
<input type="checkbox"/>	какой сайт можно сделать
<input type="checkbox"/>	на каком движке сделан сайт
<input type="checkbox"/>	хочу сделать сайт
<input type="checkbox"/>	▼ сделать сайт онлайн
<input type="checkbox"/>	сделать сайт онлайн бесплатно
<input type="checkbox"/>	▼ сделать сайт визитку
<input type="checkbox"/>	сделать сайт визитка бесплатно

Без ручной работы, естественно, не обойтись – нужно пересмотреть все запросы, которые мог упустить сервис, перенести все это в файл и т.д. Но, в принципе, часть работы за нас уже сделал сервис, и это хоть немного, но облегчает процесс составления СЯ сайта.

3. Как написать правильную оптимизированную статью.

Когда я пишу оптимизированную под какой-либо запрос статью, я в первую очередь думаю о том, чтобы она была полезной и интересной посетителям сайта. Плюс к этому, стараюсь оформить текст так, чтобы его было приятно читать (предлагаю вам ознакомиться со статьей [Оформление текстов на сайте или «Как повисить читабельность текстов?»](#) которую я написал для сервиса Myragon). Подобные статьи обязательно соберут много ретвитов и лайков, которые, как вы знаете, также влияют на позиции сайта в выдаче.

Ну и естественно не нужно забывать об оптимизации статьи под поисковые системы.

Итак, как я пишу оптимизированные статьи.

Первым делом я выбираю запросы, которые буду использовать в статье. Для примера, возьму основным запрос «**как научиться отжиматься**». Вбиваем его в wordstat.yandex.ru:

Что искали со словами «**как научиться отжи...**» — 3639 показов в месяц.

Слова	Показов в месяц
+как научиться отжиматься	3408
+как научиться отжиматься +с нуля	644
+как научиться отжиматься +на брусьях	552
+как научиться отжиматься девушке	447
+как научиться отжиматься +от пола	293
+как научиться отжиматься +на руках	233
+как научиться отжиматься 100 раз	171
+как быстро научиться отжиматься	117
+как научиться много отжиматься	116
+как научиться отжиматься больше	116
+как научиться отжиматься +без ног	79
+как научиться правильно отжиматься	64
+как +за неделю научиться отжиматься	53
+как девочке научиться отжиматься	23

Вордстат вывел 14 запросов. Я их все буду использовать в статье (достаточно по 1-му разу упомянуть каждый ключевик).

Статья **обязательно должна быть не меньше 4000 символов без пробелов!** Чем больше, тем лучше.

Статью можно будет разбить на подзаголовки, в названия которых будут включены нужные ключи.

В первом абзаце у меня будет употреблен нужный ключевик. Можно выделить его жирным (Ключевая фраза). Перебарщивать с выделениями не стоит, лучше выделяйте фразы только в том случае, когда на них действительно нужно сделать акцент!

Во всех картинках на статье обязательно прописать атрибуты alt и title (желательно, упомянуть в них ключевые слова).

Вот приблизительная html-структура такой оптимизированной статьи:

```
<title>Как быстро научиться отжиматься от пола (на брусках) с нуля | Название вашего
сайта</title>
.....
<meta name="description" content="В этой статье вы узнаете, как научиться отжиматься от
пола (на брусках) с нуля парню или девушке " />

<meta name="keywords" content=" как научиться отжиматься,как научиться отжиматься с
нуля,как научиться отжиматься на брусках,как научиться отжиматься девушке,как
научиться отжиматься от пола,как научиться отжиматься на руках,как научиться
отжиматься 100 раз,как быстро научиться отжиматься,как научиться много
отжиматься,как научится отжиматься больше,как научиться отжиматься без ног,как
научиться правильно отжиматься,как за неделю научиться отжиматься,как девочке
научиться отжиматься " />
.....
<h1>Как быстро научиться отжиматься от пола (на брусках) с нуля </h1>
<p>Первый абзац, в котором встречается нужное ключевое слово <strong>как научиться
отжиматься с нуля</strong></p>
.....
<h2>Как быстро научиться отжиматься от пола девушке или парню</h2>
.....
<h2>Как научиться отжиматься на руках (без ног)</h2>
.....
<h2>Как научиться отжиматься на брусках</h2>
.....
<h2>Видео: как научиться отжиматься 100 раз</h2>
.....
```

Ключевые слова можно (и нужно!) склонять, чтобы текст смотрелся как можно естественнее.

Я не говорю что это идеальная форма оптимизации статьи под поисковики. Скажу даже больше: в Яндексе мне встречались сайты, которые были в ТОПе по неплохим запросам без какой-либо внешней и внутренней оптимизации (нужное ключевое слово употреблялось только 1 раз в заголовке!). Но это скорее исключение из правил. В Гугле описанная мною структура пока что еще работает. А вот Яндекс умом не понять 😊.

В любом случае, советую вам не заикливаться на одной определенной схеме, экспериментировать, экспериментировать и еще раз экспериментировать. И делать «сайты для людей» ☺.

Вот и все – руководство подошло к концу. Желаю вам успехов в продвижении сайтов!

Возникли вопросы?

Пишите на почту sidashik@gmail.com – постараюсь ответить на все ваши вопросы.

*«Руководство по составлению семантического ядра сайта» подготовил и разработал
Сидаш Дмитрий.*